

Rondetafelgesprek Gebruik klantgegevens door banken

Tweede Kamer, 21 mei 2014

Nico van Eijk (Instituut voor Informatierecht (IViR), Universiteit van Amsterdam)

Aan het gebruiken van klantgegevens (betalingsverkeergegevens e.d.) door banken zijn substantiële privacy-issues verbonden. Deze komen uitgebreid aan de orde in de beantwoording van Kamervragen (Aanhangsel II, 2013/14, 1658 en 1659) en commentaren in de diverse media naar aanleiding van de 'ING-affaire'.

Het is duidelijk dat voor het gebruik van onder meer betalingsverkeersgegevens voor branchevreemde activiteiten (het 'tuinbankje'-voorbeeld van ING) afzonderlijke toestemming van de klanten is vereist. Deze toestemmingsverlening dient tenminste te voldoen aan de gebruikelijke eisen uit hoofde van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) en de privacy-code die binnen de bankwereld is overeengekomen.

Een van de grote problemen daarbij is het vereiste dat de toestemming tot gebruik van de gegevens 'vrij' moet worden gegeven. Klanten van banken verkeren veelal in een afhankelijke relatie, waardoor het voldoen aan dit vereiste in het gedrang komt. Klanten hebben schuld bij de bank, hun hypotheek is 'onder water'. Men zal zich al snel onder druk gezet voelen wanneer om toestemming wordt gevraagd.

De privacyvragen vormen slechts een zijde van de medaille, minstens zo zeer is de bijzondere positie van banken in het geding waar het gaat om vertrouwen en integriteit. De data met betrekking tot het betalingsverkeer zijn niet verkregen noch bedoeld om geëxploiteerd te worden voor branchevreemde activiteiten maar om betrouwbare en efficiënte transacties te faciliteren.

Daarbij is van belang dat deze financiële transacties een tweezijdig karakter hebben. Het gaat niet alleen om de gegevens van de eigen klanten, maar ook om de gegevens van derden waarmee deze transacties worden aangegaan. Dat kunnen natuurlijke personen zijn, maar veelal betreft het ondernemingen (de pintransactie bij Albert Heijn of bakker Van de Mortel, de automatische afschrijving van het Volkskrant-abonnement). In het transactieverkeer krijgt de bank aldus inzage in gevoelige bedrijfsgegevens. De supermarkt, de lokale bakker en de krant moeten er op kunnen vertrouwen dat hun gegevens niet worden gebruikt voor commercieel gewin. En vooral niet wanneer dit gewin zich tegen hen keert: Al dan niet geaggregeerde en geanonymiseerde gegevens, beschikbaar gesteld/verkocht door de bank, worden gebruikt om de klant van de concurrent af te pikken. Dit raakt de kern van het vertrouwen en de integriteit die inherent zijn aan het bancaire systeem.

ING stelt in haar persbericht (d.d. 9 maart 2014) naar aanleiding van de ontstane commotie dat het eerste doel van het analyseren van 'big data' is gelegen in het 'verbeteren van de dienstverlening aan onze klanten'. Ook andere banken hebben zich op overeenkomstige wijze uitgelaten. Het is opvallend dat deze doelstelling niet wordt genoemd in artikel 5.1 van de 'Gedragscode Verwerking Persoonsgegevens' van de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB). Het verdient aanbeveling om op dit punt de gedragscode aan te passen en in lijn te brengen met wat de banken zelf zien als een belangrijke doelstelling van het gebruik van persoonsgegevens.

Banken zijn nu al gehouden om de klantgegevens ('big data') dusdanig in te zetten dat zij de dienstverlening aan de klant optimaliseren, de privacy-regels verzetten zich hier niet tegen. Vereisten van professionele toewijding en zorgplichten brengen dit met zich mee (nb: dergelijke vereisten gelden los van marktwerking). Zo zouden banken - via de analyse van klantgegevens - klanten moeten wijzen op sub-optimale situaties zoals vermogen dat via een andere spaarvorm beter zou kunnen renderen, moeten attenderen op aanpassing van het risicoprofiel of op het oversluiten van een hypotheek zodat een lagere rente verschuldigd is, etc. De mogelijkheden van internetbankieren blijven onderbenut: Waarom kan een klant niet instellen dat zijn reguliere rekening automatisch worden aangevuld met geld op de spaarrekening wanneer hij/zij rood komt te staan. Idem ten aanzien van krediet op creditcards. Een separate code of een bijlage bij een bestaande bankcode is op zijn plaats.

