

College bescherming persoonsgegevens

Onderzoek naar de verwerking van persoonsgegevens met
betrekking tot of door het gebruik van interactieve digitale televisiediensten
van Ziggo

Openbare versie

Rapport definitieve bevindingen van 28 april 2015

z2014-00135

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING.....	1
1. Inleiding.....	4
Onderzoeksvragen	5
2. Procedure	5
2.1 Verloop.....	5
3. Feitelijke bevindingen	8
3.1 Organisatiebeschrijving Ziggo.....	8
3.2 Gegevens interactieve digitale televisie.....	9
3.3 Gegevensverwerking kijkgedrag.....	11
3.3.1 Gegevensverwerking kijkgedrag tv-zenders	11
3.3.2 Gegevensverwerking Video On Demand	14
3.3.3 Gegevensverwerking Pay per Event.....	17
3.4 Informatie door Ziggo.....	17
3.4.1 Privacybeleid	17
3.4.2 Algemene Voorwaarden.....	20
3.4.3 Melding bij het CBP	21
3.4.4 Scherm informatie televisie	22
3.4.5 Website Ziggo.....	26
3.5 Grondslag	27
4. Wettelijk kader	29
4.1 Persoonsgegevens.....	29
4.2 Verwerking van persoonsgegevens	30
4.3 Informatieplicht	31
4.4 Grondslag	33
5. Beoordeling	37
5.1 Persoonsgegevens.....	37
5.2 Verwerking van persoonsgegevens	41
5.3 Informatieplicht	41
5.4 Grondslag	45
6. Conclusies.....	54
Bijlage 1: Zienswijze Ziggo met aanvullende verklaringen, met de reactie daarop van het CBP	57

SAMENVATTING

Het College bescherming persoonsgegevens (CBP) heeft op grond van artikel 60 van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) ambtshalve onderzoek ingesteld naar de verwerking van persoonsgegevens door Ziggo B.V. (hierna: Ziggo) met betrekking tot of door het gebruik van de interactieve digitale televisiediensten.

Ziggo is de grootste aanbieder van digitale televisie in Nederland. Ziggo bediende tot 13 april 2015 circa 2,8 miljoen huishoudens in Nederland, waarvan bijna 2,3 miljoen afnemers van digitale televisie. Een deel van de klanten op digitale televisie van Ziggo heeft de mogelijkheid geactiveerd om gebruik te kunnen maken van de interactieve diensten, dat wil zeggen, ruim [VERTROUWELIJK] huishoudens in Nederland. Op 13 april 2015 zijn UPC en Ziggo samengegaan onder de naam Ziggo. Het onderzoek van het CBP is beperkt tot de gegevensverwerking door het 'oude' Ziggo. Deze gegevensverwerking is niet gewijzigd door de fusie met UPC.

Persoonsgegevens kijkgedrag

Het CBP heeft voor drie vormen van kijkgedrag onderzocht in hoeverre Ziggo deze gegevens verwerkt voor profilerings- en marketingdoeleinden.

De onderzochte vormen van kijkgedrag zijn:

- 1 - kijken naar (lineaire) tv-zenders (het 'gewone' digitale tv-kijken)
- 2 - kijken naar bestelde films (Video On Demand)
- 3 - kijken naar los bestelde sport en erotiekuitzendingen (Pay per Event)

De gegevens over het kijkgedrag en daarmee samenhangende gegevens zijn persoonsgegevens als bedoeld in artikel 1, onder a, van de Wbp. Het zijn ook persoonsgegevens van gevoelige aard, die een indringend beeld kunnen geven van iemands gedrag en belangstelling. Ziggo verwerkte persoonsgegevens over het 'gewone' digitale tv-kijken voor algemene kijkcijferanalyses. Dit betrof een vorm van marktonderzoek. Ziggo verwerkt de gegevens over Video On Demand voor profilering en marketing, door middel van persoonlijke en algemene aanbevelingen. Ziggo heeft de gegevens over bekeken Pay per Event eenmalig gebruikt voor gerichte direct marketing.

Geconstateerde, deels beëindigde overtredingen

Het CBP constateerde in het rapport voorlopige bevindingen ten aanzien van alledrie de soorten verwerkingen van kijkgedrag overtredingen van de wettelijke vereisten op het gebied van de grondslag voor de gegevensverwerking en de informatieplicht. Ziggo heeft naar aanleiding van het rapport verschillende maatregelen getroffen. Deze maatregelen hebben de overtredingen gedeeltelijk beëindigd.

Het 'gewone' digitale tv-kijken (1)

Ziggo verwerkt van [VERTROUWELIJK] van haar klanten met een geactiveerde interactieve tv-decoder persoonsgegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag. Op 1 juni 2014 waren er [VERTROUWELIJK] klanten met dit oudere type decoder. Ziggo verwerkte deze gegevens voor algemene kijkcijferanalyses. Op 30 maart 2015 heeft Ziggo een technische maatregel doorgevoerd op deze decoders, waardoor de

gegevens over het tv-kijkgedrag niet meer te herleiden zijn naar individuele betrokkenen. Gelet op alle specifieke omstandigheden is er sinds 30 maart 2015 geen sprake meer van de verwerking van persoonsgegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag. Daardoor heeft Ziggo ook de overige geconstateerde overtredingen ten aanzien van de informatieplicht en het grondslagvereiste beëindigd.

Video on Demand (2)

Ziggo verzamelt en verwerkt van klanten die gebruik maken van Video On Demand (inclusief gemiste uitzendingen) persoonsgegevens en gebruikt deze gegevens om persoonlijke kijkaanbevelingen te doen voor Video On Demand. Tot 31 maart 2015 gebruikte Ziggo deze gegevens ook voor het tonen van algemene aanbevelingen aan klanten die daarvoor geen toestemming hadden gegeven.

Het CBP concludeerde in het Rapport voorlopige bevindingen dat Ziggo geen ondubbelzinnige toestemming verkreeg voor de verwerking van Video On Demand kijkgedrag voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen. Dit omdat Ziggo de betrokkenen alleen een 'Akkoord'-keuze aanbood en geen mogelijkheid om 'Nee' of 'Niet akkoord' te kiezen. Een klant kon deze keuze ongedaan maken na het voltooiën van de installatie, maar de 'Nee' keuze was onvoldoende eenvoudig toegankelijk. Aanvullend was van belang dat de 'Nee' keuze niet leidde tot beëindiging van de gegevensverwerking. Een betrokkene die zijn of haar toestemming introk, kreeg geen persoonlijke aanbevelingen meer te zien, maar de opt-out liet de onderliggende gegevensverwerking onverlet. De klant kreeg in dat geval algemene aanbevelingen te zien, gebaseerd op het bestelgedrag van alle andere klanten. Omdat Ziggo geen beroep kon doen op een andere grondslag voor beide doeleinden van de verwerking (persoonlijke en algemene aanbevelingen), handelde Ziggo in strijd met de vereisten uit artikel 8 van de Wbp.

Ziggo heeft als maatregel op 31 maart 2015 de verwerking van gegevens beëindigd voor het tonen van algemene aanbevelingen aan klanten die geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen. Hierdoor heeft Ziggo de geconstateerde overtreding van artikel 8 van de Wbp op dit punt beëindigd.

Op 13 april 2015 heeft Ziggo daarnaast een nieuwe toestemmingsvraag ingevoerd op het scherm en nieuwe informatie toegevoegd aan haar privacybeleid. De vraag op het scherm bevat meer informatie over het doeleinde van de gegevensverwerking en een keuzemogelijkheid tussen 'Akkoord' en 'Niet akkoord'. De informatie op het scherm en in het privacybeleid is echter onvoldoende specifiek over de soorten persoonsgegevens die voor het doeleinde persoonlijke aanbevelingen worden verwerkt. Ziggo informeert klanten bijvoorbeeld niet dat er een interesseprofiel wordt opgesteld op basis van hun Video On Demand kijkgedrag. Ziggo verkrijgt daarom (nog steeds) geen rechtsgeldige, op informatie berustende, toestemming voor deze verwerking.

Ziggo toont de nieuwe vraag bovendien alleen aan nieuwe klanten (die de interactieve tv-diensten na 13 april 2015 hebben geactiveerd), en niet aan bestaande klanten. Omdat bestaande klanten ook niet op andere wijze zijn geïnformeerd door Ziggo over dit doeleinde van de verwerking, en de soorten persoonsgegevens die Ziggo hiervoor verwerkt, en zij geen keuzemogelijkheid krijgen voorgelegd, verkrijgt Ziggo van

bestaande klanten die gebruik maken van Video On Demand en in het verleden op 'Akkoord' geklikt hebben, evenmin ondubbelzinnige, dus rechtsgeldige, toestemming.

Omdat Ziggo geen geslaagd beroep kan doen op een andere grondslag voor deze verwerking, handelt Ziggo ten aanzien van zowel bestaande als nieuwe klanten die persoonlijke aanbevelingen 'aan' hebben staan (nog steeds) in strijd met het grondslagvereiste uit artikel 8 van de Wbp.

Pay per Event (3)

Ziggo heeft de gegevens over los bestelde uitzendingen (Pay per Event) eenmalig gebruikt voor gerichte direct marketing op klanten. Ziggo informeerde en informeert betrokkenen niet dat gegevens over het kijkgedrag naar Pay per Event gebruikt kunnen worden voor gerichte direct marketing. Ziggo vraagt geen toestemming aan betrokkenen voor deze verwerking, en kan zich, in verband met de gevoelige aard van de persoonsgegevens over het kijkgedrag, niet op een andere grondslag beroepen. Hiermee heeft Ziggo in strijd gehandeld met het grondslagvereiste uit artikel 8 van de Wbp.

1. INLEIDING

Het College bescherming persoonsgegevens (CBP) heeft op grond van artikel 60 van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) ambtshalve onderzoek ingesteld naar de verwerking van persoonsgegevens door Ziggo B.V. (hierna: Ziggo).¹

Het CBP heeft de verwerking onderzocht door Ziggo van persoonsgegevens van klanten van digitale televisie die zijn verzameld met of door het gebruik van de interactieve digitale televisiediensten. Op 13 april 2015 zijn UPC en Ziggo samengegaan onder de naam Ziggo. Het onderzoek van het CBP is beperkt tot de gegevensverwerking door het 'oude' Ziggo. Deze gegevensverwerking is niet gewijzigd door de fusie met UPC.

Achtergrond onderzoek

Een van de onderzoeksprioriteiten van het CBP in 2014 en 2015 is de gegevensverwerking met betrekking tot kijkgedrag, als onderdeel van het grotere thema 'tracking en tracing'.

Er zijn grote ontwikkelingen op de tv-(kabel)markt. Zeventig procent van huishoudens in Nederland heeft inmiddels een digitaal tv-toestel met een settopbox of decoder en een digitaal abonnement, al dan niet gecombineerd met een smart tv. Het gebruik van Video On Demand diensten neemt snel toe.² De concurrentie van nieuwe spelers op de markt neemt toe.³

Het toevoegen van een internetfunctionaliteit aan televisies heeft een verschuiving tot gevolg in het gegevensverkeer. Vroeger gaven televisies alleen tv-beelden door. Door de aansluiting op internet ontstaat tweerichtingsverkeer en de mogelijkheid voor aanbieders van interactieve digitale netwerken en diensten om 'terug te kijken', het kijkgedrag van kijkers te observeren en profielen van hen te maken.

Onder kijkgedrag wordt in dit rapport verstaan: gegevens over bekeken programma's en zenders op de (lineaire) televisie, gegevens over bestelde films, programma's of gemiste uitzendingen (Video On Demand) en alle daarmee verband houdende gegevens zoals getoonde persoonlijke aanbevelingen, interesseprofielen, frequentie en tijdstippen van gebruik van de diensten en apparatuur.

Het staat buiten kijf dat tv-kijkers baat kunnen hebben bij persoonlijke aanbevelingen op basis van hun eerdere kijkgedrag. Maar de verwerking van gegevens over het

¹ Geregistreerd in de Kamer van Koophandel onder nr. 37026706, uittreksel dd. 26 november 2014.

² NRC, 10 januari 2014, URL: <http://www.nrc.nl/breedbeeld/2014/01/10/on-demand-videodienst-ximon-stopt-per-29-januari/>. "Eind 2012 maakten 1,5 miljoen huishoudens gebruik van video-on-demanddiensten; in november 2013 was dat gestegen naar 2,7 miljoen."

³ De Amerikaanse videodienst Netflix is in Nederland in 2013 actief geworden. In het derde kwartaal van 2014 zouden 1 miljoen Nederlanders naar Netflix kijken. Zie: NRC, 'Interview Netflix-topman', 3 oktober 2014, URL: <http://www.nrcq.nl/2014/10/03/iedereen-kijkt-straks-tv-waar-en-wanneer-hij-wil>. Daarnaast is op 1 juli 2014 bijvoorbeeld de dienst 'NLZiet' gelanceerd, een gezamenlijke uitgesteld kijken-dienst van SBS, NPO en RTL. Deze dienst is beschikbaar via <https://www.nlziet.nl/>.

kijkgedrag brengt ook risico's mee voor de persoonlijke levenssfeer van de betrokkenen. Het profileren van mensen op basis van hun kijkgedrag leidt tot een verzameling gegevens van gevoelige aard die een indringend beeld kunnen geven van iemands persoonlijke voorkeuren en levensbeschouwing. Als het gaat om de inhoud van bekeken of bestelde programma's gaat het ook over de inhoud van de communicatie. Op basis van dergelijke profielen kunnen mensen anders behandeld worden.

Digitale televisie is nog steeds een relatief nieuw fenomeen. De meeste mensen zullen zich niet bewust zijn van het feit dat er kan worden 'meegekeken' met hun televisiekijken, dat er analyses over hun kijkgedrag (kunnen) worden gemaakt en dat zij door bepaalde aanbiedingen of kijkaanbevelingen gestuurd worden in het maken van vrije keuzes.

Het CBP heeft specifiek onderzoek ingesteld naar de verwerking van persoonsgegevens bij Ziggo omdat dit de grootste aanbieder was (en is) van digitale televisiediensten in Nederland.

Onderzoeksvragen

Het onderzoek heeft zich geconcentreerd op de volgende vragen:

1. Verwerkt Ziggo persoonsgegevens over het digitale kijkgedrag van haar klanten voor profilerings- en marketingdoeleinden in de breedste betekenis van die woorden? Daaronder verstaat het CBP ook het maken van algemene marktanalyses.
2. Informeert Ziggo de betrokkenen (tijdig) over de gegevensverwerking, zoals bepaald in artikel 33 en 34 van de Wbp?
3. Heeft Ziggo een grondslag als genoemd in artikel 8 van de Wbp voor de verwerking van deze gegevens over het kijkgedrag voor bovengenoemde doeleinden?

Het onderzoek richt zich aldus op toetsing aan de artikelen 1, onder a, van de Wbp (definitie persoonsgegeven), artikel 1, onder b, van de Wbp (definitie verwerking van persoonsgegevens), de artikelen 33 en 34 van de Wbp (informatieplicht) en artikel 8 van de Wbp (grondslag in de Wbp).

Het CBP heeft gedurende het onderzoek de reikwijdte van de zinsnede "voor marketing en profileringsdoeleinden in de breedste betekenis van die woorden" in onderzoeksvraag 1 afgebakend tot onderzoek naar het analyseren van het 'gewone' tv-kijkgedrag, het tonen van persoonlijke en algemene aanbevelingen op basis van bestelde Video On Demand en het verzenden van direct marketing op basis van bestelde Pay per Event.

2. PROCEDURE

2.1 Verloop

Het CBP heeft Ziggo bij brief en e-mail van 28 mei 2014 geïnformeerd over het instellen van ambtshalve onderzoek naar de verwerking van persoonsgegevens met

betrekking tot of door het gebruik van digitale televisiediensten van Ziggo. Het CBP heeft in deze brief om inlichtingen verzocht en aangekondigd een onderzoek ter plaatse te zullen uitvoeren bij Ziggo. Op 10 en 17 juni 2014 zijn e-mails uitgewisseld tussen het CBP en Ziggo met praktische informatie over het onderzoek ter plaatse. Op woensdag 18 juni 2014 heeft het onderzoek ter plaatse plaatsgevonden ten kantore van Ziggo in Zwolle. Ziggo heeft de gevraagde inlichtingen op papier overhandigd bij aanvang van het onderzoek ter plaatse.

Tijdens genoemd onderzoek heeft het CBP mondeling inlichtingen ingewonnen bij de gevolmachtigde data protection officer en verschillende technische medewerkers. Daarnaast heeft het CBP gebruikersinterfaces bekeken van een aantal databases waarmee Ziggo gegevens verzamelt en verwerkt, inzage gekregen in het gegevensverkeer dat van een gebruiker van digitale televisie over de lijn gaat en een aantal schermafdrucken laten maken.

Het CBP heeft een aantal (kopieën van) bescheiden meegenomen, in de vorm van prints op papier en digitale bestanden op een USB-stick.⁴

Bij brief en e-mail van 23 juni 2014 heeft het CBP Ziggo een overzicht gestuurd van de nog openstaande nadere vragen die het CBP tijdens het onderzoek ter plaatse had gesteld. Ziggo heeft de gevraagde inlichtingen per brief van 30 juni 2014 aan het CBP overhandigd.

Bij brief en e-mail van 26 juni 2014 heeft het CBP Ziggo een overzicht gestuurd van relevante verklaringen tijdens het onderzoek ter plaatse. Ziggo heeft bij e-mail en brief van 7 juli 2014 een reactie gestuurd op deze brief van het CBP. Het CBP heeft de ontvangst van deze reactie op 7 juli 2014 per e-mail bevestigd en Ziggo bij brief van 9 juli 2014 een aangepast overzicht gestuurd van relevante verklaringen tijdens het onderzoek ter plaatse.

Het CBP heeft op 2 december 2014 het Rapport voorlopige bevindingen vastgesteld. Het CBP heeft Ziggo bij brief van 2 december 2014 in de gelegenheid gesteld om haar zienswijze op het rapport voorlopige bevindingen naar voren te brengen. Ziggo heeft het CBP telefonisch en per e-mail van 7 januari 2015 verzocht om uitstel van de termijn voor het geven van een reactie met een week, tot en met 19 januari 2015. Het CBP heeft Ziggo het gevraagde uitstel mondeling verleend. Ziggo heeft haar zienswijze op 19 januari 2015 schriftelijk ingebracht.

Ziggo heeft aanvullende informatie gegeven in e-mails aan het CBP op 2, 9, 13, 16 en 20 februari; op 6 en 16 maart en op 2 april 2015. Het CBP heeft ontvangst van deze e-mails bevestigd. Daarnaast heeft er telefonisch overleg plaatsgevonden op 3 en 25 februari en op 11 maart 2015. Het CBP heeft dezelfde dag een samenvatting van deze laatste twee telefoongesprekken per e-mail aan Ziggo verstuurd. Op 24 maart 2015 heeft het CBP een e-mail aan Ziggo gestuurd met reactie op een vraag over het verloop van het onderzoek.

⁴ Van de tijdens het onderzoek ter plaatse gemaakte screenshots en op USB-sticks opgeslagen digitale bestanden is een kopie aan Ziggo verstrekt.

Op 28 april 2015 heeft het CBP het rapport definitieve bevindingen vastgesteld.

2.2 Zienswijze van Ziggo op de voorlopige bevindingen van het CBP van 2 december 2014 en getroffen maatregelen

In haar zienswijze van 19 januari 2015 op het Rapport voorlopige bevindingen van het CBP, zoals aangevuld per e-mails van 2, 9, 13, 16 en 20 februari, 6 en 16 maart en 2 april 2015, heeft Ziggo aangegeven dat het haar intentie is om zoveel mogelijk tegemoet te komen aan de bevindingen van het CBP. Ziggo heeft vier concrete aanpassingen gemeld of voorgesteld. Dit zijn:

1. het invoeren van bewaartermijnen voor gegevens over het kijkgedrag (ingevoerd eind oktober 2014);⁵
2. het invoeren van een anonimiseringsmethode op de drie soorten decoders waarmee Ziggo gegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag verzamelt (per 30 maart 2015);⁶
3. het invoeren van een gewijzigde toestemmingsvraag in het instellingenmenu ten aanzien van persoonlijke aanbevelingen voor Video On Demand (per 13 april 2015), en;
4. het beëindigen van de verwerking van gegevens over het kijkgedrag naar Video On Demand van klanten die geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen (per 31 maart 2015).⁷

Ziggo acht het gebruik van de term 'persoonsgegevens van gevoelige aard' verwarrend, omdat dit begrip niet in de wet voorkomt.

TV-kijkgedrag

Volgens Ziggo werden de gegevens over het gewone kijkgedrag (ook voor 30 maart 2015) uitsluitend anoniem en geaggregeerd gebruikt voor de bedrijfsvoering (markanalyse) en betreft dit geen vorm van marketing en profilering.

Video On Demand

Ziggo stelt een beroep te kunnen doen op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp voor het geanonimiseerd verwerken van kijkgedrag naar Video On Demand voor algemene aanbevelingen, als een klant geen toestemming heeft gegeven voor persoonlijke aanbevelingen. Ziggo heeft de verwerking van Video On Demand gegevens voor algemene aanbevelingen onder protest gestaakt, omdat zij de beoordeling van het CBP op dit punt onjuist vindt. Dit omdat Ziggo de gegevens geanonimiseerd verwerkt in de algemene aanbevelingen database, omdat klanten daarover wordt geïnformeerd in het privacy beleid en omdat deze verwerking geen enkele nadelige of onwenselijke gevolgen kan hebben voor de desbetreffende klanten.

Pay per Event

Ziggo stelt een beroep te kunnen doen op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp voor direct marketing op grond van bestelde Pay Per Event. Volgens Ziggo moeten de bestelgegevens van het Pay per Event product niet worden

⁵ E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

⁶ E-mail van Ziggo van 2 april 2015.

⁷ E-mails van Ziggo van 6 maart, 16 maart en 2 april 2015.

aangemerkt als registratie van kijkgedrag, omdat het gegevens zijn over de bestelling en levering van content.

In **bijlage I** bij dit rapport is de zakelijke inhoud van de zienswijze van Ziggo opgenomen per onderdeel (met de toevoeging '**Zienswijze Ziggo**'), met de reactie daarop van het CBP en in hoeverre de reactie heeft geleid tot aanpassing van de bevindingen en daarmee samenhangende wijziging(en) in de conclusies. Deze bijlage vormt een integraal onderdeel van dit rapport.

3. FEITELIJKE BEVINDINGEN

3.1 Organisatiebeschrijving Ziggo

Ziggo was (en is) de grootste aanbieder van digitale televisie in Nederland. Ziggo bediende tot 13 april 2015 circa 2,8 miljoen huishoudens in Nederland, waarvan bijna 2,3 miljoen afnemers van digitale televisie.⁸ Gedurende het onderzoek door het CBP heeft Liberty Global, de Amerikaanse moedermaatschappij van de concurrerende landelijke digitale televisie-aanbieder UPC, Ziggo overgenomen.⁹ De gefuseerde kabelmaatschappij is sinds 13 april 2015 verder gegaan onder de merknaam Ziggo.¹⁰ Het Nederlandse hoofdkantoor is in Utrecht gevestigd.¹¹

Het onderzoek van het CBP is beperkt tot de verwerking van gegevens door het oude Ziggo, en heeft betrekking op de verwerking van gegevens van mensen die voor 13 april 2015 klant van Ziggo zijn geworden. De in dit rapport beschreven verwerkingen van persoonsgegevens zijn niet gewijzigd door deze overname (alleen door eventuele maatregelen van Ziggo, zoals beschreven in dit rapport). Er was gedurende dit onderzoek geen sprake van het omzetten van bestaande Ziggo-klanten naar andere infrastructuur of systemen van het voormalige UPC.

