

Aan de Minister van Economische Zaken en Klimaat

**Directoraat-generaal
Economie en Digitalisering**
Directie Mededinging en
Consumenten

Auteur

TER BESLISSING

Datum

28 oktober 2022

Kenmerk

DGED-MC / 22535274

BHM 22538265

Kopie aan

Bijlage(n)

2

nota

Kamerbrief over bescherming van consumenten bij betaling met persoonsgegevens

Parafenroute

Mede namens/met akkoord van De Minister voor Rechtsbescherming

Aanleiding

In bijgevoegde Kamerbrief gaat u in op de resultaten van het onderzoek naar consumenten die betalen met persoonsgegevens naar aanleiding van een toezegging aan de Kamer. Tevens gaat u een reactie op de motie van de Tweede Kamer van over het ongewenst beïnvloeden van consumentenkeuzes in een online omgeving (motie Moorlag).

Geadviseerd besluit

U kunt de Kamerbrief ondertekenen.

Kernpunkte

- De Kamerbrief wordt parallel ter goedkeuring voorgelegd aan de Minister voor Rechtsbescherming, omdat het onderwerp nauw raakt aan het privacybeleid en de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG).

Onderzoek betalen met persoonsgegevens

- De voormalig Staatssecretaris van EZK heeft aan de Tweede Kamer toegezegd nader te verkennen in hoeverre aanvullende maatregelen wenselijk zijn om consumenten die betalen met persoonsgegevens beter te beschermen.
- Twee onderzoekers van de Universiteit Leiden hebben onderzocht wat de juridische en praktische aspecten zijn aan het treffen van (wettelijke) maatregelen. U informeert de Kamer over de resultaten van het onderzoek en u deelt het onderzoek met de Kamer.
- Een dilemma dat in het onderzoek naar voren komt is de vraag of het consumentenrecht een geschikt middel is om de privacy van consumenten te beschermen. U geeft daarnaast aan dat u de AVG een geschikter kader vindt om de mogelijke problemen rondom het 'betalen' met persoonsgegevens op te

lossen, omdat de wetgeving op het gebied van consumentenbescherming niet primair ziet op het beschermen van persoonsgegevens.

- Daarnaast is de algemene lijn in de Kamerbrief dat uw voorkeur is om eventuele maatregelen op Europees niveau te nemen, omdat digitale inhoud en diensten grensoverschrijdend worden aangeboden.
- De oplossingsvoorstellen van de onderzoekers gaat u voorleggen aan de Europese Commissie. Het is uiteindelijk aan de Europese Commissie om een afweging te maken en eventueel met aanvullende voorstellen op dit terrein te komen.

Toelichting

Waarom is er een onderzoek uitgevoerd over betalen met persoonsgegevens?

- Consumenten kunnen 'betalen' met persoonsgegevens (zoals e-mail of geboortedatum) in ruil voor een digitale inhoud (zoals een digitaal muziekbestand) of dienst (zoals sociale media of een datingsapp). De persoonsgegevens hebben een economische waarde voor aanbieders. Om deze reden hebben consumenten bij de invoering van de Implementatiewet richtlijnen verkoop goederen en levering digitale inhoud (inwerkingtredingsdatum: 27 april 2022) en de Implementatiewet richtlijn modernisering consumentenbescherming (inwerkingtredingsdatum: 28 mei 2022) extra rechten gekregen, zoals een recht op garantie en informatie over de digitale inhoud of dienst.
- De aanleiding van het onderzoek is het advies van de Autoriteit Persoonsgegevens bij de voorstellen van de bovengenoemde implementatiewetten, om consumenten die 'betalen' met persoonsgegevens beter te beschermen door het consumentenrecht op een aantal punten aan te passen.

Samenvatting uitkomsten onderzoek

- De onderzoekers benoemen enkele (potentiële) risico's voor consumenten bij het betalen met persoonsgegevens. Een risico is dat consumenten te snel hun gegevens verstrekken zonder zich hiervan bewust te zijn. Zij doen een aantal suggesties die op nationaal of Europees niveau kunnen worden geïmplementeerd om de consument beter te beschermen.
- De meeste suggesties zien op het aanpassen van het (Europees) consumentenrecht.

Motie Moorlag

- Er is op 9 december 2020 een motie ingediend door het lid Moorlag C.S. (motie Moorlag, Kamerstukken II 2020/21, 27879, nr. 81). De motie Moorlag vraagt de Kamer aan het kabinet om het bedrijfsleven te bewegen tot het opstellen van een gedragscode in samenwerking met consumentenorganisaties en daarvoor de voorwaarden te creëren.
- Ter uitvoering van deze motie hebben we gesprekken geïnitieerd en gefaciliteerd tussen marktpartijen, in samenwerking met Thuiswinkel.org, en Human & Tech Institute. Tussen juni en oktober 2021 zijn er zes bijeenkomsten geweest. De bevindingen van deze gesprekken zijn beschreven in een notitie die online is gepubliceerd. De belangrijkste conclusies zijn:

- De kennis over het consumentenrecht bij medewerkers die zich bezighouden met digitale marketing (zoals designers, marketeers) is beperkt. Daarnaast hebben zij weinig inzicht in de consequenties die online marketing kan hebben op de consument.
 - Bedrijven hebben behoefte aan richtlijnen over welke situaties zich voor kunnen doen en op welke manieren online beïnvloeding van de consument onwenselijk is.
- Marktpartijen hebben onder leiding van Human & Tech Institute en Thuiswinkel.org een vervolgonderzoek gedaan over op welke wijze en over welke zaken marktpartijen tot werkbare afspraken kunnen komen over de beïnvloeding van de consument in een online omgeving. Zij hebben handvatten opgesteld om het bewustzijn van bedrijven die aan digitale marketing doen rondom dit onderwerp te vergroten. Deze handvatten zijn online gepubliceerd.