Voorzover banken zich al zouden willen overgeven aan branchevreemde activiteiten, zoals het uitbaten van betalingsgegevens, dient er een waterscheiding te worden aangebracht ten opzichte van de reguliere bankactiviteiten. Dit zou zover kunnen gaan dat de betreffende gegevens door klanten zelf moeten worden overgedragen en niet via het koppelen van bestanden. Hiermee wordt invulling gegeven aan het toestemmingsvereiste, transparantie gecreëerd en worden onnodige veiligheidsrisico's vermeden.

Amsterdam, 12 mei 2014

Bijlage: opinie in Trouw, 14 maart 2014

Liever een betere rente dan korting op een tuinbankje

Laat ING eerst maar eens beginnen zelf betere aanbiedingen te doen aan de eigen klanten, schrijft hoogleraar Nico van Eijk.

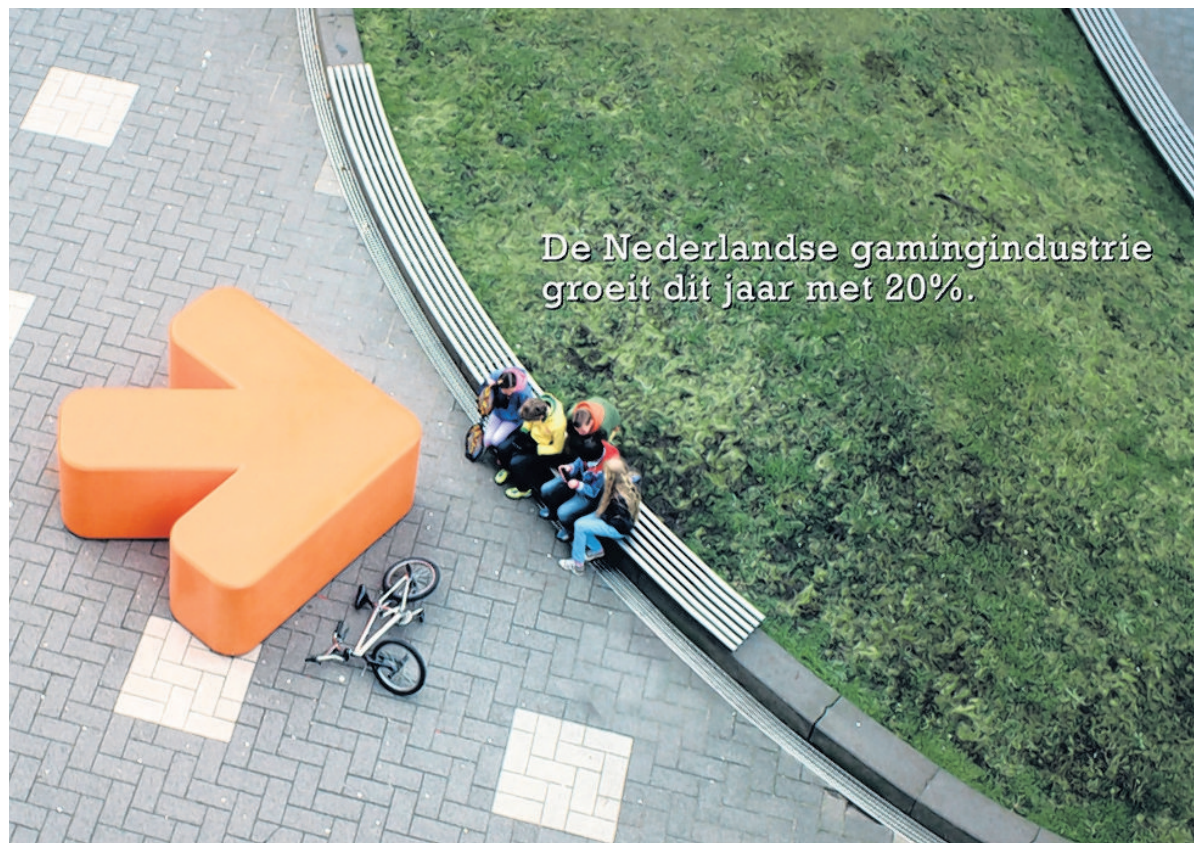
ING wil op de 'big data' trein stappen en de financiële gegevens van haar klanten commercieel gaan uitbaten voor branchevreemde activiteiten. Mensen die geld uitgeven in tuincentra krijgen aanbiedingen voor tuinspullen. *Trouw*-lezers die hun abonnementskosten automatisch laten afschrijven krijgen aanbiedingen om naar *de Volkskrant* of *De Telegraaf* over te stappen. Klanten die prostituees betalen met hun bankkaart, krijgen kortingsaanbiedingen van escort-bureaus. De laatste voorbeelden doen waarschijnlijk de nodige wenkbrauwen fronsen.