Ziggo levert naast de reguliere digitale tv-diensten ook interactieve diensten via het digitale televisie-abonnement. Met de term interactief wordt bedoeld dat Ziggo niet alleen de signalen uitzendt, maar dat (de apparatuur aan de zijde van) de klant ook informatie terug kan zenden naar Ziggo, met behulp van een interactieve digitale

⁸ Website Ziggo, URL: <https://www.ziggo.nl/ziggo-in-het-kort/> (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014). Zie ook de specifieke beantwoording over de aantallen klanten in de brief van Ziggo van 30 juni 2014 met antwoorden op nadere vragen van het CBP, p. 3.

⁹ Tweakers, Overname Ziggo door UPC-moederbedrijf is definitief, 6 november 2014, URL: <http://tweakers.net/nieuws/99484/overname-ziggo-door-upc-moederbedrijf-is-definitief.html>

¹⁰ Persbericht Liberty Global 14 januari 2014, URL: <http://www.libertyglobal.com/pdf/press-release/Joint-announcement-press-release-Ziggo-Final.pdf> (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014). Ziggo's head office and relevant head office functions will remain in Utrecht, the Netherlands, which shall, following integration, be the head office for the combined Dutch businesses. The Ziggo head office will be fully-equipped with such functions and resources as will be necessary to implement and further develop and execute the strategy and to manage the combined Dutch businesses. The Ziggo brand shall be the brand for the combined Dutch businesses.

¹¹ Persbericht Liberty Global 14 januari 2014, URL: <http://www.libertyglobal.com/pdf/press-release/Joint-announcement-press-release-Ziggo-Final.pdf> (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014).

ontvanger. Ziggo verzamelt geen gegevens met betrekking tot het kijkgedrag van gebruikers die alleen een digitaal televisie-abonnement zonder interactieve mogelijkheid hebben. Dat is technisch ook niet mogelijk: de televisie en radiozenders worden in dat geval immers alleen doorgegeven, zonder dat er gegevens retour gaan naar Ziggo. Dit geldt ook voor de bijgeleverde elektronische programmagids (EPG). Dit signaal wordt meegezonden met het televisie- en radioverkeer, zonder dat Ziggo enige inzage verkrijgt in het gebruik ervan, ook niet met bijvoorbeeld cookies.

Ziggo levert de volgende interactieve diensten:

- TV op Bestelling - een uitzending bestellen die niet in het gekozen abonnement is inbegrepen, in dit rapport Pay Per Event genoemd. Dit geschiedt via de website van Ziggo en niet via de decoder zelf.¹² Ziggo levert drie soorten programma's bij TV op Bestelling: Erotiek, Formule 1 en Voetbal.¹³
- Video On Demand - films en televisieseries, inclusief (gratis) Uitzending Gemist bekijken voor eenmalig gebruik.
- TV Gemist - tot 10 dagen terug kijken naar programma's op de tv-zenders.¹⁴

Een deel van de klanten op digitale televisie van Ziggo in Nederland heeft de mogelijkheid geactiveerd om gebruik te kunnen maken van de interactieve diensten, dat wil zeggen, ruim [VERTROUWELIJK] abonnees.¹⁵

Ziggo stelt klanten daarnaast een gratis app ter beschikking, de Ziggo TV App. De app biedt geen toegang tot de interactieve diensten TV op Bestelling, Video On Demand en TV Gemist. Deze app valt daarom buiten het bereik van dit onderzoek door het CBP.

3.2 Gegevens interactieve digitale televisie

Ziggo heeft verklaard en het CBP heeft vastgesteld dat Ziggo de volgende gegevens verzamelt en vastlegt van klanten van interactieve digitale televisie-diensten:

- Naam (voornaam, voorletters, achternaam)
- Adres (straat of postcode met huisnummer)
- Woonplaats
- Geboortedatum
- Geslacht
- Bankrekeningnummer
- Telefoonnummer (kan zowel vast als mobiel zijn)
- E-mailadres
- Klantnummer

¹² Brief van Ziggo van 18 juni 2014 met antwoorden op onderzoeksvragen van het CBP, antwoord op vraag 2, p. 7.

¹³ Website Ziggo over TV op Bestelling, URL: <http://www.ziggo.tv/nl/tv-op-bestelling/>, (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014).

¹⁴ Brief van Ziggo van 18 juni 2014 met antwoorden op onderzoeksvragen van het CBP, antwoord op vraag 1, p. 5.

¹⁵ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, antwoord op vraag 1, p. 3. Van de klanten heeft volgens Ziggo ongeveer [VERTROUWELIJK] daadwerkelijk gebruik gemaakt van een interactieve dienst in de maand mei 2014.

- PIN code
- Betaalcode
- Provisioning number (uniek nummer in bepaalde provisioning systemen)
- NRN-nummer (netwerkregistratienummer)
- Netwerkpapad
- IP-adres
- Device ID (uniek nummer van modem en mobiele apparaten)
- Actieve producten
- Producthistorie
- Betalingsgegevens
- Factuurhistorie
- Smartcard nummer(s), sinds 30 maart 2015 niet meer van een deel van de klanten¹⁶
- Beëindigingsredenen¹⁷
- Gegeven of een klant ooit gebruik heeft gemaakt van interactieve diensten¹⁸
- Frequentie, gebruik en inhoud van VOD transacties (bestelde Video On Demand per klant)¹⁹
- Frequentie, gebruik en inhoud van PPE transacties (bestelde Pay per Event, dat wil zeggen: 'TV op Bestelling' per klant)²⁰
- Aan klant getoonde aanbevelingen²¹
- Gegeven of erotische inhoud is uitgeschakeld²²
- Van klanten met de oudere decoder: gegevens over de bekeken lineaire tv-zenders en programma's (tijdstip en naam/titel, afgeleid uit de Electronic Programming Guide - EPG)²³
- Van klanten met de oudere decoder: tijdstippen van het gebruik van de decoder en de opnamefunctionaliteit²⁴

¹⁶ Op 30 maart 2015 heeft Ziggo een technische maatregel doorgevoerd waardoor het smartcard ID niet meer wordt meegezonden met het 'gewone' tv-kijkgedrag van drie soorten decoders van Samsung en Cisco. E-mails van Ziggo van 6 maart en 2 april 2015.

¹⁷ De bovengenoemde data-elementen worden door Ziggo genoemd in de twee tabellen met klantgegevens, namelijk gegevens die Ziggo door installatie en gebruik verkrijgt, en klantgegevens die Ziggo in de orderstraat verzamelt. Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 10-11. Het CBP heeft de gegevens met betrekking tot gebruikers van de app uit deze lijst verwijderd.

¹⁸ Ziggo schrijft: "Op persoonsniveau wordt bijgehouden welke klanten wel of niet gebruik maken van de interactieve TV mogelijkheden die deze klanten tot hun beschikking hebben. Aan de hand van deze segmentatie worden klanten, die deze dienst nog niet benutten, gewezen op de ITV mogelijkheden. Wel (minstens 1 maal) of geen gebruik van de ITV-dienst is leidend bij het opstellen van het profiel." Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 23.

¹⁹ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 8. Zie ook verklaring 10 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

²⁰ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 9. Zie ook verklaring 10 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

²¹ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 12.

²² Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 13, gecorrigeerd in Zienswijze van Ziggo van 19 januari 2015, p. 9.

²³ Print-out 5 gemaakt tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014 van de user interface van de Audience Measurement database. De informatie over de bekeken tv-zenders en programma's is opgenomen in de tabellen [VERTROUWELIJK] Zie ook presentatie Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, [VERTROUWELIJK].

Met gegevens over kijkgedrag worden in dit rapport in ieder geval de onderste 6 data-elementen bedoeld. Dat wil zeggen; zowel gegevens over de bekeken lineaire zenders en programma's en daarmee samenhangende gegevens over het gebruik van de digitale tv-dienst als gegevens over de inhoud van bestelde interactieve diensten Video On Demand en Pay per Event en de daarmee samenhangende gegevens. Daarnaast kunnen ook de betalingsgegevens en producthistorie gegevens bevatten met betrekking tot de inhoud van kijkgedrag (of iemand een abonnement heeft gehad op een bepaalde premiumzender).

Aanvullend heeft het CBP vastgesteld dat Ziggo klanten indeelt in bepaalde algemene segmenten en profielen. Deze twee algemene vormen van profilering zijn niet gerelateerd aan kijkgedrag en vallen daarom buiten het bereik van dit onderzoek.

3.3 Gegevensverwerking kijkgedrag

Om de eerste onderzoeksvraag van dit rapport te beantwoorden, of Ziggo persoonsgegevens over het digitale kijkgedrag van haar klanten verwerkt voor profilering- en marketingdoeleinden in de breedste betekenis van die woorden, zijn drie verschillende gegevensverwerkingen onderzocht: gegevens over het (lineaire) tv-kijkgedrag en daarmee samenhangende gegevens, gegevens over bestelde films en gemiste uitzendingen (Video On Demand) en gegevens over bestelde Pay per Event.

Ziggo verzamelt van [VERTROUWELIJK] van de klanten die interactieve diensten hebben geactiveerd gegevens over het tv-kijkgedrag en daarmee samenhangende gegevens over het gebruik van de decoder en de opnamefunctionaliteiten. De gegevensverwerking met betrekking tot het 'gewone' tv-kijkgedrag zoals door het CBP vastgesteld, wordt beschreven in paragraaf 3.3.1 van dit rapport.

Ziggo gebruikt daarnaast gegevens over bestelde films en gemiste uitzendingen (Video On Demand) om persoonlijke en algemene aanbevelingen te tonen. Dit wordt beschreven in paragraaf 3.3.2 van dit rapport.

Ziggo maakt voor de aanbevelingen geen gebruik van de bestelde Pay per Event.²⁵ Ziggo heeft de gegevens over de bestelde Pay per Event wel eenmalig gebruikt voor direct marketing. Deze specifieke gegevensverwerking met betrekking tot Pay per Event wordt beschreven in paragraaf 3.3.3 van dit rapport.

3.3.1 Gegevensverwerking kijkgedrag tv-zenders

Om gebruik te kunnen maken van de interactieve diensten van Ziggo, is een interactieve ontvanger nodig. Dit kan zowel een los apparaat zijn, als een CI+ CAM module (Conditional Access Module, een smartcard die in toestellen kan worden geplaatst die geschikt zijn voor interactieve televisie). Beide technieken voor interactieve televisie worden hierna 'interactieve decoders' of kortweg 'decoders' genoemd.

²⁴ Print-out 5 gemaakt tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014 van de user interface van de Audience Measurement database. Informatie over het gebruik van de decoder (Set Top Box) is opgenomen in de tabellen [VERTROUWELIJK]. Zie ook presentatie Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, [VERTROUWELIJK].

²⁵ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 9.

Ziggo-kijkers kunnen gebruik maken van twee soorten interactieve decoders; een decoder met een lokaal opgeslagen gebruikersinterface (local GUI) en een (nieuwer type) decoder met een gebruikersinterface die vanuit het netwerk (de cloud) wordt verzonden (streaming GUI of SGUI). Ziggo heeft deze nieuwe user interface eind maart 2013 in gebruik genomen.²⁶

Interactieve decoder met een lokaal opgeslagen gebruikersinterface (local GUI)

Ziggo verzamelt sinds maart 2013 gegevens over het kijkgedrag naar (lineaire) televisiezenders van de groep klanten die een interactieve decoder hebben aangeschaft met een lokale gebruikersinterface (local GUI).²⁷ In de eerste week van juni 2014 ging het hierbij om de gegevens over het kijkgedrag van [VERTROUWELIJK] betrokkenen.²⁸ Dit is [VERTROUWELIJK] van het totale aantal klanten met geactiveerde interactieve diensten. Hoewel Ziggo de decoders met lokale gebruikersinterface sinds eind 2012/begin 2013 niet meer aanbiedt, worden deze bestaande drie typen decoders (de Samsung 8455/8485 en de Cisco 3102) door Ziggo nog wel ondersteund.²⁹

Ziggo verwerkt de volgende gegevens over het kijkgedrag van deze groep klanten in een *Audience Measurement* systeem van servers en databases:

- Informatie naar welke tv-zender wordt gekeken op welke tijdstip (timestamps):
- Met behulp van algemene titelinformatie uit de Electronic Programming Guide (EPG) wat het populairste programma is op een bepaald tijdstip:
- De gemiddelde kijkduur:
- Hoe vaak de opnamefunctionaliteit wordt gebruikt;
- Hoe vaak de decoder aan en uit wordt gezet, op welk tijdstip.³⁰

Het CBP heeft tijdens het onderzoek ter plaatse in de gebruikersinterface gekeken en een aantal tabellen bekeken en vastgelegd. Deze tabellen gingen onder andere over:

- 1 wat op een bepaalde dag de 20 populairste zenders waren;
- 2 een vergelijking van het aantal kijkers tussen drie verschillende zenders gedurende een dag, en;
- 3 wat op een gegeven dag de top 20 populairste programma's was.³¹

Ziggo heeft verklaard dat deze gegevens bij binnenkomst direct worden ontgaan van identificerende gegevens en dat de data alleen geaggregeerd worden opgeslagen.³²

²⁶ Verklaring 6 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014. Ziggo heeft dit antwoord aangevuld in brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 3.

²⁷ Verklaring 8 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

²⁸ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 3.

²⁹ Verklaring 7 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014. Typen decoders genoemd in de brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 3.

³⁰ Presentatie Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014 [VERTROUWELIJK].

³¹ Print-outs 1 tot en met 4 gemaakt tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014.

³² Verklaring 8 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

Ziggo heeft verklaard en het CBP heeft tijdens het onderzoek ter plaatse vastgesteld dat dit proces als volgt verloopt.

De ontvangende hoofdservers (Front End Servers) ontvangen (voortdurend) logbestanden van 4 kilobyte, met het IP-adres van de klant en een timestamp. In deze bestanden is telkens de unieke identifier van de smartcard opgenomen (smartcard ID). De hoofdservers sturen de logfile door naar de Audience Measurement server, en vernietigen timestamp en IP-adres.

De Audience Measurement server pakt de logbestanden uit, en slaat onderdelen op in de analyse tabellen, namelijk het smartcard ID, State (informatie over bekeken zenders en programma's), twee timestamps (Last Update en Last Event) en een statusvlag die aangeeft of alle files ontvangen zijn.³³

Ziggo gebruikt het smartcard ID om bestanden aan elkaar te kunnen koppelen/linken als de gegevens niet in één logbestand passen. De applicatieserver leest alleen het veld 'State' uit, met gegevens over de bekeken zenders en programma's, en wist het smartcard ID en alle data die met een smartcardnummer zijn geassocieerd nadat er van de hoofdservers een nieuw logbestand wordt ontvangen van de kijker.³⁴

Ziggo schrijft hierover: "De anonimisatie van de data is voltooid op het moment dat het smartcardnummer definitief losgekoppeld wordt van de inhoud van het bestand dat uit de STB wordt meegestuurd. (...) Na deze stap is het niet meer mogelijk om de gegevens die in het veld [VERTROUWELIJK] van de [VERTROUWELIJK] beschikbaar zijn nog te koppelen aan een smartcardnummer van een STB."³⁵

In haar zienswijze op het Rapport voorlopige bevindingen heeft Ziggo een technische maatregel aangekondigd om het anonimiseringsproces verder te verfijnen.³⁶ Ziggo heeft het CBP daarna een gespecificeerde technische beschrijving gestuurd van de mogelijkheid om het smartcard ID te vervangen door een random identifier, te genereren door de decoder.³⁷ Ziggo heeft, na een tussentijdse beoordeling door het CBP, verklaard dat de oplossing op 30 maart 2015 is doorgevoerd op de drie decoders van Cisco en van Samsung.³⁸

In plaats van het smartcard ID wordt sinds 30 maart 2015 een nieuwe random identifier meegestuurd met het dataverkeer. Deze nieuwe unieke permanente identifier wordt door de box zelf gegenereerd. Uit de technische specificaties van het

³³ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 5 en print-out 5 gemaakt tijdens het onderzoek ter plaatse van de user interface van de Audience Measurement database.

³⁴ Idem, p. 6 en screenshots.

³⁵ Idem.

³⁶ Zienswijze van Ziggo, p. 5.

³⁷ E-mail van Ziggo van 16 februari 2015.

³⁸ Telefonisch en per e-mail door Ziggo bevestigd op 1 april 2015, voorzien van ondersteunend bewijsmateriaal zoals interne Ziggo e-mails en een verklaring van de leverancier van de oplossing. Het betreft de Samsung met typenummers 8455 en 8485 en de Cisco 3102.

dataverkeer blijkt ook dat Ziggo het dynamische IP-adres van de betrokkene onmiddellijk na ontvangst verwijdt van de ontvangende server, voordat de bestanden worden doorgezonden naar de analyse-server. Ziggo verzamelt met het dataverkeer van de decoder geen andere identificatoren van de apparatuur en/of van de betrokkene. Ziggo heeft hierover verklaard: *"De Cisco boxen krijgen een IP adres uit een range en daarbij is niet bekend wie wat krijgt. Er is voor deze devices dus geen netwerkregistratienummer relatie in tegenstelling tot een kabelmodem waar dit wel het geval is."*³⁹

Door deze aanpassing van de werkwijze beschikt Ziggo niet meer over een koppelmogelijkheid tussen de nieuwe identifier uit de decoder en de klant en/of de decoder. Ziggo heeft sinds 30 maart 2015 geen registratie meer van de smartcard ID's van de houders van deze decoders.

Interactieve decoder met een gebruikersinterface die vanuit het netwerk (de cloud) wordt verzonden (streaming GUI of SGUI)

Ten aanzien van de klanten met een nieuwer type decoder (streaming GUI of SGUI) baseert Ziggo haar kennis over de populariteit van tv-zenders en programma's alleen op de statistieken van de Stichting Kijkonderzoek (SKO).⁴⁰

3.3.2 Gegevensverwerking Video On Demand

Ziggo verzamelt en verwerkt van alle klanten met een interactieve decoder gegevens over het gebruik van Video On Demand sinds de introductie van deze diensten in 2008 en gebruikt deze gegevens voor de levering en facturering van de diensten. Sinds 2013 gebruikt Ziggo deze gegevens ook om aanbevelingen te tonen.

Technisch verwerkt Ziggo deze gegevens als volgt. Ziggo ontvangt [VERTROUWELIJK] een elektronisch bestand. Dit bevat per klant met een interactieve decoder over [VERTROUWELIJK] onder andere:

- het unieke product ID van een bestelde film of uitzending
- de titels van films die opgevraagd zijn
- overige metadata zoals genre en sleutelwoorden
- de transactie (of de dienst is inbegrepen bij het abonnement of niet, en in dat laatste geval, het verschuldigde bedrag).⁴¹

Alle programma's die een klant bestelt, worden geregistreerd in een database. Om aanbevelingen te tonen, worden de gegevens doorgeleid naar een andere database, zonder de direct identificerende klantgegevens.

Ziggo verwerkt de bovengenoemde gegevens over bestelde Video On Demand voor drie soorten aanbevelingen. Dit zijn:

³⁹ E-mail van Ziggo van 16 februari 2015, bijlage 'Nadere uitwerking implementatie Random ID t.b.v. Audience Measurement.

⁴⁰ Verklaring 8 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

⁴¹ Verklaring 10 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

- 1 - Persoonlijke aanbevelingen, gebaseerd op eigen kijkgedrag.
- 2 - Algemene aanbevelingen aan klanten die niet hebben toegestemd met persoonlijke aanbevelingen, gebaseerd op het kijkgedrag van alle Video On Demand-gebruikers.
- 3 - Om item 2 item aanbevelingen te tonen aan alle klanten, op basis van titels die door alle andere klanten het vaakst zijn bekeken in relatie tot die titel.

Ziggo schrijft dat zij daarnaast de gegevens over het genre van de bekeken content (bestelde Video On Demand) over het totaal van klanten uitsplitst "om richting te geven aan de inkoop van nieuwe content."⁴² Met deze gegevens kan Ziggo bijvoorbeeld bepalen welke films en genres populair zijn, en welke niet.

Persoonlijke aanbevelingen

Als klanten 'Akkoord' hebben geklikt op de vraag naar het tonen van aanbevelingen op het beeldscherm tijdens de installatie van de interactieve diensten, gebruikt Ziggo de inhoudelijke gegevens over bekeken Video On Demand om persoonlijke aanbevelingen te tonen aan klanten met een decoder met een SGUI. Ziggo gebruikt hiervoor het bestelgedrag van de afgelopen zes maanden.⁴³ Daarnaast houdt Ziggo een lijst bij met eerder aan de klant getoonde aanbevelingen en gebruikt die tot 30 dagen terug bij het kiezen van aanbevelingen.⁴⁴

Voor de persoonlijke aanbevelingen gebruikt Ziggo vijf data-elementen, namelijk:

1. De Ziggo Video On Demand catalogus
2. De Transaction Detail Records en Subscription Detail Records per klant tot zes maanden terug, en een bestand met de eerder getoonde aanbevelingen tot 30 dagen terug.
3. Gedetailleerde informatie (metadata) over een titel (soort film, plot, sfeer, acteurs, leeftijds en inhoudsindicatie)
4. Weegfactoren voor de onder 3 genoemde metadata
5. Het persoonlijke klantprofiel.⁴⁵

Over het klantprofiel schrijft Ziggo: "Het profiel bevat op basis van het VOD kijkgedrag per metadata item een percentage dat het kijkgedrag van het profiel weergeeft. Als bijvoorbeeld bij een profiel veel titels met het genre actie is bekeken, dan zou er kunnen staan: Actie 60%, Komedie 20%, Drama 15%, Thriller 5%."⁴⁶

Voor ieder profiel berekent Ziggo de volgorde van de aanbevelingen, op basis van relevantie aan het hand van de data-elementen en weegfactoren. Deze berekening vindt [VERTROUWELIJK] plaats voor een persoonlijk profiel. In de user interface wordt alleen de top zes resultaten van de aanbevelingen getoond voor het

⁴² Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 13.

⁴³ In de brief van Ziggo van 18 juni 2014 is op p. 26 sprake van een bewaartermijn van drie maanden voor de recommendations, maar in de brief van 30 juni 2014 geeft Ziggo aan dat er voor de recommendations gebruikt wordt gemaakt van de transactiegegevens tot zes maanden terug (p. 12).

⁴⁴ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 12.

⁴⁵ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 12.

⁴⁶ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 12.

desbetreffende profiel.⁴⁷ Aanvullend heeft Ziggo toegelicht dat onderscheid wordt gemaakt in de aanbevelingen voor reguliere films en voor erotische films. Ziggo legt vast of de klant erotiek in het menu wil verbergen. *"Als een klant heeft aangegeven erotiek niet in het menu te willen zien is het erotiek domein niet zichtbaar en daarmee de aanbevelingen eveneens niet."*⁴⁸ Als een klant de erotische inhoud niet heeft uitgeschakeld, en akkoord is gegaan met persoonlijke aanbevelingen, zijn de aanbevelingen voor erotische inhoud gebaseerd op de nevenlijst van meest frequent bekeken erotische titels door andere klanten (item 2 item aanbeveling).⁴⁹

Ziggo legt niet vast of een klant ingaat op een aanbeveling. Ziggo kan in de gegevens over het bestelgedrag wel zien of een klant een bepaalde film heeft besteld, en gebruikt die informatie om te voorkomen dat een klant een aanbeveling krijgt getoond voor een film die hij al bekeken heeft.⁵⁰

Algemene aanbevelingen

Als klanten niet gekozen hebben voor het tonen van aanbevelingen, toonde Ziggo, tot 31 maart 2015, twee soorten algemene aanbevelingen.