Privacy-regels laten niet toe dat ING zomaar klantgegevens voor dit soort marketingdoeleinden kan inzetten. Er zal door de klanten nadrukkelijke toestemming moeten worden gegeven. In diverse reacties ontbrak deze nuancering. Toestemming is niet het enige wat vereist is, ook moet die vrij worden gegeven. En daar wringt de schoen. Hoe vrij zijn bankklanten eigenlijk? Vaak verkeert men in een afhankelijke relatie, zeker als de hypotheek 'onder water staat' of er schulden zijn.

ING begeeft zich op een hellend vlak door bankgegevens in te zetten voor branchevreemde marketing. Daar waren die gegevens oorspronkelijk niet voor bedoeld en zo wordt de relatie tussen banken en gebruikers in de kern geraakt.

Vertrouwen zoek

Vertrouwen en betrouwbaarheid zijn twee van de grootste waarden in het bancaire systeem, dat heeft de bankcrisis nadrukkelijk bewezen. Hier ligt een mooie taak voor degenen die toezicht houden op de banksector. De Nederlandsche Bank, maar ook de Nederlandse Vereniging van Banken, die al een gedragscode kent over de verwerking van persoonsgegevens, zouden eens goed moeten nadenken over de mogelijk onbedoelde c.q. ongewenste consequen-



De Nederlandse gamingindustrie groeit dit jaar met 20%.

Reclamecampagne van ING. De bank informeert, maar niet over de hoogste spaarrente.

ties van wat ING voorstaat. Wat voor effect heeft het op het vertrouwen van klanten in andere banken en in het banksysteem als zodanig?

En al zou de ING een 'big data'-exploitant willen/mogen worden, moet er dan geen waterscheiding worden aangebracht tussen de financiële gegevens en gegevens die ING als 'big data'-exploitant autonoom vergaart. Een 'Chinese Muur', iets waar de banken al langer mee bekend zijn.

Hypocriet

Maar er is nog iets anders. Eigenlijk druipt de hypocrisie van de plannen af. In het persbericht dat ING uitstuurde na alle ontstane commotie geeft de bank aan wat men eigenlijk

wil met de toepassing van 'big data': 'Verbetering van de dienstverlening aan onze klanten' staat nummer 1 op het lijstje van doelstellingen dat eindigt met als vijfde doelstelling 'Creëren van commerciële kansen'.

Waarom doet ING niet wat ze al lang mag met de gegevens, met de 'big data', van haar klanten: de dienstverlening verbeteren.

Waarom worden klanten er niet op gewezen dat het gunstig is voor hen om een hypotheek over te sluiten? Waarom wordt de klant met tegooden er niet proactief op gewezen dat zijn geld via een andere spaarmogelijkheid meer rente opbrengt? Waarom wordt een klant die in de min staat niet automatisch de gelegen-

heid geboden zijn spaargeld over te hevelen omdat dit fors rente scheelt?

Begin bij jezelf: zet big data eerst maar eens in om de eigen dienstverlening aan de klant te optimaliseren. Daar is geen privacy-discussie voor nodig en de klant heeft er echt baat bij. Liever minder rente betalen en meer rente krijgen. Niks aanbieding van tuinbankjes van de Gamma.

Dit idee is overigens niets nieuws. In sommige landen zijn mobiele bedrijven verplicht om jaarlijks op grond van het belgedrag van de klant (zijn 'big data') het gunstigste aanbod te doen dat men in portefeuille heeft. Dat kunnen banken natuurlijk ook. Nederlandse Vereniging van Banken: misschien iets voor een gedragscode?



Nico van Eijk

hoogleraar informatierecht aan het Instituut voor Informatierecht (IViR), Universiteit van Amsterdam