1. *Generieke aanbeveling: Aanbeveling op basis van geaggregeerd VOD kijkgedrag, tot 6 maanden terug, die wordt getoond indien geen akkoord is gegeven voor gebruik van data voor persoonlijke aanbeveling.*
2. *Item 2 item aanbeveling: Na het selecteren van een specifieke titel een selectie van titels tonen die het vaakst zijn bekeken door het totaal van gebruikers, op basis van de geselecteerde titel.*⁵¹

Ziggo gebruikte hiervoor dezelfde gegevens als voor persoonlijke aanbevelingen. Alleen was er sprake van een generiek profiel en werd de berekening [VERTROUWELIJK] uitgevoerd, in plaats van [VERTROUWELIJK].

Ziggo verklaarde over de algemene aanbevelingen: *"Indien de klant besluit om geen gebruik te maken van de individuele aanbevelingen, worden de aanbevelingen die de klant ontvangt, gebaseerd op het kijkgedrag van de totale ITV installed base (generieke aanbevelingen)."*⁵² Ziggo vulde daarbij aan: *"De verkregen gegevens worden in dat geval alleen op geaggregeerd niveau gebruikt ten behoeve van het vaststellen van algemene aanbevelingen."*⁵³

Item 2 item aanbevelingen

Ziggo hanteerde tot 31 maart 2015 dezelfde werkwijze voor item 2 item aanbevelingen. Om deze algemene aanbevelingen te kunnen tonen aan alle Video On Demand-gebruikers, keek Ziggo op het totaal van de klanten die een specifieke titel hadden bekeken, naar welke andere films zij hadden gekeken. Dit op basis van een lijst van de meest frequent bekeken titels. Voor elke titel had Ziggo op die manier een nevenlijst van andere meest bekeken titels. De top tien hiervan werd getoond in het

⁴⁷ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 13.

⁴⁸ Zienswijze van Ziggo van 19 januari 2015, p. 9.

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 13.

⁵¹ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 12.

⁵² Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 28.

⁵³ Brief van Ziggo van 7 juli 2014, p. 3.

menu onder het kopje 'Anderen keken ook', nadat een gebruiker een specifieke titel had gekozen om de informatie erover te lezen.⁵⁴

Ziggo heeft verklaard dat zij op 31 maart 2015 is gestopt met het verwerken van de gegevens over het kijkgedrag naar Video On Demand voor generieke en item 2 item aanbevelingen ten aanzien van klanten die niet op 'Akkoord' hebben geklikt voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen.⁵⁵

3.3.3 Gegevensverwerking Pay per Event

Ziggo verzamelt en verwerkt van alle klanten met een interactieve decoder gegevens over het gebruik van Pay per Event sinds de introductie van deze dienst in 2012. In het profiel van elke klant wordt geregistreerd of hij ooit een TV op bestelling dienst heeft afgenomen, of niet.

Ziggo heeft de gegevens over bestelde Pay per Event-diensten eenmalig gebruikt voor direct marketing doeleinden. Hierover schreef Ziggo aanvankelijk: *"Bij TVOB is gekeken welke content klanten in het verleden besteld hebben met als doel kunnen geven van een relevante aanbieding. Zo worden bijvoorbeeld klanten die vaker een voetbalwedstrijd van Ajax besteld hebben geattendeerd op een volgende wedstrijd van Ajax die als TVOB beschikbaar zal zijn [onderstreping toegevoegd door het CBP]."*⁵⁶

Aanvullend heeft Ziggo verklaard dat dit eenmalig is gebeurd. In haar zienswijze heeft Ziggo verklaard dat zij niet voornemens is de gegevens over Pay per Event in de toekomst te gaan gebruiken voor direct marketing.⁵⁷ Naderhand heeft Ziggo aangevuld dat zij voor deze verwerking in de toekomst een beroep doet op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp. Dit wordt beschreven in paragraaf 3.5 van dit rapport, en beoordeeld in paragraaf 5.4.3 van dit rapport.

3.4 Informatie door Ziggo

Ziggo verstrekt op vijf manieren informatie aan de consument en/of abonnee over de verwerking van persoonsgegevens in het kader van interactieve digitale televisie. Dit zijn:

- Privacybeleid
- Algemene voorwaarden
- Melding aan het CBP (als vorm van informatie aan (toekomstige) abonnees)
- Informatie op het beeldscherm bij aanvang van het gebruik van de digitale televisiediensten
- Algemene informatie op de website www.ziggo.nl

3.4.1 Privacybeleid

Betrokkenen die voor 13 april 2015 een overeenkomst zijn aangegaan met (het oude) Ziggo voor (interactieve) digitale televisie, ontvingen het privacybeleid van Ziggo.

⁵⁴ Brief van Ziggo van 30 juni 2014, p. 13.

⁵⁵ E-mails van Ziggo van 6 maart, 16 maart en 2 april 2015.

⁵⁶ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 23.

⁵⁷ Zienswijze van Ziggo van 19 januari 2015, p. 9.

Het Privacybeleid van Ziggo (versie van februari 2013),⁵⁸ bevatte, voor zover relevant, de volgende informatie.

Ziggo schrijft:

"Onder Gebruikersgegevens wordt onder andere verstaan: uw naam, adres, woonplaats, geboortedatum, bankrekeningnummer, telefoonnummer, e-mailadres en inlognaam en wachtwoord (in geval u gebruik maakt van een persoonlijke digitale omgeving)."

"Onder Verkeers- en Locatiegegevens wordt onder andere verstaan: de gebruikte telefoonnummers (oproeper en opgeroepen), het gebruikte IP-adres, datum en tijdstip van start en einde communicatie (telefonie), datum en tijdstip van de log-on of log-off (internet)."

Deze definities bevatten geen (omschrijving van) kijkgedrag.

De twee belangrijkste doeleinden waarvoor Ziggo gegevens met betrekking tot klanten van (interactieve) digitale televisie verwerkt, zijn volgens het Privacybeleid van Ziggo:

- *Levering van onze producten en diensten; Ziggo verwerkt in de eerste plaats uw persoonsgegevens voor de uitvoering van de overeenkomst tot het leveren van producten of diensten. Dat houdt onder andere in: het in behandeling nemen van een aanvraag, het aansluiten en in gebruik nemen van een verbinding, (technische) support, krediettoetsing, facturering en incasso en het afhandelen van alle vragen, verzoeken, klachten en geschillen met betrekking tot de diensten (klantenservice).*
- *Gezonde bedrijfsvoering; verbetering van (de kwaliteit van) onze producten en diensten; Ziggo verwerkt verkeersgegevens om de kwaliteit van de dienstverlening te waarborgen en zijn klanten zo optimaal mogelijk van dienst te kunnen zijn. De verwerking van persoonsgegevens is nodig om de gevraagde diensten te leveren, maar ook om voortdurend te verbeteren en aan te passen aan de klantbehoefte.⁵⁹*

In haar privacybeleid schreef Ziggo dat informatie over digitaal kijkgedrag alleen anoniem wordt gebruikt: *"Ziggo houdt geen identificeerbare persoonlijke informatie bij over kijkgedrag van de televisieproducten, tenzij strikt noodzakelijk voor de uitvoering van de overeenkomst (zoals levering van de 'On Demand' of 'TV op Bestelling' diensten en facturering daarvan) of na uitdrukkelijke toestemming van de klant (opt-in). Wel gebruiken we deze informatie in anonieme en geaggregeerde vorm*

⁵⁸ Ziggo B.V. – Ziggo Privacybeleid – AZ.PBW febr13, URL: <https://cdn.ziggo.nl/site/binaries/content/assets/disclaimers/privacybeleid-ziggo.pdf> (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014).

⁵⁹ Ziggo Privacybeleid, p. 2. Daarnaast verwerkt Ziggo volgens het Privacybeleid gegevens van klanten voor onder andere opleiding en training van klantenservicemedewerkers; onderhoud en beheer van het netwerk en voldoen aan diverse wettelijke verplichtingen. Deze doeleinden van de verwerking vallen buiten het bereik van dit onderzoek door het CBP.

*om te kunnen inventariseren en analyseren hoe en in welke mate de verschillende diensten en content worden gebruikt om dienstverlening te verbeteren."*⁶⁰

Het Privacybeleid bevatte (en bevat) een kopje 'Opt-in en Opt-out'. Hier schrijft Ziggo: "Ziggo maakt gebruik van zowel de opt-in- als de opt-outmethode. Opt-in wil zeggen dat gegevens pas worden verwerkt als u voor het omschreven doel daarvan akkoord hebt gegeven, Opt-out betekent dat gegevens worden verwerkt maar dat u de mogelijkheid heeft verwerking te stoppen."⁶¹ Ziggo geeft geen nadere toelichting op welke diensten een opt-in of een opt-out van toepassing is.

Het Privacybeleid bevatte de volgende informatie over bewaartermijnen van gegevens over kijkgedrag. Ziggo schreef: "Ziggo bewaart uw persoonsgegevens niet langer dan wettelijk is toegestaan (dan wel verplicht is, zie hiervoor onder 'Voldoen aan een wettelijke verplichting') en noodzakelijk voor de doeleinden waarvoor Ziggo de gegevens heeft verzameld. Hoelang de gegevens worden bewaard is afhankelijk van de aard van de gegevens en het doel waarvoor ze worden verwerkt. De bewaartermijn verschilt per categorie gegevens."⁶²

Op 13 april 2015 is voor bestaande klanten van Ziggo een gewijzigd privacybeleid in werking getreden.⁶³ De hierboven geciteerde teksten zijn ongewijzigd, op twee punten na. Dit betreft nieuwe informatie over kijkcijferaantallen, en over bewaartermijnen.

Onder de hoofdkop 'Gebruik van anonieme of geaggregeerde informatie', onder het eerste tussenkopje 'Trendanalyses en Kijkcijfers' heeft Ziggo sinds 13 april 2015 als nieuwe informatie toegevoegd:

Deze informatie gebruikt Ziggo om haar diensten- en productpakket te evalueren en deze eventueel aan te passen. Deze gegevens zijn niet herleidbaar tot individuele klanten.

Ziggo gebruikt deze gegevens tevens om te kunnen voldoen aan haar betalingsverplichtingen jegens de omroepen, film/content aanbieders en andere rechthebbenden. Daarvoor kan Ziggo geanonimiseerde kijkcijferaantallen aan deze partijen en/of Stichting Kijkcijfer Onderzoek verstrekken.

Onder het kopje 'Bewaartermijnen' heeft Ziggo aan het gewijzigde privacybeleid toegevoegd:

Gegevens over 'On Demand' bestellingen en belgegevens worden gedurende maximaal 18 maanden bewaard ten behoeve van het versturen van (gespecificeerde) facturen en de afhandeling van eventuele geschillen. Indien u akkoord heeft gegeven voor het verwerken van uw 'On Demand' kijkgedrag voor persoonlijke aanbevelingen worden die gegevens daarvoor gedurende maximaal 14 maanden bewaard.

⁶⁰ Privacybeleid Ziggo versie februari 2013, URL:

https://static.ziggo.nl/images/Privacybeleid%20Ziggo_tcm14-2127.pdf.

⁶¹ Privacybeleid Ziggo, p. 4.

⁶² Privacybeleid Ziggo, p. 4.

⁶³ Privacybeleid Ziggo B.V., URL: [https://www.ziggo.nl/pdf/Privacybeleid Ziggo BV.pdf](https://www.ziggo.nl/pdf/Privacybeleid%20Ziggo%20BV.pdf) (forensisch vastgelegd door het CBP op 16 april 2015).

Per e-mail van 6 maart 2015 heeft Ziggo aangegeven dat de in het gewijzigde privacybeleid genoemde termijnen (van 18 en 14 maanden) al per eind oktober 2014 in de systemen van Ziggo zijn ingevoerd.

Het CBP heeft vastgesteld dat Ziggo betrokkenen niet actief heeft geïnformeerd over deze wijziging. Klanten hebben geen berichten ontvangen van Ziggo over de wijziging van het privacybeleid per 13 april 2015.⁶⁴ Op de privacypagina op de website van Ziggo, staan sinds 13 april 2015 twee documenten genoemd.⁶⁵ Dit zijn:

- 1 - Consumentenbeleid Privacy Ziggo - van toepassing op alle bestaande klanten van voorheen UPC én op alle klanten die sinds 13 april 2015 klant zijn geworden van Ziggo;
- 2 - Privacybeleid Ziggo B.V., van toepassing op bestaande klanten van Ziggo voor 13 april 2015.

Op deze pagina wordt niet vermeld dat er nieuwe informatie over de gegevensverwerkingen met betrekking tot kijkgedrag is opgenomen in het privacybeleid. Ook de speciale informatiepagina over het samengaan van UPC en Ziggo bevat geen informatie over de wijziging van het privacybeleid. De pagina verwijst naar een sectie met vragen en antwoorden gericht op Ziggo consumenten.⁶⁶ Daarin wordt gesteld dat de voorwaarden niet wijzigen:

Veranderen de algemene voorwaarden?

Nee, die veranderen niet. Als je al klant bent bij Ziggo, dan blijven de huidige algemene voorwaarden gelden. Er zijn wel nieuwe aanvullende voorwaarden van toepassing als je vanaf half april kiest voor een nieuw product of een nieuwe dienst van Ziggo.

3.4.2 Algemene Voorwaarden

Ziggo heeft klanten begin augustus 2014 geïnformeerd dat per 15 augustus 2014 nieuwe algemene voorwaarden in werking treden voor nieuwe abonnees, en dat de wijziging op 15 september 2014 ingaat voor bestaande abonnees.⁶⁷ Deze algemene voorwaarden zijn niet gewijzigd voor bestaande klanten van Ziggo.

Artikel 20 van de nieuwe Algemene Voorwaarden is gewijd aan privacy en gegevensbescherming. Ziggo schrijft melding te hebben gedaan van de verwerking van persoonsgegevens bij het CBP. Ziggo geeft de volgende samenvatting van de doeleinden van de verwerking van persoonsgegevens:

⁶⁴ Het CBP heeft voor het doeleinde van dit onderzoek zelf een abonnement genomen op Ziggo interactieve diensten, en geen berichten ontvangen (op papier of digitaal) over deze wijziging.

⁶⁵ URL: <https://www.ziggo.nl/privacy/> (forensisch vastgelegd door het CBP op 16 april 2015).

⁶⁶ URL: <https://www.ziggo.nl/klantenservice/welkom/ziggo-consumenten/> (forensisch vastgelegd door het CBP op 16 april 2015).

⁶⁷ Ziggo nieuwe algemene voorwaarden per 15 augustus 2014, URL: https://cdn.ziggo.nl/site/binaries/content/assets/disclaimers/voorwaarden/algemene-basisvoorwaarden-ziggo_2014.pdf (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014). Ziggo informeert over deze wijziging via de URL: <https://www.ziggo.nl/over-ziggo/voorwaarden> (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014).

- levering van diensten via netwerken;
- het berekenen, vastleggen en innen van eenmalige en terugkerende kosten voor geleverde diensten, waaronder begrepen het in handen van derden stellen van vorderingen alsmede andere activiteiten van intern beheer;
- direct marketing, het verzenden of bezorgen van de publicaties die op de diensten van Ziggo betrekking hebben en andere informatie ten behoeve van abonnees;
- onderhoud en beheer van het netwerk, risicobeperking, servicegerichte activiteiten, klantbenadering en marktonderzoek; en
- verzenden van mondelinge, schriftelijke en elektronische boodschappen

Ziggo schrijft dat klanten een opt-outmogelijkheid krijgen voor het gebruik van hun persoons- en verkeersgegevens voor bovengenoemde doeleinden, waaronder marktonderzoek en direct marketing:

"De persoons- en verkeersgegevens van de Klant kunnen door Ziggo worden gebruikt voor de in het tweede lid van dit artikel bedoelde doelen, tenzij de Klant Ziggo te kennen geeft daartegen bezwaar te hebben. Bij de verwerking van de persoons- en verkeersgegevens van de Klant wordt rekening gehouden met persoonlijke voorkeuren van de Klant."

In artikel 20, onder punt 8, informeert Ziggo als volgt over de bewaartermijn:

"De persoon- en verkeersgegevens zullen niet langer worden bewaard dan vereist voor een goede bedrijfsvoering en/of dan wettelijk verplicht dan wel vereist is."

Ten opzichte van de voorheen geldende Algemene Voorwaarden (geldig vanaf 1 september 2009 tot 15 augustus 2014)⁶⁸ is niet veel gewijzigd met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens. Wel is aan sub paragraaf 5, over de verwerking van persoons- en verkeersgegevens, de volgende zin toegevoegd:

"Niet geanonimiseerde verwerking van verkeersgegevens voor marktonderzoek en direct marketing geschiedt pas na toestemming van de Klant, deze toestemming kan te allen tijde weer door de Klant worden ingetrokken."

3.4.3 Melding bij het CBP

Ziggo heeft geen aparte melding gedaan bij het CBP van gegevensverwerking van klanten van digitale televisie, maar wel een melding gedaan van de gegevensverwerking met betrekking tot marketing, gemeld bij het CBP onder verwerkingsnummer m1365650. Omdat het meldingsregister een openbare bron is, kan een melding gezien worden als een vorm van informatieverstrekking aan het publiek over de soorten persoonsgegevens en doeleinden van de gegevensverwerkingen door Ziggo, ook met betrekking tot digitale tv-diensten.

Uit melding m1365650 'Marketing Ziggo' van 19 mei 2008 blijkt dat Ziggo gegevens verwerkt voor product- en dienstontwikkeling, en voor zover toegelaten door specifieke wetgeving, het vastleggen en analyseren van transacties, interesses, verzoeken om informatie en voorlichting. Ziggo gebruikt daarvoor onder andere

⁶⁸ Algemene Voorwaarden Ziggo per 1 september 2009, URL: <https://cdn.ziggo.nl/site/binaries/content/assets/disclaimers/voorwaarden/ziggo-algemene-startvoorwaarden.pdf> (forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014).

'verbruiksgegevens' en 'navigatiegegevens' evenals 'additionele gegevens klantstatus/waarde', 'perceelkenmerken', 'voorkeuren en interesses'. Ziggo verstrekt volgens de melding gegevens aan samenwerkende partners buiten Ziggo voor marketingdoeleinden. Desgevraagd heeft Ziggo verklaard dat zij geen persoonsgegevens met betrekking tot het kijkgedrag aan derde partijen verstrekt, en dat zij dat ook nooit heeft gedaan.⁶⁹

3.4.4 Scherminformatie televisie

In de vierde plaats informeert Ziggo klanten op het scherm, bij installatie van een (interactief) digitaal televisie-abonnement.

Interactieve decoder met een lokaal opgeslagen gebruikersinterface (local GUI)

Op de interactieve decoders met lokaal opgeslagen gebruikersinterface (local GUI) is geen toestemmingsvraag opgenomen voor het vastleggen van het kijkgedrag naar televisiezenders. Op dit type decoder is evenmin een toestemmingsvraag opgenomen voor het verwerken van gegevens over het bestellen van films of losse uitzendingen.⁷⁰

Ziggo heeft verklaard dat een klant op dit type interactieve decoder in de beginperiode (2008/2009) alleen gebruik kon maken van interactieve diensten als Video On Demand als de video-on-demand activatiemodule correct was uitgevoerd, met het invoeren van een activatiecode. Na die beginperiode hoefde de klant geen activatiecode meer in te vullen, maar waren dergelijke decoders na correcte installatie automatisch geschikt voor het gebruik van interactieve diensten.⁷¹

Interactieve decoder met een gebruikersinterface die vanuit het netwerk (de cloud) wordt verzonden (streaming GUI of SGUI)

Op de interactieve decoders waarbij de gebruikersinterface in de cloud is opgeslagen hoeft evenmin een activatiemodule te worden uitgevoerd.⁷² Op deze decoders kreeg de klant bij installatie van de interactieve module tot 13 april 2015 de volgende toelichting te zien: "Persoonlijk gebruik Met persoonlijke suggesties hoeft u minder te zoeken en haalt u het maximale uit uw TV-abonnement. Met interactieve TV worden persoonlijke suggesties getoond voor programma's, series en films op basis van uw kijkgedrag." Wie dan op 'volgende' klikte, kreeg op een apart pop-up scherm een toelichting te zien op het vastleggen door Ziggo van "uw kijk-, klik- en navigatiegedrag". Ziggo lichtte dit als volgt toe: "We bekijken hoe u de navigatie gebruikt, welke pagina's u bezoekt en welke items u bekijkt of bestelt. Met deze kennis kunnen wij de functionaliteit en inhoud van onze producten en diensten verbeteren, zoals persoonlijke suggesties voor TV-programma's en On Demand films."

⁶⁹ Verklaring 12 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

⁷⁰ Verklaring 7 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

⁷¹ Verklaring 7 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

⁷² Verklaring 7 van Ziggo tijdens het onderzoek ter plaatse van 18 juni 2014, zoals bevestigd per brief van het CBP van 9 juli 2014.

Ziggo meldde ook:

"Door akkoord te gaan, geeft u ons toestemming om:

- uw verkeer- en datagegevens vast te leggen, alleen op het moment dat u van onze diensten gebruik maakt
- uw verkeer- en datagegevens te analyseren per gebruiker(sgroep)
- u op basis van gemaakte analyses persoonlijke aanbevelingen te doen via de bij ons bekende adressen en apparaten waarmee wij onze diensten aan u leveren

Ziggo zal deze gegevens nooit aan derden verkopen en gebruikt deze uitsluitend zoals hierboven beschreven. Mocht u het niet op prijs stellen dat wij uw gedrag vastleggen, dan kunt u deze functie uitschakelen in het menu via Account / Instellingen. Wanneer u deze functie uitschakelt, ontvangt u geen persoonlijke suggesties meer en is het mogelijk dat bepaalde onderdelen van het menu verminderd dan wel niet functioneren." Zie illustratie 1 en 2 in dit rapport.

Het CBP heeft vastgesteld dat het scherm alleen een 'AKKOORD'-knop bevatte, geen mogelijkheid om 'Nee' of 'Niet akkoord' te kiezen (zie Illustratie 1 en 2 in dit rapport). Een klant kon wel, na voltooiing van de installatie, via het hoofdmenu, 'Account' / 'Instellingen' onder het kopje 'Beveiliging' de personalisatie weer uitzetten.⁷³

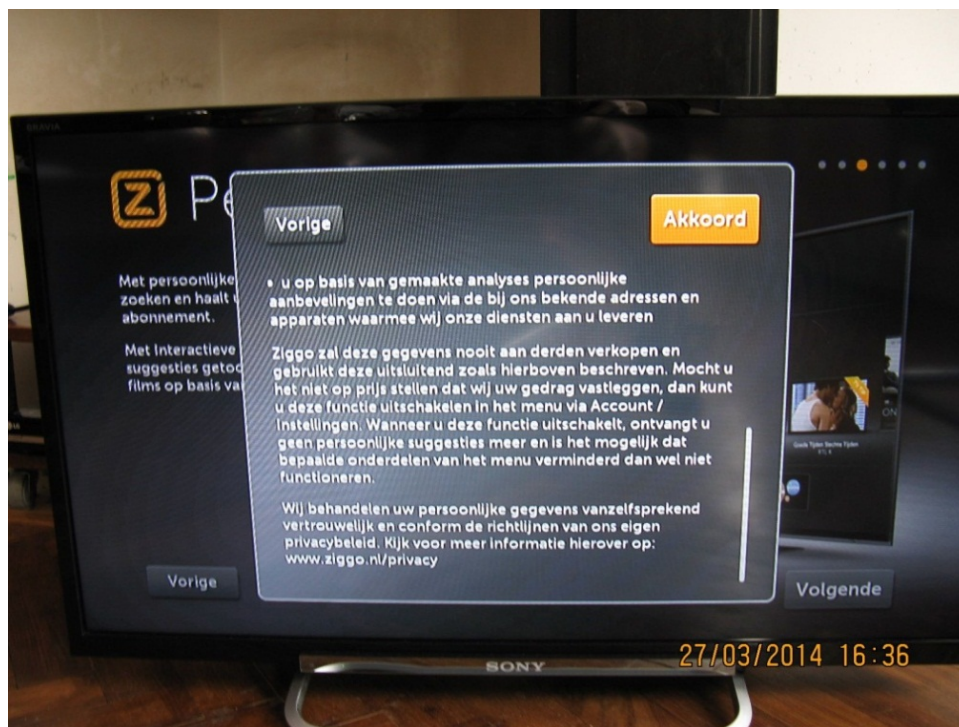
Illustratie 1 - screenshot installatiemenu Persoonlijk Gebruik⁷⁴



⁷³ Het CBP heeft voor het doeleinde van dit onderzoek een abonnement genomen op Ziggo interactieve tv. Forensisch vastgelegd door het CBP op 27 maart 2014, IMG_1878.JPG

⁷⁴ Idem, IMG-1818.JPG.

Illustratie 2 - screenshot installatiemenu Persoonlijk Gebruik⁷⁵



Op 13 april 2015 heeft Ziggo voor nieuwe klanten een nieuwe toestemmingsvraag ingevoerd.

Uit de scherm informatie blijkt dat klanten een keuze hebben tussen een 'Akkoord' en een 'Niet akkoord' knop voor persoonlijke aanbevelingen. Ziggo schrijft in deze schermtekst, voor zover relevant:

"Wanneer u deze (Video on Demand) dienst gebruikt, zullen wij:

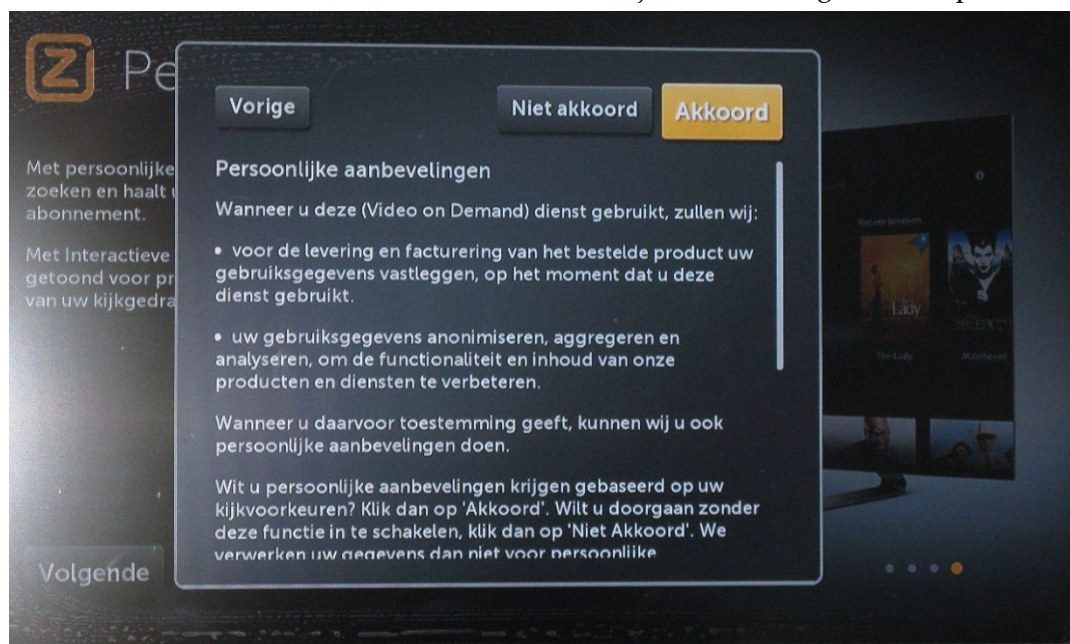
- voor de levering en facturering van het bestelde product uw gebruiksgegevens vastleggen, op het moment dat u deze dienst gebruikt.*
- uw gebruiksgegevens anonimiseren, aggregeren en analyseren, om de functionaliteit en inhoud van onze diensten te verbeteren.*

Wanneer u daarvoor toestemming geeft, kunnen wij u ook persoonlijke aanbevelingen doen.

Wilt u persoonlijke aanbevelingen krijgen gebaseerd op uw kijkvoorkeuren? Klik dan op 'Akkoord'. Wilt u doorgaan zonder deze functie in te schakelen, klik dan op 'Niet Akkoord'. We verwerken uw gegevens dan niet voor persoonlijke aanbevelingen. We tonen in dat geval alleen algemene aanbevelingen. (...)"

⁷⁵ Idem, IMG-1819.JPG

Illustratie 3 - screenshot installatiemenu Persoonlijke aanbevelingen na 13 april 2015⁷⁶



Ziggo heeft daarbij verklaard: "Zoals eerder telefonisch met u besproken, betreft het een installatievraag en zullen bestaande klanten deze wijziging niet krijgen gepushed."⁷⁷

Het CBP heeft op 15 en 17 april 2015 de nieuwe scherm informatie met betrekking tot Video On Demand vastgelegd.⁷⁸ De scherm informatie is vanuit drie verschillende klantsituaties bekeken:

- 1 - Een Ziggo-klant met een Humax decoder die voor 13 april 2015 via de optie 'persoonlijke suggesties', onder 'beveiliging', onder instellingen van 'account' gekozen had om de verwerking voor persoonlijke aanbevelingen te beëindigen⁷⁹;
- 2 - Een Ziggo-klant met een Samsung decoder die nooit eerder interactieve diensten had geactiveerd.⁸⁰
- 3 - Een Ziggo-klant met een Humax decoder die nooit eerder interactieve diensten had geactiveerd.⁸¹

Het CBP heeft vastgesteld dat aan de twee laatst genoemde klanten, die nog niet eerder interactieve televisie had geactiveerd, de scherm informatie is getoond zoals door Ziggo op 20 februari 2015 aan het CBP voorgelegd.

⁷⁶ Scherm informatie forensisch vastgelegd door het CBP op 15 april 2015.

⁷⁷ E-mail van Ziggo van 2 april 2015.

⁷⁸ Scherm informatie forensisch vastgelegd door het CBP op 15 en 17 april 2015 op het installatiescherm van drie bestaande Ziggo klanten.

⁷⁹ Op het scherm verscheen de mededeling dat Ziggo Interactieve Televisie versie 6.0 was geïnstalleerd met een toelichting op het nieuwe product MyPrime. De tekst bevatte geen informatie over aanbevelingen. De decoder was een Humax IRHD-5300C / NL, met serienummer [VERTROUWELIJK].

⁸⁰ Het betreft een Samsung SMT-C7140, met serienummer [VERTROUWELIJK].

⁸¹ Het betreft een Humax iHDR-5200C / NL, met serienummer [VERTROUWELIJK].

De opt-out instelling van de eerst genoemde klant was na 13 april 2015 gehandhaafd, en bleef dat ook na reset naar de fabrieksinstellingen. Het was voor deze eerste klant niet mogelijk om - ook na herhaalde reset naar fabrieksinstellingen - de nieuwe toestemmingsvraag in beeld te krijgen. In de instellingen 'account' was bij deze klant de volgende keuzemogelijkheid zichtbaar:

Persoonlijke suggesties
Nee, niet personaliseren
Ja, wel personaliseren

Indien de selectiebalk op 'Niet personaliseren' werd gezet, zonder dat er al op geklikt werd, verscheen onderaan dit scherm de tekst:

Niet personaliseren
-Veel zoeken naar interessante films of programma's
-Geen persoonlijke suggesties

Indien de selectiebalk boven 'Wel personaliseren' werd gezet, verscheen onderaan dit scherm de tekst:

Wel personaliseren
+ Suggesties gebaseerd op wat u kijkt
+ Suggesties gebaseerd op wat u hoog waardeert
+ Direct interessante films of programma's, zonder te zoeken⁸²

3.4.5 Website Ziggo

Ziggo verstrekt (toekomstige) klanten ten slotte ook informatie via haar website, op <http://www.ziggo.nl>.

Het CBP heeft vastgesteld dat de website van Ziggo over de interactieve digitale diensten (<https://www.ziggo.nl/klantenservice/televisie-radio/interactieve-tv>) geen informatie bevat over de verzameling en verwerking van persoonsgegevens met betrekking tot het kijkgedrag.⁸³ Hoewel Ziggo schrijft dat zowel het Privacybeleid als de Algemene Voorwaarden beschikbaar zijn met één klik op de informatiebalk in de portal,⁸⁴ stelt het CBP vast dat deze informatiebalk alleen onderaan de pagina te vinden is. Een bezoeker moet een aantal malen naar beneden scrollen voordat hij ziet dat helemaal onderaan de webpagina onder het woord 'privacy' een hyperlink te vinden. De link is opgenomen in een smalle witte regel. Het CBP heeft vastgesteld dat de website van Ziggo niet op andere, meer in het oog springende, plaatsen een verwijzing bevat naar het privacybeleid. De verwijzingen naar het Privacybeleid en de Algemene Voorwaarden zijn niet opgenomen in de veel grotere algemene informatiebalk onderaan elke webpagina, met veel opvallender witte letters tegen een zwarte achtergrond. Deze grote informatiebalk bevat verwijzingen naar alle diensten, veelgestelde vragen en bijvoorbeeld contactgegevens van Ziggo.

⁸² Schermteksten forensisch vastgelegd door het CBP op 15 april 2015.

⁸³ Webpagina forensisch vastgelegd door het CBP op 15 september 2014.

⁸⁴ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 27.

3.5 Grondslag

Ziggo schrijft dat de belangrijkste grondslag voor het verzamelen en verwerken van persoonsgegevens de noodzaak is ter uitvoering van de overeenkomst waarbij de betrokkene partij is, artikel 8, aanhef en onder b, van de Wbp. Dit betreft dus ook de gegevensverwerking voor profilering en marketingdoeleinden. Ziggo schrijft hierover: *"Ziggo verwerkt het grootste deel van haar gegevens op deze grondslag, privacy van betrokkenen is belangrijk voor Ziggo, gegevens worden daarom zoveel mogelijk verwerkt daar waar noodzakelijk voor een goede dienstverlening en kwaliteitsverbetering."*⁸⁵ Ziggo verklaart de grondslag 'ondubbelzinnige toestemming' alleen te gebruiken voor de persoonlijke aanbevelingen (artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp).⁸⁶

Ziggo heeft ook verklaard dat de grondslagen van artikel 8, aanhef en onder c, van de Wbp (noodzaak om wettelijke verplichting na te komen) en artikel 8, aanhef en onder d, van de Wbp (noodzaak ter vrijwaring van een vitaal belang) weliswaar theoretisch denkbaar zijn, maar zich in de praktijk bij digitale tv-diensten nog niet hebben voorgedaan. Om die reden worden deze grondslagen in dit rapport verder niet behandeld.

Ten aanzien van de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp (noodzaak voor de behartiging van een gerechtvaardigd belang) schrijft Ziggo dat derde partijen hier regelmatig een beroep op doen, in het kader van bijvoorbeeld inbreuk op intellectuele eigendomsrechten, maar dat Ziggo gegevens op basis van deze grondslag uitsluitend verwerkt na een gerechtelijk bevel.⁸⁷

In haar Zienswijze en latere verklaringen heeft Ziggo gesteld dat zij een beroep kan doen op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp (noodzaak voor de behartiging van haar gerechtvaardigd belang) bij het verwerken van Pay per Event gegevens voor direct marketing. Volgens Ziggo moeten de bestelgegevens van het Pay per Event product niet worden aangemerkt als registratie van kijkgedrag, omdat het gegevens zijn over de bestelling en levering van content. *"Bestelling vindt immers plaats door specifieke actie via de Ziggo website en levering van het Pay per Event product door het autoriseren van de smartcard voor lineaire content binnen een specifiek tijdslot."*⁸⁸ Ziggo schrijft: *"Ook bij de klant zal er geen perceptie zijn van het registreren van kijkgedrag omdat de klant uitdrukkelijk NIET via de settopbox een bestelling kan doen maar dat heel bewust via de website van Ziggo moet doen. Ziggo levert de bestelling vervolgens zonder te zien of de klant de bestelde uitzending ook daadwerkelijk bekijkt."*⁸⁹ Ziggo meent daarom in de toekomst te kunnen volstaan met het aanbieden van een opt-out in de verzonden direct marketing.⁹⁰

Ziggo heeft in een latere e-mail aanvullend ook een beroep gedaan op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp voor het tonen van algemene aanbevelingen aan gebruikers van Video On Demand. Dit omdat Ziggo de gegevens

⁸⁵ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 20.

⁸⁶ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 20.

⁸⁷ Brief van Ziggo van 18 juni 2014, p. 20.

⁸⁸ Zienswijze van Ziggo, p. 8. Zie ook p. 5: "Ten overvloede merkt Ziggo nog op dat naar haar overtuiging in het geval van PPE geen kijkgedrag maar bestelgedrag wordt verwerkt."

⁸⁹ E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

⁹⁰ E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

geanonimiseerd verwerkt in de algemene aanbevelingen database, omdat klanten daarover worden geïnformeerd in het privacy beleid en omdat deze verwerking geen enkele nadelige of onwenselijke gevolgen kan hebben voor de desbetreffende klanten. *"Ziggo wijst er daarbij tenslotte op dat het in de digitale wereld inmiddels zeer gebruikelijk is, en dat klanten daardoor niet anders verwachten, dat op basis van (onder andere) geaggregeerde en geanonimiseerde bestelgegevens Algemene Aanbevelingen worden gedaan, zonder dat daar expliciet toestemming voor wordt gevraagd en verkregen."*⁹¹

⁹¹ E-mail van Ziggo van 16 maart 2015.

4. WETTELIJK KADER

4.1 Persoonsgegevens

Volgens artikel 1, aanhef en onder a, van de Wbp wordt onder een 'persoonsgegeven' verstaan: *"elk gegeven betreffende een geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke persoon"*.

Uitwerking van het wettelijk kader

Artikel 1, aanhef en onder a, van de Wbp vormt een implementatie van artikel 2, aanhef en onder a, van de de algemene privacyrichtlijn 95/46/EG (hierna: Privacyrichtlijn).⁹²:

"In de zin van deze richtlijn wordt verstaan onder (...) "persoonsgegevens", iedere informatie betreffende een geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke persoon, hierna "betrokkene" te noemen; als identificeerbaar wordt beschouwd een persoon die direct of indirect kan worden geïdentificeerd, met name aan de hand van een identificatienummer of van een of meer specifieke elementen die kenmerkend zijn voor zijn of haar fysieke, fysiologische, psychische, economische, culturele of sociale identiteit."

Overweging 26 van de Privacyrichtlijn luidt in dit verband:

"Overwegende dat de beschermingsbeginselen moeten gelden voor elk gegeven betreffende een geïdentificeerde of identificeerbare persoon; dat, om te bepalen of een persoon identificeerbaar is, moet worden gekeken naar alle middelen waarvan mag worden aangenomen dat zij redelijkerwijs door degene die voor de verwerking verantwoordelijk is dan wel door enig ander persoon in te zetten zijn om genoemde persoon te identificeren; dat de beschermingsbeginselen niet van toepassing zijn op gegevens die op zodanige wijze anoniem zijn gemaakt dat de persoon waarop ze betrekking hebben niet meer identificeerbaar is (...)."

Alle gegevens die informatie kunnen verschaffen over een identificeerbare natuurlijke persoon moeten als persoonsgegevens worden beschouwd.⁹³

Gegevens zijn persoonsgegevens als ze naar hun aard betrekking hebben op een persoon, zoals feitelijke of waarderende gegevens over eigenschappen, opvattingen of gedragingen of - gezien de context waarin ze worden verwerkt - medebepalend zijn voor de wijze waarop de betrokken persoon in het maatschappelijk verkeer wordt beoordeeld of behandeld. In dat laatste geval is het gebruik dat van de gegevens kan worden gemaakt medebepalend voor de beantwoording van de vraag of sprake is van een persoonsgegeven. Ook gegevens die niet direct betrekking hebben op een bepaalde persoon, maar bijvoorbeeld op een product of een proces, kunnen over een bepaalde persoon informatie verschaffen en zijn in dat geval persoonsgegevens.⁹⁴

⁹² Richtlijn 95/46/EG van het Europees Parlement en de Raad van 24 oktober 1995 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens, Publicatieblad Nr. L 281 van 23/11/1995, p. 0031 - 0050.

⁹³ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 46.

⁹⁴ Idem, p. 46-47 en Artikel 29-werkgroep, WP 136, Advies 4/2007 over het begrip persoonsgegeven van 20 juni 2007, p. 10-11 en 27. Zie HvJ EU 24 november 2011, zaak C-70/10 (Scarlet/Sabam), r.o. 26 en Concl. A-G HvJ EU 25 juni 2013, zaak C-131/12 (Google

Een persoon is identificeerbaar indien zijn identiteit - direct of via nadere stappen, door gegevens die alleen of in combinatie met andere gegevens, zo kenmerkend zijn voor zijn persoon⁹⁵ - redelijkerwijs, zonder onevenredige inspanning, kan worden vastgesteld.⁹⁶ Om te bepalen of een persoon identificeerbaar is, moet worden gekeken naar alle middelen waarvan mag worden aangenomen dat zij redelijkerwijs door de verantwoordelijke dan wel enig ander persoon zijn in te zetten om die persoon te identificeren.⁹⁷ Er moet worden uitgegaan van een redelijk toegeruste verantwoordelijke.⁹⁸ In concrete gevallen moet echter wel rekening worden gehouden met bijzondere expertise, technische faciliteiten en dergelijke van de verantwoordelijke.⁹⁹

In de wetsgeschiedenis bij artikel 9 Wbp worden de begrippen 'bijzondere' en 'gevoelige' gegevens als volgt uitgelegd: *"Artikel 16 betreft de gegevens die uit hun aard gevoelig zijn. Daarnaast kunnen gegevens gevoelig zijn door de context waarin zij worden gebruikt, bij voorbeeld de gegevens omtrent iemands kredietwaardigheid of welstand."*¹⁰⁰ Er zijn dus gegevens die uit hun aard gevoelig zijn. De kwalificatie 'persoonsgegevens van gevoelige aard' zegt iets over de impact die het gegeven kan hebben.

4.2 Verwerking van persoonsgegevens

'Verwerking van persoonsgegevens' is gedefinieerd in artikel 1, aanhef en onder b, van de Wbp en omvat onder meer het verzamelen, vastleggen, bewaren, gebruiken, samenbrengen en met elkaar in verband brengen van persoonsgegevens.¹⁰¹

Spain SL en Google Inc. / Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)), paragraaf 3 en voetnoot 48 over de status van IP-adressen, die persoonsgegevens vormen.

⁹⁵ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 48. Bijvoorbeeld "gevallen (...) waarbij gegevens niet direct op naam zijn terug te vinden, doch de betrokken persoon met aanwending van beschikbare middelen alsnog kan worden achterhaald, bijvoorbeeld aan de hand van een nummer. Te denken valt aan een situatie waarbij een lijst van nummers met bijbehorende namen beschikbaar is, hetzij via openbare bron, (bijvoorbeeld het telefoonboek), hetzij via een bron die slechts raadpleegbaar is voor een bepaalde categorie van personen (bijvoorbeeld het kentekenregister door de politie of het nummer van een rekening door bankemployés). De met die nummers verbonden gegevens zijn - hoewel niet op naam - persoonsgegevens wegens de beschikbare mogelijkheid om met behulp van de nummers de identiteit van de betrokken personen te achterhalen", Kamerstukken II 1998/99, 25 892, nr. 13, p. 2.

⁹⁶ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 47-49. In de wetsgeschiedenis bij de Wbp wordt over het begrip 'onevenredige inspanning' opgemerkt: "Dit doet zich bijvoorbeeld voor indien identificatie van personen door de computer vele dagen in beslag zou nemen." Kamerstukken II 1998/99, 25 892, nr. 13, p. 2.

⁹⁷ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 48. Vergelijk ook Artikel 29-werkgroep, WP 136, p. 16. Daarbij moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren, zoals de kosten van identificatie, het beoogde doel van de verwerking, de wijze waarop de verwerking is gestructureerd, het voordeel dat de voor de verwerking verantwoordelijke ervan verwacht, de belangen die voor de betrokken personen op het spel staan, het risico op organisatorische tekortkomingen (bijvoorbeeld inbreuken op de vertrouwelijkheidsplicht) en technische storingen.

⁹⁸ Idem, p. 48-49.

⁹⁹ Idem, p. 49. Registratiekamer 27 maart 1995, 95.V.029.

¹⁰⁰ Kamerstukken II 1997/1998, 25 892, nr. 3, p. 90.

¹⁰¹ Artikel 1, aanhef en onder b, van de Wbp verstaat - voluit - onder 'verwerking van persoonsgegevens': "elke handeling of elk geheel van handelingen met betrekking tot persoonsgegevens, waaronder in ieder geval het verzamelen, vastleggen, ordenen, bewaren,

De term ‘verwerking van persoonsgegevens’ omvat het gehele proces dat een persoonsgegeven doormaakt vanaf het moment van verzamelen tot aan het moment van vernietiging.¹⁰² Ook het genereren van persoonsgegevens is een verwerking.¹⁰³ Het verzamelen van gegevens hoeft niet gepaard te gaan met de vastlegging van deze gegevens.¹⁰⁴ Ook volledig geautomatiseerde vormen van gegevensverwerking zijn een verwerking, zo lang (enige) invloed daarop uit kan worden geoefend.¹⁰⁵ Ook het anonimiseren van persoonsgegevens is een verwerking van persoonsgegevens.

In de wetsgeschiedenis bij de Wbp is daarover opgemerkt:

*"Anonimiseren staat niet in de opsomming van voorbeelden maar is wel een dergelijke handeling en valt dus onder het begrip verwerken. Het is een vorm van vernietigen van persoonsgegevens, althans in de gevallen dat de verwijdering van de naam ook tot gevolg heeft dat de betrokkenen niet meer kan worden herleid."*¹⁰⁶

4.3 Informatieplicht

Artikel 33, eerste en tweede lid, van de Wbp bepaalt:

1. Indien persoonsgegevens worden verkregen bij de betrokkene, deelt de verantwoordelijke vóór het moment van de verkrijging de betrokkene de informatie mede, bedoeld in het tweede en derde lid, tenzij de betrokkene daarvan reeds op de hoogte is.
2. De verantwoordelijke deelt de betrokkene zijn identiteit en de doeleinden van de verwerking waarvoor de gegevens zijn bestemd, mede.

Artikel 34, eerste en tweede lid, van de Wbp bepaalt dat: indien persoonsgegevens worden verkregen op een andere wijze dan bij de betrokkene, de verantwoordelijke de betrokkene zijn identiteit en de doeleinden van de verwerking, mededeelt, tenzij de betrokkene daarvan reeds op de hoogte is:

- a. op het moment van vastlegging van hem betreffende gegevens, of
- b. wanneer de gegevens bestemd zijn om te worden verstrekt aan een derde, uiterlijk op het moment van de eerste verstrekking.

De verantwoordelijke verstrekt nadere informatie voor zover dat gelet op de aard van de gegevens, de omstandigheden waaronder zij worden verkregen of het gebruik dat ervan wordt gemaakt, nodig is om tegenover de betrokkene een behoorlijke en zorgvuldige verwerking te waarborgen, tenzij de betrokkene daarvan reeds op de hoogte is (artikel 33, derde lid, en artikel 34, derde lid, van de Wbp).

Artikel 33 van de Wbp beschrijft de situatie dat de gegevens worden verkregen bij de betrokkene zelf, bijvoorbeeld wanneer hij aan de hand van een formulier gegevens over zichzelf moet invullen voor een bepaald doel.¹⁰⁷

bijwerken, wijzigen, opvragen, raadplegen, gebruiken, verstrekken door middel van doorzending, verspreiding of enige andere vorm van terbeschikkingstelling, samenbrengen, met elkaar in verband brengen, alsmede het afschermen, uitwissen of vernietigen van gegevens”.

¹⁰² Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 52.

¹⁰³ Idem, p. 51.

¹⁰⁴ Van verzameling is al sprake indien de gegevens worden verkregen en vervolgens onmiddellijk worden vernietigd. Idem, p. 68.

¹⁰⁵ Idem, p. 51-52.

¹⁰⁶ Kamerstukken I 1999/2000, 25 892, nr. 92c, p. 13.

¹⁰⁷ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 149.

Artikel 34 van de Wbp regelt een informatieplicht voor de situatie dat de persoonsgegevens op een andere wijze worden verkregen dan bij de betrokkene, dus buiten de betrokkene om, hetzij bij derden, hetzij door eigen observatie, bijvoorbeeld naar aanleiding van het gebruik van een netwerk in beheer van de verantwoordelijke.¹⁰⁸ Op grond van dit artikel dient de verantwoordelijke - naast informatie over zijn identiteit en de doeleinden van de verwerking - nadere informatie te verstrekken voor zover dat gelet op de aard van de gegevens, de omstandigheden waaronder zij worden verkregen of het gebruik dat ervan wordt gemaakt¹⁰⁹, nodig is om tegenover de betrokkene een behoorlijke en zorgvuldige verwerking te waarborgen. Te denken valt aan de categorieën van verwerkte gegevens¹¹⁰, de vermelding dat er recht van inzage en correctie is¹¹¹, en de bewaartermijn.¹¹² De ratio van de informatieverplichting is dat de betrokkene in staat moet zijn te volgen hoe gegevens over hem worden verwerkt en bepaalde vormen van verwerking of onrechtmatig gedrag van de verantwoordelijke in rechte aan te vechten.¹¹³

De hierboven beschreven (nadere) informatieplicht geldt niet in de situatie dat de persoonsgegevens op een andere wijze worden verkregen dan bij de betrokkene indien mededeling van de informatie aan de betrokkene onmogelijk blijkt of een onevenredige inspanning vergt. In dat geval legt de verantwoordelijke de herkomst van de gegevens vast (artikel 34, vierde lid, van de Wbp).

De (nadere) informatieplicht geldt evenmin indien de vastlegging of de verstrekking bij of krachtens de wet is voorgeschreven. In dat geval dient de verantwoordelijke de betrokkene op diens verzoek te informeren over het wettelijk voorschrift dat tot de vastlegging of verstrekking van de hem betreffende gegevens heeft geleid (artikel 34, vijfde lid, van de Wbp).

Deze bepalingen vormen een uitwerking van het transparantiebeginsel en het in artikel 6 van de Wbp neergelegde beginsel van 'fair processing'. Dit heeft tot gevolg dat overtreding van de informatieplicht zal leiden tot onrechtmatige verwerking(en).¹¹⁴

De verplichting van de verantwoordelijke om op eigen initiatief de betrokkene op de hoogte te stellen van het bestaan van de gegevensverwerking is een belangrijk instrument om het gegevensverkeer transparant te maken.¹¹⁵

¹⁰⁸ Idem, p. 149-150.

¹⁰⁹ Bijvoorbeeld als onopgemerkt gegevens omtrent betrokkenen worden verzameld en verwerkt, met behulp van automatische procedures voor gegevensvergarig. Vgl. Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 78.

¹¹⁰ Vgl. ook artikel 11, eerste lid, onder c, van de Privacyrichtlijn, eerste gedachtestreepje.

¹¹¹ Vgl. ook artikel 11, eerste lid, onder c, van de Privacyrichtlijn, derde gedachtestreepje.

¹¹² Vgl. Last onder dwangsom NS Groep N.V. CBP 9 juni 2011, z2011-00057. URL: http://www.cbpweb.nl/downloads_pb/pb_20110726_OV-chip_LOD_NS.pdf.

¹¹³ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 149. Zie ook Rb. Zwolle 4 mei 2011 LJN BV 6594.

¹¹⁴ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 149.

¹¹⁵ Idem.

Artikel 33 en 34 van de Wbp gaan er vanuit dat er geen onderzoeksplicht van de betrokkene is.¹¹⁶ De wetsgeschiedenis vermeldt hierover: "*Artikel 6:228, tweede lid, BW bepaalt dat iemand zich bij het sluiten van een overeenkomst niet kan beroepen op dwaling, indien deze zijn oorsprong vindt in omstandigheden die volgens de in het verkeer geldende opvattingen voor rekening van de dwalende behoren te blijven. De bepaling geeft uitdrukking aan het beginsel dat bij de totstandkoming van een overeenkomst in het algemeen een balans bestaat tussen de informatieplicht van de één en de onderzoeksplicht van de ander. Naar welke kant de balans in een concreet geval doorslaat, is afhankelijk van omstandigheden zoals de deskundigheid van betrokkenen en de wetenschap die men bij elkaar mag veronderstellen. Een dergelijke balans doet zich ook voor in situaties waarin geen sprake is van een overeenkomst. (...) Onder het regime van dit wetsvoorstel zal de verantwoordelijke zich echter pas ontslagen mogen achten van zijn informatieplicht, als hij weet dat de betrokkene op de hoogte is. De artikelen 33 en 34 van dit wetsvoorstel gaan ervan uit dat er geen onderzoeksplicht van de betrokkene is. De hieraan ten grondslag liggende gedachte is die van een ongelijkwaardigheid van partijen.*"¹¹⁷

4.4 Grondslag

Voor het verwerken van persoonsgegevens is een grondslag (rechtvaardigingsgrond) vereist als opgesomd in artikel 8 van de Wbp.

Artikel 8 van de Wbp bepaalt, voor zover voor dit onderzoek van belang¹¹⁸:

persoonsgegevens mogen slechts worden verwerkt indien:

- a. de betrokkene voor de verwerking zijn ondubbelzinnige toestemming heeft verleend;*
- b. de gegevensverwerking noodzakelijk is voor de uitvoering van een overeenkomst waarbij de betrokkene partij is, of voor het nemen van precontractuele maatregelen naar aanleiding van een verzoek van de betrokkene en die noodzakelijk zijn voor het sluiten van een overeenkomst;*
- (...)*
- f. de gegevensverwerking noodzakelijk is voor de behartiging van het gerechtvaardigde belang van de verantwoordelijke of van een derde aan wie de gegevens worden verstrekt, tenzij het belang of de fundamentele rechten en vrijheden van de betrokkene, in het bijzonder het recht op bescherming van de persoonlijke levenssfeer, prevaleert.*

Ondubbelzinnige toestemming

Ten aanzien van de grondslag ondubbelzinnige toestemming (artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp), geldt het volgende.

Van toestemming is slechts sprake indien deze 'vrij', 'specifiek' en 'geïnformeerd' is (artikel 1, aanhef en onder i, van de Wbp), 'Vrij' betekent dat de betrokkene een werkelijke keuze moet hebben: in vrijheid zijn wil moet kunnen uiten, zonder economische dwang.¹¹⁹ 'Specifiek' betekent dat de wilsuiking betrekking moet hebben

¹¹⁶ Idem, p. 150.

¹¹⁷ Idem.

¹¹⁸ De gronden genoemd in artikel 8, aanhef en onder c, d en e, van de Wbp worden hier niet genoemd omdat Ziggo heeft aangegeven dan wel uit het onderzoek is gebleken dat deze in dit geval voor de onderzochte specifieke verwerkingen, niet van toepassing (kunnen) zijn.

¹¹⁹ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 65 en Artikel 29-werkgroep, WP 187, Advies 15/2011 over de definitie van "toestemming" van 13 juli 2011, p. 14-15. Zie in dezelfde zin Conclusie A-G HvJ EU 17 juni 2010, zaken C-92/09 en C-93/09 (Volker und Markus Schecke

op een bepaalde gegevensverwerking of een beperkte categorie van gegevensverwerkingen (geen algemeen geformuleerde machtiging).¹²⁰ 'Geïnformeerd' betekent dat de betrokkene moet beschikken over de noodzakelijke inlichtingen voor een goede oordeelsvorming.¹²¹ Als de toestemming niet aan bovenstaande vereisten voldoet is zij nietig.¹²²

Van *ondubbelzinnige* toestemming is slechts sprake indien bij de verantwoordelijke elke twijfel is uitgesloten over de vraag of de betrokkene zijn toestemming heeft gegeven.¹²³ 'Ondubbelzinnig' betekent dat de verantwoordelijke niet mag uitgaan van toestemming indien de betrokkene geen opmerkingen maakt over de gegevensverwerking (oftewel: bij 'toestemming' die wordt geacht voort te vloeien uit het uitblijven van actie of het stilzwijgen van de betrokkene).¹²⁴

Als de toestemming niet aan bovenstaande vereisten voldoet is zij nietig.¹²⁵

In de wetsgeschiedenis bij de Wbp is daarover opgemerkt:

*"Als voorbeeld noem ik algemene voorwaarden die van toepassing zijn op het sluiten van een overeenkomst. Indien in dergelijke voorwaarden wordt bepaald welke gegevens er voor welk doel en door wie verwerkt worden, wil dat nog niet automatisch zeggen dat betrokkene daartoe ondubbelzinnig zijn toestemming heeft gegeven, enkel omdat hij de betreffende overeenkomst heeft ondertekend."*¹²⁶

Noodzakelijk voor de uitvoering van een overeenkomst

Ten aanzien van de grondslag uitvoering van een overeenkomst (artikel 8, aanhef en onder b, van de Wbp) geldt het volgende.

Een gegevensverwerking is toelaatbaar indien deze noodzakelijk is om contractuele verplichting(en) na te komen.¹²⁷ Daarbij geldt als voorwaarde dat het moet gaan om een overeenkomst waarbij de betrokkene partij is¹²⁸ en waarvan de gegevensverwerking een noodzakelijk uitvloeisel is (dat wil zeggen: als de overeenkomst niet goed kan worden uitgevoerd zonder de persoonsgegevens).¹²⁹ De uitgever van een krant mag bijvoorbeeld de persoonsgegevens van zijn klanten

en Hartmut Eifert), r.o. 82: "(...) een aanzienlijke economische dwang [zou, toevoeging door het CBP] volgens mij kunnen volstaan om de toestemming tot een niet-vrijwillige te maken (zodat geen sprake is van 'vrije wilsuiting' in de zin van artikel 2, sub h, van richtlijn 95/46)."

¹²⁰ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 65 en Artikel 29-werkgroep, WP 187, Advies 15/2011 over de definitie van "toestemming" van 13 juli 2011, p. 19-20.

¹²¹ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 65 en Artikel 29-werkgroep, WP 187, Advies 15/2011 over de definitie van "toestemming", p. 22-23.

¹²² Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 67.

¹²³ Idem, p. 80.

¹²⁴ Idem, p. 66 en 67. Zie ook Artikel 29-werkgroep, WP 187, Advies 15/2011 over de definitie van "toestemming", p. 28 en 41.

¹²⁵ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 67.

¹²⁶ Handelingen I 1999/2000, 34, p. 1632. Vgl. ook HvJ EU van 19 juli 2012, zaak C-112/11 (ebookers.com), r.o. 16 en HvJ EU van 9 november 2010, zaaknummers C-92/09 en C-93/09.

¹²⁷ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 80.

¹²⁸ Idem.

¹²⁹ Idem, p. 81.

verwerken omdat dat noodzakelijk is om de krant te kunnen bezorgen¹³⁰ (zonder NAW-gegevens van de betreffende betrokkene kan bezorging niet plaatsvinden).

De verwerking kan niet worden gebaseerd op deze grondslag als de verwerking nuttig zou zijn of de uitvoering van een overeenkomst zou vergemakkelijken, maar niet echt noodzakelijk is aangezien er een manier bestaat om de overeenkomst uit te voeren zonder de persoonsgegevens (proportionaliteits- en subsidiariteitstoets).¹³¹ De grondslag is strikt beperkt tot de gegevens die voor de uitvoering van de overeenkomst noodzakelijk zijn.

Als aanvullende, niet-essentiële gegevens worden verwerkt is deze grondslag niet van toepassing. Anders gezegd: er moet een rechtvaardiging voor de verwerking aanwezig zijn *in de relatie tot de specifieke individuele betrokkene*.¹³² Dat betekent dat de grondslag alleen kan worden toegepast als de verantwoordelijke de overeenkomst met deze betrokkene niet goed kan uitvoeren zonder zijn specifieke, individuele persoonsgegevens.

Noodzakelijk voor gerechtvaardigd belang

Ten aanzien van de grondslag gerechtvaardigd belang (artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp) geldt het volgende.

Een gegevensverwerking is toelaatbaar indien deze noodzakelijk is voor de behartiging van het gerechtvaardigde belang van de verantwoordelijke (bijvoorbeeld om zijn reguliere bedrijfsactiviteiten te kunnen verrichten¹³³) of van een derde aan wie de gegevens worden verstrekt, tenzij het belang of de fundamentele rechten en vrijheden van de betrokkene, in het bijzonder het recht op bescherming van de persoonlijke levenssfeer, prevaleert. Deze grondslag kan worden toegepast indien de verwerking noodzakelijk is. Het toetsen van de noodzaak vergt een proportionaliteitstoets (de inbreuk op de belangen van de bij de verwerking betrokkene mag niet onevenredig zijn in verhouding tot het met de verwerking te dienen doel) en een subsidiariteitstoets (het doeleinde kan niet anderszins of met minder ingrijpende middelen worden bereikt).¹³⁴ De Artikel 29-werkgroep geeft een

¹³⁰ Handleiding voor verwerkers van persoonsgegevens. Wet bescherming persoonsgegevens, Ministerie van Justitie, Den Haag: 2002, p. 22.

¹³¹ Zie ook HR 9 september 2011, LJN BQ 8097 over onder andere het proportionaliteits- en subsidiariteitsvereiste bij de grondslagen, zoals bedoeld in artikel 8, aanhef en onder a tot en met e, van de Wbp. De inbreuk op de belangen van de bij de verwerking betrokkene mag niet onevenredig zijn in verhouding tot het met de verwerking te dienen doel (proportionaliteit) en het doel waarvoor de persoonsgegevens worden verwerkt mag in redelijkheid niet op een andere, voor de verwerking van persoonsgegevens betrokkene minder nadelige wijze kunnen worden verwezenlijkt (subsidiariteit).

¹³² Vgl. Kamerstukken II 1998/99, 25 892, nr. 6, p. 34: “Dat betekent dat in de regel een rechtvaardiging voor gegevensverwerking aanwijsbaar moet zijn in de individuele persoon over wie gegevens worden vergaard.”

¹³³ Idem, p. 86.

¹³⁴ Vgl. de proportionaliteits- en subsidiariteitstoets uit artikel 8 EVRM. Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 80. Zie ook idem, p. 8 en idem, nr. 92c, p. 6.

nadere uitwerking van deze afweging, met allerlei voorbeelden, in Opinie WP217 van april 2014.¹³⁵

Het Hof van Justitie van de Europese Unie vult het begrip noodzakelijkheid, ‘een autonoom begrip van gemeenschapsrecht’, op een strikte wijze in.¹³⁶

In aanvulling op de eerste afweging (noodzakelijk voor een gerechtvaardigd belang van de verantwoordelijke), waarbij mogelijk de belangen van de betrokkene als onderdeel van een veelheid van belangen al onder ogen zijn gezien, is er nog een tweede toets.¹³⁷ Deze tweede toets (privacytoets) vergt een nadere afweging, waarbij de belangen van de betrokkene een zelfstandig gewicht in de schaal leggen tegenover het belang van de verantwoordelijke. In het geval dat het belang van de betrokkene op bescherming van zijn persoonlijke levenssfeer doorslaggevend is, dient de verantwoordelijke af te zien van de gegevensverwerking.¹³⁸

Bij de in artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp voorgeschreven afweging speelt de mate van gevoeligheid van de gegevens die de verantwoordelijke wil verwerken een rol, evenals de maatregelen die de verantwoordelijke heeft genomen teneinde rekening te houden met de belangen van de betrokkene. De belangen van de betrokkene zullen in minder mate gewicht in de schaal leggen naarmate in zijn belang meer waarborgen voor een zorgvuldig gebruik van de gegevens zijn genomen.¹³⁹

¹³⁵ Artikel 29-werkgroep, WP217, Opinion 06/2014 on the Notion of legitimate interests of the data controller under Article 7 of Directive 95/46/EC, URL: http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp217_en.pdf.

¹³⁶ HvJ EU 16 december 2008, zaak C-524/06 (Huber), r.o. 52: “Gelet op het doel, een gelijkwaardige bescherming te bieden in alle lidstaten, kan het begrip noodzakelijkheid zoals dit naar voren komt uit artikel 7, sub e, van richtlijn 95/46, dat een nauwkeurige afbakening wil geven voor een van de gevallen waarin de verwerking van persoonsgegevens geoorloofd is, dus niet een inhoud hebben die verschilt van lidstaat tot lidstaat. Het gaat bijgevolg om een autonoom begrip van het gemeenschapsrecht, dat moet worden uitgelegd op een wijze die volledig beantwoordt aan het doel van de richtlijn zoals omschreven in artikel 1, lid 1.”

¹³⁷ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 87.

¹³⁸ Idem.

¹³⁹ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 88.

5. BEOORDELING

5.1 Persoonsgegevens

Het CBP heeft vastgesteld in paragraaf 3.3 van dit rapport dat Ziggo de volgende gegevens van betrokkenen die interactieve televisie gebruiken, verzamelt en/of genereert en bewaart in haar databases.

- Naam (voornaam, voorletters, achternaam)
- Adres (straat of postcode met huisnummer)
- Woonplaats
- Geboortedatum
- Geslacht
- Bankrekeningnummer
- Telefoonnummer (kan zowel vast als mobiel zijn)
- E-mailadres
- Klantnummer
- PIN code
- Betaalcode
- Provisioning number (uniek nummer in bepaalde provisioning systemen)
- NRN-nummer (netwerkregistratienummer)
- Netwerkpakket
- IP-adres (van het kabelmodem, niet van de decoder¹⁴⁰)
- Device ID (uniek nummer van modem en mobiele apparaten)
- Actieve producten
- Producthistorie
- Betalingsgegevens
- Factuurhistorie
- Smartcard nummer(s), sinds 30 maart 2015 niet meer van een deel van de klanten¹⁴¹
- Beëindigingsreden
- Gegeven of een klant ooit gebruik heeft gemaakt van interactieve diensten
- Frequentie, gebruik en inhoud van VOD transacties (bestelde Video On Demand, inclusief gemiste uitzendingen, per klant)
- Frequentie, gebruik en inhoud van PPE transacties (bestelde Pay per Event, dat wil zeggen: 'TV op Bestelling' per klant)
- Aan klant getoonde aanbevelingen
- Gegeven of erotische inhoud is uitgeschakeld
- Van klanten met de oudere decoder: gegevens over de bekeken lineaire tv-zenders en programma's (tijdstip en naam/titel, afgeleid uit de Electronic Programming Guide - EPG), sinds 30 maart 2015 geanonimiseerd
- Van klanten met de oudere decoder: tijdstippen van het gebruik van de decoder en de opnamefunctionaliteit, sinds 30 maart 2015 geanonimiseerd

¹⁴⁰ Ziggo heeft hierover verklaard: "De Cisco boxen krijgen een IP adres uit een range en daarbij is niet bekend wie wat krijgt. Er is voor deze devices dus geen netwerkregistratienummer relatie in tegenstelling tot een kabelmodem waar dit wel het geval is."

¹⁴¹ Op 30 maart 2015 heeft Ziggo een technische maatregel doorgevoerd waardoor het smartcard ID niet meer wordt meegezonden met het 'gewone' tv-kijkgedrag van drie soorten decoders van Samsung en Cisco. E-mails van Ziggo van 6 maart en 2 april 2015.

5.1.2 Informatie betreffende een natuurlijke persoon

Gegevenscombinaties van voornaam, achternaam en/of adres zijn persoonsgegevens. Deze gegevens zijn voor Ziggo direct herleidbaar tot een identificeerbare natuurlijke persoon (de klanten van haar interactieve digitale tv-diensten).

Dat een televisie-abonnement door meerdere personen in een huishouden kan worden gebruikt, laat onverlet dat het wel degelijk om persoonsgegevens gaat.

Een vaste telefoon kan ook door meerdere personen in het huishouden worden gebruikt. Dit geldt ook voor bijvoorbeeld een auto. Dit staat, ook volgens de parlementaire geschiedenis van de Wbp¹⁴², niet in de weg aan de conclusie dat het een persoonsgegeven betreft als de gegevens over het gebruik aan de houder van de telefoon of auto worden toegerekend. Ziggo beschikt in alle gevallen over de registratiegegevens van de houder van het abonnement.

5.1.3 Gegevens 'betreffende' een persoon: kijkgedrag

De NAW-gegevens (met de overige in paragraaf 5.1.1. van dit rapport beschreven gegevens) zijn op zichzelf of in onderlinge combinatie of in samenhang met (inhoudelijke) gegevens over het gebruik van de interactieve digitale diensten (Video On Demand en Pay per Event) naar hun aard gegevens over gedragingen van een natuurlijke persoon (informatie over het gebruik van de interactieve diensten).¹⁴³ Dit geldt gedurende het televisiekijken ook voor gegevens over het (lineaire) tv-kijkgedrag.

Uit het onderzoek blijkt dat Ziggo de persoonsgegevens van betrokkenen combineert/ tot 30 maart 2015 combineerde met gegevens over het kijkgedrag, zoals beschreven in de onderste 6 data-elementen (van gebruik van interactieve diensten tot tijdstippen van het gebruik van de decoder). Deze data-elementen zijn los, of in combinatie met elkaar, gegevens die een analyse of een beeld van het kijkgedrag van een betrokkene mogelijk maken.

Met betrekking tot Video On Demand en Pay per Event kan Ziggo deze gegevens aanwenden om de betrokkene op een bepaalde wijze te behandelen of het gedrag van die persoon te beïnvloeden, op een wijze die gevolgen heeft voor de rechten/belangen van de betrokkene en doet dat ook in de praktijk. Met betrekking tot het 'gewone' tv-kijkgedrag is dat sinds 30 maart 2015 niet meer mogelijk.

1. Gegevens tv-kijkgedrag voor algemene marktanalyse

Ziggo verzamelt en verwerkt van [VERTROUWELIJK] van haar klanten met een geactiveerde interactieve tv decoder gegevens over het tv-kijkgedrag. Op 1 juni 2014 had Ziggo [VERTROUWELIJK] klanten met een ouder type decoder. Tot 30 maart 2015 kon Ziggo deze gegevens tijdens het verzamelingsproces combineren met de hierboven genoemde direct en indirect herleidbare persoonsgegevens. Hoewel Ziggo

¹⁴² Kamerstukken II, 1997/98, 25 892, nr. 9, p. 2. "Aannemelijk is immers dat een zodanig gebruik van het gegeven consequenties heeft of kan hebben voor de persoon met wie het telefoonnummer in verband is gebracht. Een hiermee tot op zekere hoogte vergelijkbare situatie kan zich voordoen bij het gebruik van kentekens van auto's."

¹⁴³ Hieruit volgt informatie over het kijkgedrag van de betrokkene en soms ook over de inhoud van de bekeken uitzendingen/programma's.

de gegevens vervolgens anonimiseerde, was er tijdens het verzamelen sprake van persoonsgegevens. Omdat het hierbij over inhoudelijke gegevens gaat over het kijkgedrag, zijn het persoonsgegevens van gevoelige aard. De kwalificatie 'persoonsgegevens van gevoelige aard' zegt iets over de impact die de verwerking van het betreffende gegeven kan hebben op de persoonlijke levenssfeer van de betrokkene in een bepaalde situatie. Het CBP merkt gegevens over kijkgedrag aan als gevoelige gegevens omdat het verzamelen van dergelijke gegevens kan leiden tot een indringend beeld van iemands persoonlijke voorkeuren en levensovertuigingen. Dit geldt in het bijzonder voor gegevens over het kijkgedrag naar erotische films en zenders.¹⁴⁴ Ziggo verwerkt deze gegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag voor algemene marktanalyse, welke programma's en zenders het populairst zijn.

Op 30 maart 2015 heeft Ziggo een technische maatregel doorgevoerd die ervoor zorgt dat het unieke smartcard ID niet meer wordt doorgegeven aan Ziggo. In plaats daarvan wordt een nieuwe permanente unieke identifier op de decoder zelf gegenereerd, en met het kijkgedrag meegezonden. Bij de beoordeling van de vraag of hierbij nog sprake is van een verwerking van persoonsgegevens, heeft het CBP alle specifieke omstandigheden van deze verwerking beoordeeld.

Deze relevante omstandigheden zijn als volgt:

1. Ziggo heeft geen registratie van de smartcard ID's van de houders van de decoders. Ziggo ontving deze permanente identifier tot 30 maart 2015 wel met het dataverkeer gedurende de tijd dat een betrokkene tv keek, en had op die wijze een koppeling kunnen maken tussen de smartcard ID's, de NAW-gegevens en het tv-kijkgedrag van betrokkenen. Ziggo heeft verklaard nooit een dergelijke registratie te hebben gemaakt.
2. In plaats van het smartcard ID wordt sinds 30 maart 2015 een nieuwe random identifier meegestuurd met het dataverkeer. Deze nieuwe unieke permanente identifier wordt door de decoder zelf gegenereerd.
3. Uit de feiten, zoals beschreven in paragraaf 3.3.1 van dit rapport, blijkt dat Ziggo telkens een klein bestand verzamelt, over kortdurend kijkgedrag. Dit bestand is maximaal 4 kilobyte. Sinds 30 maart 2015 bevatten deze bestanden de nieuwe, voor Ziggo onherleidbare, unieke identifier. De gegevens over het tv-kijkgedrag worden door Ziggo direct geaggregeerd naar statistische informatie over de populariteit van programma's en zenders. Nadat Ziggo de informatie over de bekeken programma's en zenders heeft verzameld, worden de oorspronkelijke logbestanden vernietigd, telkens als van de decoder een nieuw logbestand wordt ontvangen. Omdat het om kleine bestanden gaat, met een kortdurende weergave van het kijkgedrag, kan Ziggo geen beeld door de tijd heen opbouwen van het kijkgedrag van een individuele kijker.
4. Uit de technische specificaties van het dataverkeer blijkt dat Ziggo het dynamische IP-adres van de betrokkene onmiddellijk na ontvangst verwijdert van de ontvangende server, voordat de bestanden worden doorgezet naar de analyse-server. Ziggo verzamelt met het dataverkeer van de decoder (anders dan de nieuwe identifier) geen andere identifiers van de box en/of van de betrokkene. Ziggo heeft hierover verklaard: *"De Cisco boxen krijgen een IP adres*

¹⁴⁴ Onder omstandigheden kunnen dit ook bijzondere persoonsgegevens zijn, als bedoeld in artikel 16 van de Wbp. Dit valt echter buiten het bereik van dit onderzoek.

*uit een range en daarbij is niet bekend wie wat krijgt. Er is voor deze devices dus geen netwerkreghstratienummer-relatie in tegenstelling tot een kabelmodem waar dit wel het geval is."*¹⁴⁵

5. Omdat het smartcard ID niet meer wordt meegezonden met het dataverkeer sinds 30 maart 2015, en er geen andere identifiers mee worden gestuurd met het dataverkeer (anders dan de nieuwe identifier), is de koppelingsmogelijkheid tussen de decoder en de NAW-gegevens van betrokkenen effectief beëindigd.
6. Het is theoretisch mogelijk om met toegang tot de decoder de random identifier te herleiden tot het smartcard ID. Omdat de inspanning die vereist is voor deze herleiding relatief groot is en de hoeveelheid gegevens die herleid kunnen worden beperkt is tot de kleine buffer van (max. 4 kilobyte) logbestanden die nog niet zijn verwerkt, zou herleiding van de random identifier een onevenredige inspanning betekenen. Bovendien zou dan alleen een klein bestand beschikbaar zijn, met een kortdurende weergave van het kijkgedrag.
7. Het doeleinde van de verwerking is het verkrijgen van statistisch inzicht in de populariteit van zenders en programma's op algemeen, niet op individualiseerbaar niveau. Ziggo is ook technisch niet in staat om de verkregen informatie terug te herleiden naar individuele betrokkenen.

Gegeven alle specifieke omstandigheden van deze gewijzigde verwerking, is er sinds 30 maart 2015 geen sprake meer van de verwerking van persoonsgegevens met betrekking tot het 'gewone' tv-kijkgedrag van betrokkenen, omdat de betrokken personen niet meer identificeerbaar zijn aan de hand van de verwerkte gegevens. Er is sprake van het genereren van statistische informatie over de tv-uitzendingen die worden bekeken, ten behoeve van kijkcijferinformatie.

2. Gegevens Video On Demand voor marketing en profiling

Ziggo combineert de in paragraaf 5.1.1 beschreven persoonsgegevens met gegevens over de titel en het genre van bestelde films via Video On Demand. Dit zijn naar hun aard gegevens over gedragingen van een natuurlijke persoon (informatie over zijn of haar kijkgedrag). Omdat het hierbij over inhoudelijke gegevens gaat over het kijkgedrag, zijn dit ook persoonsgegevens van gevoelige aard.

Ziggo beschikt over databases met de gedetailleerde Video On Demand (inclusief uitzending gemist) transacties van alle abonnees, en gebruikt de informatie over dit kijkgedrag tot zes maanden terug om zowel algemene als persoonlijke kijkaanbevelingen te tonen. Ziggo wendt deze gegevens hierdoor aan om de betrokkenen anders te behandelen en individueel te benaderen, in de vorm van kijkaanbevelingen, op een wijze die gevolgen heeft voor de belangen van de betrokkene. Het gaat daarbij om een persoonlijke aanbeveling voor een andere film, of een balk met zes films die andere klanten ook bestelden. Het gaat om reclame voor films die per stuk verkocht worden. Het is daarom een vorm van marketing. Het is ook een vorm van profiling, omdat Ziggo per klant een interesseprofiel opstelt op basis van bekeken Video On Demand. Als onderdeel van het profiel registreert Ziggo

¹⁴⁵ E-mail van Ziggo van 16 februari 2015, bijlage 'Nadere uitwerking implementatie Random ID tbv Audience Measurement'.

ook of de klant toegang tot erotische films heeft uitgeschakeld. Hierdoor gebruikt Ziggo de gegevens op een wijze die de abonnees van interactieve diensten raakt in het maatschappelijk verkeer.

3. Gegevens Pay per Event voor direct marketing

Daarnaast heeft Ziggo eenmalig naar de inhoud van los bestelde uitzendingen gekeken (Pay per Event), en op grond van die gegevens gebruikers een specifieke voetbalwedstrijd aangeraden. Ziggo heeft weliswaar in haar Zienswijze uitgesloten dit in de toekomst opnieuw te doen, maar heeft naderhand toch een beroep gedaan op een gerechtvaardigd belang om dit toch in de toekomst te blijven doen (zonder toestemming van betrokkenen). Ziggo is derhalve technisch in staat om ook de inhoud van los bestelde uitzendingen te gebruiken om de betrokkenen anders te behandelen, op een wijze die gevolgen heeft voor de rechten/belangen van betrokkenen. Dit betreft gegevens van gevoelige aard, in het bijzonder als het gaat om het bestellen van toegang tot een dagdeel erotische films.¹⁴⁶

Gelet op het voorgaande zijn de genoemde gegevens van klanten die Video On Demand of Pay per Event gebruiken op zichzelf, in onderlinge combinatie of in samenhang met uit andere bron bekende informatie, al dan niet in geaggregeerde vorm, persoonsgegevens als bedoeld in artikel 1, onder a, van de Wbp.

5.2 Verwerking van persoonsgegevens

In de vorige paragraaf is vastgesteld welke gegevens die door Ziggo worden verzameld, gegenereerd en/of vastgelegd persoonsgegevens zijn. Ziggo verzamelt, legt vast, bewaart, raadpleegt en analyseert de persoonsgegevens die samenhangen met en voortvloeien uit het gebruik van Video On Demand en Pay per Event, en brengt deze samen en met elkaar in verband onder meer om te analyseren voor marketing- en profileringsdoeleinden. Dat wil zeggen registratie in het profiel of de klant gebruikt heeft gemaakt van de interactieve diensten en, bij Video On Demandregistratie van bestelde films, met bijbehorende gegevens over genre, en indeling in een interesseprofiel om op basis daarvan gerichte aanbevelingen op het scherm te tonen. Ziggo heeft de gegevens over bekeken Pay per Event daarnaast eenmalig gebruikt om gerichte direct marketing aan de klanten te sturen, op basis van de inhoud van de bekeken uitzending.

Gelet op het voorgaande verwerkt Ziggo persoonsgegevens, als bedoeld in artikel 1, onder b, van de Wbp.

5.3 Informatieplicht

In haar oude privacybeleid (geldig tot 13 april 2015) schreef Ziggo dat informatie over het kijkgedrag alleen anoniem wordt gebruikt, tenzij de klant uitdrukkelijke toestemming geeft voor de verwerking op identificeerbaar niveau: *"Ziggo houdt geen identificeerbare persoonlijke informatie bij over kijkgedrag van de televisieproducten, tenzij strikt noodzakelijk voor de uitvoering van de overeenkomst (zoals levering van de 'On Demand' of 'TV op Bestelling' diensten en facturering daarvan) of na uitdrukkelijke toestemming van de klant (opt-in). Wel gebruiken we deze informatie in anonieme en*

¹⁴⁶ Zie voetnoot 100.

*geaggregeerde vorm om te kunnen inventariseren en analyseren hoe en in welke mate de verschillende diensten en content worden gebruikt om dienstverlening te verbeteren."*¹⁴⁷

In dit privacybeleid schreef Ziggo verder onder het kopje 'Gezonde bedrijfsvoering' dat persoonsgegevens worden verwerkt *om diensten te verbeteren en aan te passen aan de klantbehoefte*.¹⁴⁸

In reactie op het Rapport voorlopige bevindingen heeft Ziggo de tekst in haar privacybeleid aangepast. Onder de hoofd kop 'Gebruik van anonieme of geaggregeerde informatie', onder het eerste tussenkopje 'Trendanalyses en Kijkcijfers' heeft Ziggo aan het per 13 april 2015 gewijzigde privacybeleid toegevoegd:

Deze informatie gebruikt Ziggo om haar diensten- en productpakket te evalueren en deze eventueel aan te passen. Deze gegevens zijn niet herleidbaar tot individuele klanten.

Ziggo gebruikt deze gegevens tevens om te kunnen voldoen aan haar betalingsverplichtingen jegens de omroepen, film/content aanbieders en andere rechthebbenden. Daarvoor kan Ziggo geanonimiseerde kijkcijferaantallen aan deze partijen en/of Stichting Kijkcijfer Onderzoek verstrekken.

Ziggo heeft in reactie op het onderzoek door het CBP ook een alinea toegevoegd aan het privacybeleid over bewaartermijnen. Daarmee zijn de geconstateerde overtredingen van de informatieplicht echter niet verholpen.

In zowel het oude als het gewijzigde privacybeleid ontbreekt een nadere omschrijving van 'kijkgedrag van de televisieproducten'. Het ligt daarom niet voor de hand dat betrokkenen begrijpen voor welke doeleinden Ziggo persoonsgegevens met betrekking tot Video On Demand en Pay per Event wil gebruiken, en welke persoonsgegevens daarvoor worden verwerkt. De in het privacybeleid gebruikte doelomschrijving 'diensten aanpassen aan de klantbehoefte' is onvoldoende specifiek. Ziggo informeert klanten niet dat er een interesseprofiel wordt opgesteld op basis van hun Video On Demand kijkgedrag, zoals beschreven in paragraaf 3.3.2 van dit rapport. Ziggo geeft in haar privacybeleid ook geen definitie van de op het scherm gebruikte term 'gebruiksgegevens'.

Los daarvan is het privacybeleid onvoldoende toegankelijk via de website van Ziggo, zoals toegelicht in paragraaf 3.4.5 van dit rapport (via een hyperlink, onderaan de webpagina's van Ziggo).

Ook de informatie op het beeldscherm tijdens de installatie van interactieve diensten schoot en schiet te kort. Op het scherm werd over de persoonlijke aanbevelingen weliswaar gemeld: *"We bekijken hoe u de navigatie gebruikt, welke pagina's u bezoekt en*

¹⁴⁷ Privacybeleid Ziggo versie februari 2013, URL:

https://static.ziggo.nl/images/Privacybeleid%20Ziggo_tcm14-2127.pdf.

¹⁴⁸ Ziggo Privacybeleid, p. 2. Daarnaast verwerkt Ziggo blijkens het Privacybeleid gegevens van klanten voor onder andere opleiding en training van klantenservicemedewerkers; onderhoud en beheer van het netwerk en voldoen aan diverse wettelijke verplichtingen. Deze doeleinden van de verwerking vallen buiten het bereik van dit onderzoek door het CBP.

welke items u bekijkt of bestelt" en was sprake van (niet nader omschreven) 'verkeer- en datagegevens', maar de betreffende informatie was niet specifiek genoeg om klanten te informeren welke persoonsgegevens er precies worden verwerkt en voor welke doeleinden.

Ziggo heeft voor nieuwe klanten sinds 13 april 2015 een nieuwe toestemmingsvraag ingevoerd, met de volgende informatie:

"Wanneer u deze (Video on Demand) dienst gebruikt, zullen wij:

-voor de levering en facturering van het bestelde product uw gebruiksgegevens vastleggen, op het moment dat u deze dienst gebruikt.

-uw gebruiksgegevens anonimiseren, aggregeren en analyseren, om de functionaliteit en inhoud van onze diensten te verbeteren.

Wanneer u daarvoor toestemming geeft, kunnen wij u ook persoonlijke aanbevelingen doen.

Wilt u persoonlijke aanbevelingen krijgen gebaseerd op uw kijkvoorkeuren? Klik dan op 'Akkoord'. Wilt u doorgaan zonder deze functie in te schakelen, klik dan op 'Niet Akkoord'. We verwerken uw gegevens dan niet voor persoonlijke aanbevelingen. We tonen in dat geval alleen algemene aanbevelingen. (...)"

Ziggo biedt geen nadere omschrijving van de term 'gebruiksgegevens', niet op het scherm, en niet in haar privacybeleid. Voor personen die interactieve diensten na 13 april 2015 hebben geactiveerd, geldt dat zij deze informatie op het scherm pas te zien krijgen nadat zij een abonnement hebben genomen op de interactieve diensten. Uit het privacybeleid en overige informatie op de website van Ziggo kunnen zij (van te voren) niet opmaken dat persoonsgegevens worden verwerkt voor persoonlijke aanbevelingen voor Video On Demand, en om welke persoonsgegevens het gaat. Zij worden door dit gebrek aan informatie onvoldoende in staat gesteld zeggenschap uit te oefenen of zij onder deze voorwaarden een abonnement bij Ziggo willen aangaan, of niet.

Ziggo heeft deze nieuwe informatie bovendien niet aan bestaande klanten verstrekt. Bestaande klanten krijgen de toestemmingsvraag niet te zien op het scherm in het installatiemenu, ook niet na reset naar fabrieksinstellingen. Ziggo heeft klanten ook niet op een andere manier actief geïnformeerd over het bestaan van nieuwe informatie over de gegevensverwerkingen, of gewezen op het gewijzigde privacybeleid.¹⁴⁹ De informatie op de website van Ziggo wekt juist de indruk dat er juist niets belangrijks is gewijzigd op 13 april 2015 (in antwoord op de vraag over wijziging van de algemene voorwaarden).

Tenslotte ontbrak informatie dat er bij Pay per Event gerichte marketing kon worden bedreven door Ziggo op grond van de inhoud van het kijkgedrag. Voor zover Ziggo voornemens zou zijn deze verwerking in de toekomst te verrichten (zoals uit de Zienswijze naar voren komt), ontbreekt informatie hierover in het nieuwe privacybeleid. De tekst in het privacybeleid dat Ziggo soms een opt-in en soms een

¹⁴⁹ Het CBP heeft als klant van interactieve diensten van Ziggo alle door Ziggo verzonden communicatie aan klanten bestudeerd, zowel op papier als per e-mail.

opt-outmogelijkheid hanteert, biedt geen informatie aan betrokkenen hoe zij een opt-out voor deze verwerking zouden kunnen uitoefenen.

Om tegenover betrokkenen een behoorlijke en zorgvuldige verwerking te kunnen waarborgen in de zin van artikel 33 en 34 van de Wbp, is nadere informatie nodig over de soorten gegevens en de doeleinden van de gegevensverwerking.

Uit de wetsgeschiedenis blijkt dat op een betrokkene geen onderzoeksplicht rust. Ziggo heeft de verantwoordelijkheid om betrokkenen op heldere wijze te informeren welke gegevens zij over bekeken Video On Demand en Pay per Event verzamelt en verwerkt en voor welke doeleinden.

Deze informatie is nodig om betrokkenen in staat te stellen zeggenschap uit te oefenen over de verwerking van hun betreffende persoonsgegevens, en een bewuste keuze te maken of zij onder deze voorwaarden van de Video On Demand en Pay per Event diensten gebruik willen maken.

De ratio van de informatieplicht is immers dat de burger in staat moet zijn te volgen hoe gegevens over hem worden verwerkt en bepaalde vormen van verwerking of onrechtmatig gedrag van de verantwoordelijke in rechte aan te vechten.¹⁵⁰

Lineair tv-kijkgedrag

Omdat er bij de verwerking van gegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag sinds 30 maart 2015 geen sprake meer is van de verwerking van persoonsgegevens, zijn ook de geconstateerde overtredingen van de informatieplicht uit de artikelen 33 en 34 van de Wbp beëindigd.¹⁵¹

Video on Demand en Pay per Event

De mededeling van Ziggo in het privacybeleid is onjuist als het gaat om het vastleggen op individueel niveau van het gebruik van Video On Demand en Pay per Event diensten. Daarbij wordt kijkgedrag wel degelijk op individueel niveau vastgelegd. Deze gegevens worden daarbij niet alleen gebruikt voor verwerkingen die *strikt noodzakelijk [zijn] voor de uitvoering van de overeenkomst, dan wel na uitdrukkelijke toestemming van de klant.*

Het CBP heeft in paragraaf 3.2.3 van dit rapport vastgesteld dat Ziggo de persoonsgegevens met betrekking tot bestelde Pay per Event eenmalig heeft gebruikt voor direct marketing, zonder voorafgaande toestemming van de betrokkenen. Het CBP heeft in paragraaf 3.5 van dit rapport opgenomen dat Ziggo van mening is dat zij

¹⁵⁰ Kamerstukken II 1997/98, 25 892, nr. 3, p. 149.

¹⁵¹ Het CBP merkt terzijde op dat het voor de gemiddelde gebruiker een verrassing zal zijn dat Ziggo kijkcijferaantallen destilleert uit het dataverkeer. De gebruikelijke, bij het publiek bekende, werkwijze om kijkcijferaantallen te verzamelen, geschiedt via panels van de Stichting Kijkcijfer Onderzoek. De kijkcijferkastjes worden alleen geïnstalleerd na voorafgaande toestemming van betrokkenen. In het maatschappelijk verkeer zou Ziggo daarom rekening moeten houden met de verwachting van betrokkenen dat kijkcijfergegevens alleen met toestemming worden verzameld.

hiervoor in de toekomst een beroep kan doen op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp (noodzaak ter behartiging van haar gerechtvaardigde belang).

Verderop in dit rapport, in paragraaf 5.4.1, beoordeelt het CBP dat geen sprake is van ondubbelzinnige toestemming voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen op grond van bekeken Video On Demand, omdat bestaande klanten geen keuzemogelijkheid hebben gekregen, en omdat specifieke informatie ontbrak over de soorten persoonsgegevens die Ziggo voor dit doeleinde verwerkt.

Ook ten aanzien van nieuwe klanten (die de interactieve diensten na 13 april 2015 hebben geactiveerd), geldt dat de informatie in het privacybeleid en op het scherm nog steeds onvoldoende specifiek is en dat Ziggo daarom ook van deze klanten (nog) geen ondubbelzinnige, op informatie berustende toestemming, verkrijgt. De informatie in het privacybeleid, dat Ziggo de gegevens voor dit doeleinde alleen met *uitdrukkelijke toestemming van de klant* gebruikt, is daarom op dit punt eveneens onjuist.

Het CBP merkt terzijde op dat ook de informatie in het scherm over aanbevelingen op grond van Video On Demand onvoldoende duidelijk is over de aard van de gegevensverwerking. De zinsnede in het scherm "(wij zullen) *uw gebruiksgegevens anonimiseren, aggregeren en analyseren, om de functionaliteit en inhoud van onze diensten te verbeteren*" wekt de indruk dat Ziggo ook zonder toestemming van betrokkenen gegevens over Video On Demand verwerkt in anonieme en/of geaggregeerde vorm. Omdat Ziggo heeft verklaard sinds 31 maart 2015 geen gegevens meer te verwerken over Video On Demand voor aanbevelingen, ook niet in anonieme of geaggregeerde vorm, als klanten geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen, is deze zinsnede in het beeldscherm feitelijk onjuist. Ook de zinsnede *We verwerken uw gegevens dan niet voor persoonlijke aanbevelingen. We tonen in dat geval alleen algemene aanbevelingen* kan de indruk wekken dat Ziggo de gegevens over kijkgedrag naar Video On Demand verwerkt voor algemene aanbevelingen. Om deze onduidelijkheid weg te nemen, zou Ziggo deze zinnen beter kunnen weglaten of toelichten op welke wijze zij algemene aanbevelingen genereert, als die niet gebaseerd zijn op de verwerking van individuele gegevens over het Video On Demand-kijkgedrag. Aangezien Ziggo de betreffende verwerking heeft gestaakt, is op dit punt echter geen sprake (meer) van een overtreding van de artikelen 33 en 34 van de Wbp.

Omdat Ziggo haar klanten (ook na 13 april 2015) niet of onvoldoende informeert over het feit dat zij persoonsgegevens verzamelt en verwerkt voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen in Video On Demand, en welke persoonsgegevens dit zijn, handelt Ziggo in strijd met het bepaalde in de artikelen 33 en 34 van de Wbp.

5.4 Grondslag

Ziggo dient een grondslag te hebben voor de onderzochte gegevensverwerkingen. Artikel 8 van de Wbp schrijft limitatief voor welke grondslagen voor verwerking van persoonsgegevens toegestaan zijn.

Ziggo heeft verklaard een grondslag voor de gegevensverwerking te hebben in artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp (ondubbelzinnige toestemming) voor het verwerken van gegevens over bestelde Video On Demand om persoonlijke aanbevelingen te

tonen, en voor de meeste andere verwerkingen een grondslag in artikel 8, aanhef en onder b, van de Wbp (noodzaak voor uitvoering van de overeenkomst).

Hoewel Ziggo aanvankelijk had verklaard geen beroep te doen op artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp (noodzaak ter behartiging van een gerechtvaardigd belang) voor het verwerken van persoonsgegevens over kijkgedrag, had het CBP deze grondslag ambtshalve toch meegenomen in de beoordeling. In reactie hierop heeft Ziggo een beroep gedaan op deze grondslag voor twee verwerkingen. Het gaat om het tonen van algemene aanbevelingen aan klanten die niet akkoord zijn gegaan met persoonlijke aanbevelingen, en om het verzenden van gerichte direct marketing op grond van bekeken Pay per Event

5.4.1 Ondubbelzinnige toestemming

Ten aanzien van ondubbelzinnige toestemming geldt het volgende. Van toestemming is, zoals vermeld in paragraaf 4.4 van dit rapport, slechts sprake wanneer er een vrije, specifieke en op informatie berustende wilsuiting is (artikel 1, aanhef en onder i, van de Wbp) waarmee de betrokkene aanvaardt dat hem betreffende persoonsgegevens worden verwerkt.

Verwerking gegevens over lineair tv-kijkgedrag voor algemene marktanalyse

In het Rapport voorlopige bevindingen beoordeelde het CBP dat Ziggo ten aanzien van de verwerking van persoonsgegevens over het 'gewone' tv-kijken in strijd handelde met de grondslagvereisten uit artikel 8 van de Wbp, omdat ze geen toestemming verkreeg, en geen beroep kon doen op een andere grondslag.

Door de technische maatregel die Ziggo op 30 maart 2015 heeft getroffen, is geen sprake meer van de verwerking van persoonsgegevens over het 'gewone' tv-kijken. Ziggo heeft de geconstateerde overtreding van artikel 8 van de Wbp hierdoor beëindigd.

Verwerking gegevens Video On Demand voor persoonlijke aanbevelingen

Ziggo heeft verklaard dat gegevens over het gebruik van Video On Demand voor persoonlijke aanbevelingen alleen met toestemming worden verwerkt. Het CBP stelt vast dat Ziggo medio 2013 een toestemmingsvraag heeft ingevoerd voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen voor Video On Demand, maar alleen op de nieuwe generatie decoders waarbij de gebruikersinterface in de cloud is opgeslagen. Ten aanzien van [VERTROUWELIJK] van de huishoudens met geactiveerde digitale tv-diensten, met het oudere type decoder (Interactieve decoder met een lokaal opgeslagen gebruikersinterface (local GUI)), is van toestemming dus geen sprake.

Zowel de inhoud van, als informatie over elektronische communicatie zijn gegevens die bescherming genieten op grond van artikel 8 van het EVRM en artikel 7 en 8 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie (Handvest). Artikel 7 van het Handvest beschermt expliciet 'communicatie'. In jurisprudentie van het Europees Hof voor de Rechten van de Mens (EHRM) wordt het belang benadrukt van vertrouwelijkheid van correspondentie, ongeacht de technische middelen die voor de overdracht worden gebruikt (zoals brieven, (mobiele) telefonie, e-mail, en

websurfen).¹⁵² Het betreft niet alleen de inhoud, maar ook informatie over elektronische communicatie. Deze bescherming is, vanwege de horizontale werking van de verplichtingen uit het EVRM, ook van toepassing op de relatie tussen betrokkenen en bedrijven.¹⁵³

In artikel 5(1) van de ePrivacy richtlijn is bepaald dat toestemming is vereist voor het doorbreken van het vertrouwelijke karakter van communicatie en daarmee verband houdende verkeersgegevens: *De lidstaten garanderen via nationale wetgeving het vertrouwelijke karakter van de communicatie en de daarmee verband houdende verkeersgegevens via openbare communicatienetwerken en via openbare elektronische communicatiediensten. Zij verbieden met name het afluisteren, aftappen, opslaan of anderszins onderscheppen of controleren van de communicatie en de daarmee verband houdende verkeersgegevens door anderen dan de gebruikers, indien de betrokken gebruikers daarin niet hebben toegestemd, tenzij dat bij wet is toegestaan overeenkomstig artikel 15, lid 1. Dit lid laat de technische opslag die nodig is voor het overbrengen van informatie onverlet, onverminderd het vertrouwelijkheidsbeginsel.*¹⁵⁴ In considerans 22 van de ePrivacy richtlijn wordt toegelicht: *Het verbod op het opslaan van communicatie en de daarmee verband houdende verkeersgegevens door anderen dan de gebruikers of zonder hun toestemming is niet bedoeld om de automatische, tussentijdse en tijdelijke opslag van die informatie te verbieden, voorzover deze opslag uitsluitend dient voor het doorzenden in het elektronische-communicatienetwerk en mits de informatie niet langer wordt opgeslagen dan nodig voor het doorzenden en het beheer van het verkeer, en het vertrouwelijk karakter tijdens de opslag gewaarborgd blijft.*"

In het huidige artikel 13 van de Nederlandse Grondwet worden in letterlijke zin alleen het brief-, telefoon- en telegraafgeheim beschermd, maar dat deze hoge beschermingsnorm ook van toepassing is op overige vormen van communicatie, staat -mede in het licht van de ePrivacy richtlijn en jurisprudentie van het EHRM- buiten kijf. Het Kabinet heeft in juli 2014 een wetsvoorstel bij de Kamer ingediend om ook de Nederlandse grondwet op dit punt techniekonafhankelijker te formuleren en uit te

¹⁵² Copland / Verenigd Koninkrijk (EHRM, 3 april 2007), paragraaf 44: "Accordingly, the Court considers that the collection and storage of personal information relating to the applicant's telephone, as well as to her e-mail and internet usage, without her knowledge, amounted to an interference with her right to respect for her private life and correspondence within the meaning of Article 8", [onderstreping toegevoegd door het CBP]. Zie voor een uitgebreider overzicht van de relevante jurisprudentie EHRM, Press Unit, Factsheet - Data protection (september 2014), URL: http://www.echr.coe.int/Documents/FS_Data_ENG.pdf.

¹⁵³ Zie bijvoorbeeld de Leidraad afstemmen wetgeving op de Wet bescherming persoonsgegevens van het ministerie van Justitie: "Zowel artikel 8 EVRM als artikel 10 van de Grondwet heeft horizontale werking en normeert daarom niet alleen de verhouding tussen de overheid en de burger maar werkt ook door in de rechtsbetrekkingen tussen burgers onderling."

¹⁵⁴ Directive 2002/58/EC of the European Parliament and of the Council of 12 July 2002 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector (Directive on privacy and electronic communications) (OJ L 201, 31.7.2002, p.37), zoals gewijzigd in 2009 door Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 amending Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services, Directive 2002/58/EC concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector and Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (OJ L 337, 18.12.2009, p. 11–36).

breiden tot alle vormen van communicatie, omdat "*communicatie privé moet zijn, ongeacht het middel of de techniek met behulp waarvan wordt gecommuniceerd.*" In de toelichting bij het wetsvoorstel wordt benadrukt dat de vertrouwelijkheid van communicatie in een democratische rechtsstaat een zwaarwegend belang vormt. Het Kabinet merkt expliciet op dat het communicatiegeheim ook van toepassing zal zijn op "*het opvragen van audio- en videodiensten via het internet*".¹⁵⁵

Omdat de gegevens over het kijkgedrag (in casu: de bekeken Video On Demand) inhoudelijke communicatiegegevens zijn, zijn het persoonsgegevens van gevoelige aard. Ten aanzien van een beroep op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp geldt dat de impact van de verwerking op de persoonlijke levenssfeer van de betrokkene een belangrijk onderdeel vormt van de *balancing test*. Als de aard van de data 'gevoelig' is, dan weegt het belang van de betrokkene al snel zwaarder dan het belang van de verantwoordelijke.¹⁵⁶ In paragraaf 5.4.3 van dit rapport beoordeelt het CBP dat Ziggo geen beroep kan doen op deze grondslag, vanwege de gevoelige aard van de gegevens over het kijkgedrag, en vanwege het ontbreken van waarborgen als adequate informatie, anonimisering en een opt-outmogelijkheid. Ziggo kan daarom alleen een beroep doen op de grondslag van ondubbelzinnige toestemming, als bedoeld in artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp.

Het CBP heeft in paragraaf 3.3.4 van dit rapport vastgelegd op welke wijze Ziggo de klanten met een nieuwer type decoder om toestemming heeft gevraagd. Het CBP heeft daarbij vastgesteld dat het scherm alleen een 'Akkoord'-knop bevatte, geen mogelijkheid om 'Nee' of 'Niet akkoord' te kiezen. Het was evenmin mogelijk om op dat moment te kiezen voor beëindiging van de installatie, de abonnee moest doorgaan om de installatie te voltooien. De betrokkene had hierdoor geen andere keuze dan toestemming te verlenen, en kon daarna de toestemming pas intrekken.

Ziggo informeerde betrokkenen als volgt over het niet verlenen van toestemming: "*Mocht u het niet op prijs stellen dat wij uw gedrag vastleggen, dan kunt u deze functie uitschakelen in het menu via Account / Instellingen. Wanneer u deze functie uitschakelt, ontvangt u geen persoonlijke suggesties meer en is het mogelijk dat bepaalde onderdelen van het menu verminderd dan wel niet functioneren.*"

Het CBP stelt vast dat de 'Nee' keuze, na voltooiing van de installatie, niet eenvoudig toegankelijk was en is. Het is dan ook niet aannemelijk dat betrokkenen deze informatie hebben onthouden na het voltooien van de installatie. Het hoofdmenu bevat geen keuze 'privacy-instellingen' of andere directe ingang naar een keuzemogelijkheid voor betrokkenen om de gegevensverwerking te beëindigen. De keuzemogelijkheid blijkt in het menu Account, onder 'Instellingen' onder het subkopje 'beveiliging' te zitten.

Op 13 april 2015 heeft Ziggo een nieuwe toestemmingsvraag ingevoerd in het installatiemenu voor nieuwe klanten. Door het toevoegen van een 'Niet Akkoord'

¹⁵⁵ Kamerstukken II 2013-2014, 33 989, nr. 3, p. 4

¹⁵⁶ Zie ook: Artikel 29 Werkgroep, WP 217, Opinion 06/2014 on the notion of legitimate interests of the data controller under Article 7 of Directive 95/46/EC. Zie onder andere scenario 3 op p. 33; p. 38-39 en voorbeelden 7, Non-profit-seeking body collects information for targeting purposes en 14, Electronic monitoring of internet use, op p.62.

knop, in combinatie met de verklaring van Ziggo dat aanklikken van 'Niet Akkoord' ook daadwerkelijk leidt tot beëindiging van de gegevensverwerking om persoonlijke aanbevelingen te tonen, heeft Ziggo de door het CBP geconstateerde overtreding van artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp willen beëindigen. Nieuwe klanten van Ziggo hebben sinds 13 april 2015 de keuze om de voorgenomen gegevensverwerking (verwerken van het kijkgedrag voor persoonlijke aanbevelingen) te aanvaarden of te weigeren. Maar, zoals toegelicht in paragraaf 5.3 van dit rapport, verstrekt Ziggo nog steeds onvoldoende specifieke informatie aan nieuwe klanten over de soorten persoonsgegevens die zij voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen verwerkt. Zoals toegelicht in het wettelijk kader in dit rapport, in paragraaf 4.3, is toestemming die niet aan alle voorwaarden van de definitie voldoet, nietig.

Hierdoor verkrijgt Ziggo geen, op informatie berustende, rechtsgeldige toestemming van nieuwe klanten, en handelt Ziggo hierdoor bij de verwerking van persoonsgegevens voor persoonlijke aanbevelingen (nog steeds) in strijd met het bepaalde in artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp.

Ziggo verkrijgt evenmin toestemming van bestaande klanten. Bij het onderzoek naar de instellingen van de decoder op 15 april 2015 heeft het CBP vastgesteld dat de gekozen instellingen niet gewijzigd waren, en dat er inderdaad, zoals Ziggo ook op 2 april 2015 verklaarde, geen bericht op het scherm aan betrokkenen is getoond. Voor bestaande klanten die hun apparatuur reeds hebben ingesteld is de kans klein dat zij – zonder dat zij technische problemen ondervinden of op relevante wijzigingen worden geattendeerd – het installatiemenu van de decoder gebruiken om alsnog via de account-instellingen het tonen van persoonlijke aanbevelingen te beëindigen. Ziggo heeft geen wijzigingen aangebracht in de eerder door betrokkenen gekozen instelling (en dat was tot 13 april 2015 feitelijk alleen de mogelijkheid om op 'Akkoord' te klikken).

Door het ontbreken van een reële en effectieve keuzemogelijkheid heeft Ziggo van de betrokkenen die 'Akkoord' hebben aangeklikt voor het tonen van de persoonlijke kijkaanbevelingen geen rechtsgeldige toestemming verkregen. Omdat deze bestaande klanten ook niet in staat worden gesteld in vrijheid de gegevensverwerking te aanvaarden of te weigeren, is geen sprake van ondubbelzinnige toestemming van de verwerking van kijkgedrag naar Video On Demand voor het doeleinde van het tonen van persoonlijke aanbevelingen. Daarbij speelt ook een rol, net als bij nieuwe klanten, dat Ziggo bestaande klanten, voor zover zij al kennis hebben kunnen nemen van het feit dat nieuwe informatie is toegevoegd aan het privacybeleid, (nog steeds) onvoldoende informeert over de soorten persoonsgegevens en de doeleinden van de verwerking van persoonsgegevens over het kijkgedrag naar Video On Demand, zoals beoordeeld in paragraaf 5.3 van dit rapport.¹⁵⁷ Ook door het ontbreken van de vereiste informatie kan van toestemming geen sprake zijn.

Omdat Ziggo geen geslaagd beroep kan doen op een andere grondslag voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen, handelt Ziggo bij de verwerking van

¹⁵⁷ Ziggo definieert de term 'kijkgedrag' niet en omschrijft niet de soorten persoonsgegevens die zij verwerkt voor persoonlijke aanbevelingen. Daarnaast is de uitdrukking in het privacybeleid 'het gebruik van televisieproducten' onvoldoende specifiek.

persoonsgegevens voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen ten aanzien van zowel bestaande als nieuwe klanten (nog steeds) in strijd met artikel 8 van de Wbp.

Verwerking gegevens Video On Demand voor algemene aanbevelingen

In reactie op het onderzoek door het CBP heeft Ziggo op 31 maart 2015 de verwerking voor algemene aanbevelingen gestaakt van gegevens met betrekking tot kijkgedrag naar Video On Demand bij klanten die geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen. Ziggo heeft hiermee de door het CBP geconstateerde overtreding van artikel 8 van de Wbp ten aanzien van de algemene aanbevelingen beëindigd.

Verwerking gegevens Pay per Event voor direct marketing

Ziggo heeft de gegevens over de inhoud van de bestelde sportwedstrijden eenmalig gebruikt om gerichte aanbiedingen te doen aan betrokkenen. Ook voor deze verwerking is een grondslag nodig als bedoeld in artikel 8 van de Wbp. Omdat het hierbij, net als bij Video On Demand, gaat om gegevens die verband houden met communicatie (gegevens uit en over het kijkgedrag), en omdat door de gevoelige aard van deze gegevens het belang van betrokkenen prevaleert boven het belang van Ziggo, komt in beginsel alleen de grondslag van ondubbelzinnige toestemming in aanmerking.

Ziggo vraagt en verkrijgt echter geen toestemming van betrokkenen voor deze verwerking. Omdat Ziggo geen geslaagd beroep kan doen op een andere grondslag voor het verwerken van gegevens over kijkgedrag via Pay per Event voor direct marketing, heeft Ziggo bij de verwerking van deze persoonsgegevens voor direct marketing in strijd gehandeld met artikel 8 van de Wbp.

5.4.2 Noodzakelijk voor de uitvoering van een overeenkomst

Ziggo schrijft dat de belangrijkste grondslag voor het verzamelen en verwerken van persoonsgegevens de noodzaak is ter uitvoering van de overeenkomst waarbij de betrokkene partij is, namelijk het abonnement van de klant. Ziggo doet daarmee een beroep op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder b, van de Wbp voor de verwerking van gegevens over bekeken Video On Demand voor het tonen van algemene aanbevelingen, en voor de verwerking van bestelde Pay per Event voor direct marketing.

Video On Demand en Pay per Event

Ten aanzien van het tonen van algemene aanbevelingen op basis van bestelde Video On Demand en direct marketing op basis van bestelde Pay per Event, gaat het om gegevens die verband houden met communicatie (gegevens uit en over het kijkgedrag). Door de gevoelige aard van deze gegevens prevaleert het belang van betrokkenen boven het belang van Ziggo en komt in beginsel alleen de grondslag van ondubbelzinnige toestemming in aanmerking. Ten overvloede stelt het CBP vast dat deze gegevensverwerkingen niet noodzakelijk zijn om de overeenkomst met individuele betrokkenen uit te voeren. Ziggo kan haar klanten ook Video On Demand en Pay per Event diensten leveren zonder de gegevens over hun bestelgedrag te verwerken voor respectievelijk aanbevelingen en gerichte direct marketing.

5.4.3 Noodzakelijk voor gerechtvaardigd belang

In haar zienswijze en latere e-mails heeft Ziggo aanvullend een beroep gedaan op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp voor het tonen van algemene aanbevelingen aan gebruikers van Video On Demand, en voor het verzenden van gerichte direct marketing op grond van bekeken Pay per Event.

Algemene aanbevelingen Video On Demand

Ziggo heeft de gegevensverwerking voor algemene aanbevelingen op 31 maart 2015 onder protest gestaakt. Volgens Ziggo is voor het verwerken van de persoonsgegevens over Video On Demand voor algemene aanbevelingen een beroep mogelijk op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp. Dit omdat Ziggo de gegevens geanonimiseerd verwerkt in de algemene aanbevelingen database, omdat klanten daarover worden geïnformeerd in het privacybeleid en omdat deze verwerking geen enkele nadelige of onwenselijke gevolgen kan hebben voor de desbetreffende klanten.

Het CBP heeft in paragraaf 5.4.1 van het rapport beoordeeld dat Ziggo, vanwege de gevoelige aard van gegevens over het kijkgedrag met betrekking tot Video On Demand, in beginsel alleen een beroep kan doen op de grondslag van ondubbelzinnige toestemming, ongeacht of het persoonlijke of algemene aanbevelingen betreft.

Onverlet de vraag of deze gegevensverwerking noodzakelijk is (voldoet aan de vereisten van proportionaliteit en subsidiariteit), heeft het CBP de beoordeling toegespitst op de tweede toets, de *balancing test* waarbij de belangen van de betrokkene een zelfstandig gewicht in de schaal leggen tegenover het belang van de verantwoordelijke. Daarbij zijn vooral de waarborgen van belang die Ziggo heeft getroffen ten aanzien van de algemene aanbevelingen. Een zorgvuldige gegevensverwerking vereist dat betrokkenen actief geïnformeerd worden over het vastleggen van hen betreffende persoonsgegevens en de specifieke doeleinden waarvoor deze gegevens worden verzameld en verwerkt.

Anonimisering van persoonsgegevens is een belangrijke waarborg om te voorkomen dat betrokkenen op grond van hun kijkgedrag anders behandeld kunnen worden.

Omdat Ziggo de gegevens over bekeken Video On Demand gedurende 18 maanden op individueel niveau bewaart voor factureringsdoeleinden, is er geen sprake van feitelijke anonimisering. Er was (tot 31 maart 2015) sprake van een tweede verwerking naast de facturering van geleverde diensten, namelijk, het kopiëren van de verzameling kijkgegevens met betrekking tot Video on Demand in een tweede database, en het verwijderen van de persoonsgegevens uit deze set gegevens. Deze tweede verwerking diende twee marketingdoeleinden, namelijk (1) het doen van generieke aanbevelingen op basis van het eigen kijkgedrag en (2) het doen van item 2 item aanbevelingen, dat wil zeggen het aanprijzen van films die eerder bekeken zijn door andere kijkers die eerder dezelfde film bekeken.

Het feit dat Ziggo voor de algemene aanbevelingen alleen de tweede set gebruikte, zonder de persoonsgegevens van de kijkers, leidt niet tot de conclusie dat sprake was van anonieme gegevens. Ziggo verzamelt en bewaart de gegevens over het kijkgedrag

op individueel herleidbaar niveau. Het doeleinde van de tweede verwerking was het beïnvloeden van kijkers om een andere film te bekijken (andere mensen die naar film X keken, keken ook naar film Y). Dat is een verwerking die naar zijn aard beoogt het gedrag van individuele personen te beïnvloeden. Ziggo kon zonder onevenredige inspanning uit de eerste database een overzicht halen van alle specifieke personen die eerst film X keken en toen film Y. Dat Ziggo maatregelen had getroffen om de herleidbaarheid in de tweede database te verkleinen, kan een belangrijke waarborg vormen onder artikel 13 van de Wbp (beveiligingsmaatregelen)¹⁵⁸, maar leidt niet tot de conclusie dat het geen persoonsgegevens meer betreft.

Ook het verwijderen van de persoonsgegevens uit een kopie van de database is een verwerking van persoonsgegevens waarvoor Ziggo een grondslag dient te hebben. Het gaat hierbij om verwerking van gegevens van gevoelige aard en om een vorm van observatie waar een gemiddelde gebruiker niet op bedacht is. Het CBP heeft in paragraaf 3.4 van het rapport feitelijk vastgesteld en in paragraaf 5.3 van het rapport beoordeeld dat Ziggo bestaande klanten niet of onvoldoende informeerde over deze gegevensverwerking. Klanten die (met de nodige moeite) géén toestemming gaven aan Ziggo voor het verwerken van hun kijkgedrag voor persoonlijke aanbevelingen, moesten erop kunnen vertrouwen dat Ziggo die gegevens dan ook niet verwerkte voor algemene aanbevelingen. Dit vertrouwen hangt samen met de balans tussen de informatieplicht van de verantwoordelijke en het ontbreken van een onderzoeksplicht voor betrokkenen. Ziggo dient als verantwoordelijke betrokkenen op eigen initiatief adequaat te informeren over alle doeleinden van de verwerking.

Door het ontbreken van waarborgen als (feitelijke) anonimisering, adequate informatie en een opt-outmogelijkheid, en omdat gegevens over het kijkgedrag persoonsgegevens van gevoelige aard zijn, die iets zeggen over de voorkeuren en interesses van mensen, woog en weegt het belang van Ziggo om deze gegevens over het kijkgedrag te verzamelen en te verwerken voor algemene aanbevelingen niet op tegen het recht van betrokkenen op bescherming van hun persoonlijke levenssfeer.

Direct marketing Pay per Event

Omdat de gegevens over Pay per Event volgens Ziggo geen gegevens zijn over kijkgedrag, maar over bestelgedrag, meent Ziggo een beroep te kunnen doen op een grondslag in artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp (noodzaak voor de behartiging van haar gerechtvaardigd belang) voor het gebruik van deze gegevens voor direct marketingdoeleinden.¹⁵⁹ Ziggo meent daarom ook in de toekomst te kunnen volstaan met het aanbieden van een opt-out in de verzonden direct marketing.¹⁶⁰

Het woord 'bestelgedrag' preciseert onvoldoende feitelijk dat het wel degelijk om gegevens over individueel kijkgedrag (op een specifiek tijdstip, naar een specifiek soort uitzending) gaat. De bestelwijze, via decoder of via de website, is daarbij niet relevant. Het gaat hier niet om bestelde producten, maar om specifieke uitzendingen of films die een specifieke klant op dat moment koopt met de bedoeling om ze te bekijken. Het kan zeer incidenteel voorkomen dat de abonnee een uitzending koopt en vervolgens geen tijd heeft om het te kijken, maar in het algemeen is niet aannemelijk

¹⁵⁸ Dit valt buiten het bereik van dit onderzoek door het CBP.

¹⁵⁹ E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

¹⁶⁰ E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

dat een klant uitdrukkelijk een uitzending bestelt om die vervolgens *niet* te bekijken in het geboden korte tijdvak.

Omdat het om gegevens over kijkgedrag gaat, en dit gegevens zijn van gevoelige aard, die verband houden met communicatie, mag Ziggo deze gegevens alleen voor direct marketing verwerken op basis van ondubbelzinnige toestemming van de betrokkene, zoals toegelicht in paragraaf 5.4.1 van dit rapport.

6. CONCLUSIES

Het College bescherming persoonsgegevens (CBP) heeft op grond van artikel 60 van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) ambtshalve onderzoek ingesteld naar de verwerking van persoonsgegevens door Ziggo B.V. (hierna: Ziggo) met betrekking tot of door het gebruik van de interactieve digitale televisiediensten.

Ziggo is de grootste aanbieder van digitale televisie in Nederland. Ziggo bediende tot 13 april 2015 circa 2,8 miljoen huishoudens in Nederland, waarvan bijna 2,3 miljoen afnemers van digitale televisie. Een deel van de klanten op digitale televisie van Ziggo heeft de mogelijkheid geactiveerd om gebruik te kunnen maken van de interactieve diensten, dat wil zeggen, ruim [VERTROUWELIJK] huishoudens in Nederland. Op 13 april 2015 zijn UPC en Ziggo samengegaan onder de naam Ziggo. Het onderzoek van het CBP is beperkt tot de gegevensverwerking door het 'oude' Ziggo. Deze gegevensverwerking is niet gewijzigd door de fusie met UPC.

Persoonsgegevens kijkgedrag

Het CBP heeft voor drie vormen van kijkgedrag onderzocht in hoeverre Ziggo deze gegevens verwerkt voor profilerings- en marketingdoeleinden.

De onderzochte vormen van kijkgedrag zijn:

- 1 - kijken naar (lineaire) tv-zenders (het 'gewone' digitale tv-kijken)
- 2 - kijken naar bestelde films (Video On Demand)
- 3 - kijken naar los bestelde sport en erotiekuitzendingen (Pay per Event)

De gegevens over het kijkgedrag en daarmee samenhangende gegevens zijn persoonsgegevens als bedoeld in artikel 1, onder a, van de Wbp. Het zijn ook persoonsgegevens van gevoelige aard, die een indringend beeld kunnen geven van iemands gedrag en belangstelling. Ziggo verwerkte persoonsgegevens over het 'gewone' digitale tv-kijken voor algemene kijkcijferanalyses. Dit betrof een vorm van marktonderzoek. Ziggo verwerkt de gegevens over Video On Demand voor profilering en marketing, door middel van persoonlijke en algemene aanbevelingen. Ziggo heeft de gegevens over bekeken Pay per Event eenmalig gebruikt voor gerichte direct marketing.

Geconstateerde, deels beëindigde overtredingen

Het CBP constateerde in het rapport voorlopige bevindingen ten aanzien van alledrie de soorten verwerkingen van kijkgedrag overtredingen van de wettelijke vereisten op het gebied van de grondslag voor de gegevensverwerking en de informatieplicht. Ziggo heeft naar aanleiding van het rapport verschillende maatregelen getroffen. Deze maatregelen hebben de overtredingen gedeeltelijk beëindigd.

Het 'gewone' digitale tv-kijken (1)

Ziggo verwerkt van [VERTROUWELIJK] van haar klanten met een geactiveerde interactieve tv-decoder persoonsgegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag. Op 1 juni 2014 waren er [VERTROUWELIJK] klanten met dit oudere type decoder. Ziggo verwerkte deze gegevens voor algemene kijkcijferanalyses. Op 30 maart 2015 heeft Ziggo een technische maatregel doorgevoerd op deze decoders, waardoor de

gegevens over het tv-kijkgedrag niet meer te herleiden zijn naar individuele betrokkenen. Gelet op alle specifieke omstandigheden is er sinds 30 maart 2015 geen sprake meer van de verwerking van persoonsgegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag. Daardoor heeft Ziggo ook de overige geconstateerde overtredingen ten aanzien van de informatieplicht en het grondslagvereiste beëindigd.

Video on Demand (2)

Ziggo verzamelt en verwerkt van klanten die gebruik maken van Video On Demand (inclusief gemiste uitzendingen) persoonsgegevens en gebruikt deze gegevens om persoonlijke kijkaanbevelingen te doen voor Video On Demand. Tot 31 maart 2015 gebruikte Ziggo deze gegevens ook voor het tonen van algemene aanbevelingen aan klanten die daarvoor geen toestemming hadden gegeven.

Het CBP concludeerde in het Rapport voorlopige bevindingen dat Ziggo geen ondubbelzinnige toestemming verkreeg voor de verwerking van Video On Demand kijkgedrag voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen. Dit omdat Ziggo de betrokkenen alleen een 'Akkoord'-keuze aanbood en geen mogelijkheid om 'Nee' of 'Niet akkoord' te kiezen. Een klant kon deze keuze ongedaan maken na het voltooiën van de installatie, maar de 'Nee' keuze was onvoldoende eenvoudig toegankelijk. Aanvullend was van belang dat de 'Nee' keuze niet leidde tot beëindiging van de gegevensverwerking. Een betrokkene die zijn of haar toestemming introk, kreeg geen persoonlijke aanbevelingen meer te zien, maar de opt-out liet de onderliggende gegevensverwerking onverlet. De klant kreeg in dat geval algemene aanbevelingen te zien, gebaseerd op het bestelgedrag van alle andere klanten. Omdat Ziggo geen beroep kon doen op een andere grondslag voor beide doeleinden van de verwerking (persoonlijke en algemene aanbevelingen), handelde Ziggo in strijd met de vereisten uit artikel 8 van de Wbp.

Ziggo heeft als maatregel op 31 maart 2015 de verwerking van gegevens beëindigd voor het tonen van algemene aanbevelingen aan klanten die geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen. Hierdoor heeft Ziggo de geconstateerde overtreding van artikel 8 van de Wbp op dit punt beëindigd.

Op 13 april 2015 heeft Ziggo daarnaast een nieuwe toestemmingsvraag ingevoerd op het scherm en nieuwe informatie toegevoegd aan haar privacybeleid. De vraag op het scherm bevat meer informatie over het doeleinde van de gegevensverwerking en een keuzemogelijkheid tussen 'Akkoord' en 'Niet akkoord'. De informatie op het scherm en in het privacybeleid is echter onvoldoende specifiek over de soorten persoonsgegevens die voor het doeleinde persoonlijke aanbevelingen worden verwerkt. Ziggo informeert klanten bijvoorbeeld niet dat er een interesseprofiel wordt opgesteld op basis van hun Video On Demand kijkgedrag. Ziggo verkrijgt daarom (nog steeds) geen rechtsgeldige, op informatie berustende, toestemming voor deze verwerking.

Ziggo toont de nieuwe vraag bovendien alleen aan nieuwe klanten (die de interactieve tv-diensten na 13 april 2015 hebben geactiveerd), en niet aan bestaande klanten. Omdat bestaande klanten ook niet op andere wijze zijn geïnformeerd door Ziggo over dit doeleinde van de verwerking, en de soorten persoonsgegevens die Ziggo hiervoor verwerkt, en zij geen keuzemogelijkheid krijgen voorgelegd, verkrijgt Ziggo van

bestaande klanten die gebruik maken van Video On Demand en in het verleden op 'Akkoord' geklikt hebben, evenmin ondubbelzinnige, dus rechtsgeldige, toestemming.

Omdat Ziggo geen geslaagd beroep kan doen op een andere grondslag voor deze verwerking, handelt Ziggo ten aanzien van zowel bestaande als nieuwe klanten die persoonlijke aanbevelingen 'aan' hebben staan (nog steeds) in strijd met het grondslagvereiste uit artikel 8 van de Wbp.

Pay per Event (3)

Ziggo heeft de gegevens over los bestelde uitzendingen (Pay per Event) eenmalig gebruikt voor gerichte direct marketing op klanten. Ziggo informeerde en informeert betrokkenen niet dat gegevens over het kijkgedrag naar Pay per Event gebruikt kunnen worden voor gerichte direct marketing. Ziggo vraagt geen toestemming aan betrokkenen voor deze verwerking, en kan zich, in verband met de gevoelige aard van de persoonsgegevens over het kijkgedrag, niet op een andere grondslag beroepen. Hiermee heeft Ziggo in strijd gehandeld met het grondslagvereiste uit artikel 8 van de Wbp.

Bijlage 1: Zienswijze Ziggo met aanvullende verklaringen¹⁶¹, met de reactie daarop van het CBP

Standpunt Ziggo in het kort

In haar zienswijze van 19 januari 2015 op het Rapport voorlopige bevindingen van het CBP, zoals aangevuld per e-mails van 2, 9, 13, 16 en 20 februari, 6 en 16 maart en 2 april 2015, heeft Ziggo aangegeven dat het haar intentie is om zoveel mogelijk tegemoet te komen aan de bevindingen van het CBP. Ziggo heeft vier concrete aanpassingen gemeld of voorgesteld. Dit zijn:

1. het invoeren van bewaartermijnen voor gegevens over het kijkgedrag (ingevoerd eind oktober 2014);¹⁶²
2. het invoeren van een anonimiseringsmethode op de drie soorten decoders waarmee Ziggo gegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag verzamelt (per 30 maart 2015);¹⁶³
3. het invoeren van een gewijzigde toestemmingsvraag in het instellingenmenu ten aanzien van persoonlijke aanbevelingen voor Video On Demand (per 13 april 2015), en;
4. het beëindigen van de verwerking van gegevens over het kijkgedrag naar Video On Demand van klanten die geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen (per 31 maart 2015).¹⁶⁴

Ziggo acht het gebruik van de term 'persoonsgegevens van gevoelige aard' verwarrend, omdat dit begrip niet in de wet voorkomt.

TV-kijkgedrag

Volgens Ziggo werden de gegevens over het gewone kijkgedrag (ook voor 30 maart 2015) uitsluitend anoniem en geaggregeerd gebruikt voor de bedrijfsvoering (markanalyse) en betreft dit geen vorm van marketing en profilering.

Video On Demand

Ziggo stelt een beroep te kunnen doen op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp voor het geanonimiseerd verwerken van kijkgedrag naar Video On Demand voor algemene aanbevelingen, als een klant geen toestemming heeft gegeven voor persoonlijke aanbevelingen. Ziggo heeft de verwerking van Video On Demand gegevens voor algemene aanbevelingen onder protest gestaakt, omdat zij de beoordeling van het CBP op dit punt onjuist vindt. Dit omdat Ziggo de gegevens geanonimiseerd verwerkt in de algemene aanbevelingen database, omdat klanten daarover wordt geïnformeerd in het privacy beleid en omdat deze verwerking geen enkele nadelige of onwenselijke gevolgen kan hebben voor de desbetreffende klanten.

¹⁶¹ Zienswijze van Ziggo van 19 januari 2015 op het Rapport voorlopige bevindingen van het CBP van 2 december 2014 (hierna: Zienswijze van Ziggo en Voorlopige bevindingen CBP), aangevuld in e-mails van Ziggo van 2, 9, 13, 16, 20 februari, 6 en 16 maart en 2 april 2015.

¹⁶² E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

¹⁶³ E-mail van Ziggo van 2 april 2015.

¹⁶⁴ E-mails van Ziggo van 6 maart, 16 maart en 2 april 2015.

Pay per Event

Ziggo stelt een beroep te kunnen doen op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp voor direct marketing op grond van bestelde Pay Per Event. Volgens Ziggo moeten de bestelgegevens van het Pay per Event product niet worden aangemerkt als registratie van kijkgedrag, omdat het gegevens zijn over de bestelling en levering van content.

Reactie CBP: Het CBP gaat hieronder themagewijs in op de zienswijze van Ziggo, waarbij het CBP de opmerkingen behandelt in volgorde van haar eigen rapport. Daarbij wordt aangegeven in hoeverre de zienswijze en de maatregelen hebben geleid tot aanpassing van de bevindingen en daarmee samenhangende wijzigingen in de conclusies van het rapport. Feitelijke fouten zijn door het CBP hersteld in het rapport definitieve bevindingen waar dit van toepassing is. Voor zover de door Ziggo voorgestelde aanpassingen feitelijk tot beëindiging van de geconstateerde overtredingen hebben geleid, is de beoordeling door het CBP ingekort.

In het licht van het bovenstaande heeft Ziggo meer in het bijzonder het navolgende ten aanzien de feiten en beoordeling gesteld dan wel betwist.

Persoonsgegevens van gevoelige aard

Zienswijze Ziggo: De aanduiding door het CBP van de gegevens over het kijkgedrag en daarmee samenhangende gegevens als 'persoonsgegevens van gevoelige aard' is naar de mening van Ziggo verwarrend. De Wbp bevat immers geen definitie daarvan en gaat slechts uit van de categorieën persoonsgegevens en bijzondere persoonsgegevens.¹⁶⁵

Reactie CBP: In de wetsgeschiedenis bij artikel 9 Wbp worden de begrippen 'bijzondere' en 'gevoelige' gegevens als volgt uitgelegd: *"Artikel 16 betreft de gegevens die uit hun aard gevoelig zijn. Daarnaast kunnen gegevens gevoelig zijn door de context waarin zij worden gebruikt, bij voorbeeld de gegevens omtrent iemands kredietwaardigheid of welstand."*¹⁶⁶ Volgens de wetgever zijn er dus gegevens die uit hun aard gevoelig zijn. De kwalificatie 'persoonsgegevens van gevoelige aard' zegt iets over de impact die de verwerking van het betreffende gegeven kan hebben op de persoonlijke levenssfeer van de betrokkene in een bepaalde situatie. Het CBP merkt gegevens over kijkgedrag aan als gevoelige gegevens omdat het verzamelen van dergelijke gegevens kan leiden tot een indringend beeld van iemands persoonlijke voorkeuren en levensovertuigingen.

Het CBP heeft deze toelichting toegevoegd aan het wettelijk kader met betrekking tot persoonsgegevens, in paragraaf 4.1 van het rapport. De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt niet geleid tot aanpassing van de feitelijke bevindingen en conclusies in het rapport, wel tot aanvulling van de beoordeling.

¹⁶⁵ Zienswijze van Ziggo, p. 4.

¹⁶⁶ Kamerstukken II 1997/1998, 25 892, nr. 3, p. 90.

Persoonsgegevens met betrekking tot het 'gewone' tv-kijkgedrag

Zienswijze Ziggo: Ten aanzien van het verwerken van gegevens over het 'gewone' tv-kijken heeft Ziggo in haar Zienswijze aangekondigd, overigens zonder aanvaarding van gehoudenheid daartoe, het anonimiseringsproces verder te verfijnen.¹⁶⁷ Ziggo heeft het CBP vervolgens een gespecificeerde technische beschrijving gestuurd van de mogelijkheid om het smartcard ID te vervangen door een random identifier, te genereren door de decoder.¹⁶⁸ Ziggo heeft verklaard dat de oplossing op 30 maart 2015 is doorgevoerd op de drie decoders van Cisco en van Samsung.¹⁶⁹

Reactie CBP:

Het CBP heeft deze oplossing bestudeerd en heeft Ziggo per e-mail tussentijds bevestigd dat dit een adequate maatregel zou zijn om de geconstateerde overtredingen van de Wbp te beëindigen, gegeven alle specifieke omstandigheden van deze verwerking.¹⁷⁰

Deze relevante omstandigheden zijn als volgt:

1. Ziggo heeft geen registratie van de smartcard ID's van de houders van de decoders. Ziggo ontving deze permanente identifier tot 30 maart 2015 wel met het dataverkeer gedurende de tijd dat een betrokkene tv keek, en had op die wijze een koppeling kunnen maken tussen de smartcard ID's, de NAW-gegevens en het tv-kijkgedrag van betrokkenen. Ziggo heeft verklaard nooit een dergelijke registratie te hebben gemaakt.
2. In plaats van het smartcard ID wordt sinds 30 maart 2015 een nieuwe random identifier meegestuurd met het dataverkeer. Deze nieuwe unieke permanente identifier wordt door de decoder zelf gegenereerd.
3. Ziggo verzamelt telkens een klein bestandje over kortdurend kijkgedrag, van maximaal 4 kilobyte. Sinds 30 maart 2015 bevatten deze bestanden de nieuwe, voor Ziggo onherleidbare, unieke identifier. De gegevens over het tv-kijkgedrag worden door Ziggo direct geaggregeerd naar statistische informatie over de populariteit van programma's en zenders. Nadat Ziggo de informatie over de bekeken programma's en zenders heeft verzameld, worden de oorspronkelijke logbestanden vernietigd, telkens als van de decoder een nieuw logbestand wordt ontvangen. Omdat het om kleine bestanden gaat, met een kortdurende weergave van het kijkgedrag, kan Ziggo geen beeld door de tijd heen opbouwen van het kijkgedrag van een individuele kijker.
4. Uit de technische specificaties van het dataverkeer blijkt dat Ziggo het dynamische IP-adres van de betrokkene onmiddellijk na ontvangst verwijdt van de ontvangende server, voordat de bestanden worden doorgezonden naar de analyse-server. Ziggo verzamelt met het dataverkeer van de decoder (anders dan de nieuwe identifier) geen andere identifiers van de box en/of van de betrokkene. Ziggo heeft hierover verklaard: *"De Cisco boxen krijgen een IP adres*

¹⁶⁷ Zienswijze van Ziggo, p. 5.

¹⁶⁸ E-mail van Ziggo van 16 februari 2015.

¹⁶⁹ Telefonisch en per e-mail door Ziggo bevestigd op 2 april 2015, voorzien van ondersteunend bewijsmateriaal zoals interne Ziggo e-mails en een verklaring van de leverancier van de oplossing. Het betreft de Samsung 8455/8485 en de Cisco 3102.

¹⁷⁰ E-mail van het CBP van 25 februari 2015.

*uit een range en daarbij is niet bekend wie wat krijgt. Er is voor deze devices dus geen netwerkregistratienummer-relatie in tegenstelling tot een kabelmodem waar dit wel het geval is."*¹⁷¹

5. Omdat het smartcard ID niet meer wordt meegezonden met het dataverkeer sinds 30 maart 2015, en er geen andere identifiers mee worden gestuurd met het dataverkeer (anders dan de nieuwe identifier), is de koppelingsmogelijkheid tussen de decoder en de NAW-gegevens van betrokkenen effectief beëindigd.
6. Het is theoretisch mogelijk om met toegang tot de decoder de random identifier te herleiden tot het smartcard ID. Omdat de inspanning die vereist is voor deze herleiding relatief groot is en de hoeveelheid gegevens die herleid kunnen worden beperkt is tot de kleine buffer van (max. 4 kilobyte) logbestanden die nog niet zijn verwerkt, zou herleiding van de random identifier een onevenredige inspanning betekenen. Bovendien zou dan alleen een klein bestand zichtbaar zijn, met een kortdurende weergave van het kijkgedrag.
7. Het doeleinde van de verwerking is het verkrijgen van statistisch inzicht in de populariteit van zenders en programma's op algemeen, niet individueel niveau. Ziggo is ook technisch niet in staat om de verkregen informatie terug te herleiden naar individuele betrokkenen.

Door deze werkwijze, en in het licht van alle hierboven besproken omstandigheden, is er na de maatregelen die Ziggo heeft getroffen als gevolg van het onderzoek van het CBP geen sprake meer van de verwerking van persoonsgegevens met betrekking tot het 'gewone' tv-kijkgedrag van betrokkenen, omdat de betrokken personen niet meer identificeerbaar zijn aan de hand van de verwerkte gegevens. Er is sprake van het genereren van statistische informatie over de tv-uitzendingen die worden bekeken, ten behoeve van kijkcijferinformatie.

De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt geleid tot aanvulling van de feiten en aanpassing van de beoordeling en conclusies in het rapport.

Gebruik van gegevens over het kijkgedrag voor marketing en profileringsdoeleinden

Zienswijze Ziggo: Ziggo schrijft dat uit hoofdstuk 6 de volgende conclusies van het CBP kunnen worden gedestilleerd:

"1. De gegevens over het kijkgedrag en daarmee samenhangende gegevens zijn persoonsgegevens als bedoeld in artikel 1 onder a van de Wbp. Het zijn ook persoonsgegevens van gevoelige aard die een indringend beeld kunnen geven van iemands gedrag en belangstelling. Ziggo gebruikt deze gegevens voor marketing en profileringsdoeleinden."

Deze conclusie is volgens Ziggo deels onjuist. Dit omdat gegevens over het gewone kijkgedrag uitsluitend anoniem en geaggregeerd voor de bedrijfsvoering worden gebruikt (marktanalyse). Ziggo neemt gegevens over bestelde programma's met erotische inhoud in Video On Demand uitdrukkelijk niet mee in de persoonlijke

¹⁷¹ E-mail van Ziggo van 16 februari 2015, bijlage 'Nadere uitwerking implementatie Random ID tbv Audience Measurement'.

aanbevelingen.¹⁷² Aanvullend schrijft Ziggo dat niet wordt geregistreerd of een klant aanbevelingen heeft ingeschakeld voor erotiek. Bij het accepteren van de persoonlijke aanbevelingen krijgt een klant dan ook geen keuze tussen algemeen en/of ook erotisch aanbod. Ziggo legt alleen vast of de klant de optie 'erotiek' in het menu wil verbergen of niet. Aanbevelingen voor erotische programma's worden niet gedaan op basis van persoonlijk kijkgedrag, maar in dat geval is sprake van asset-to-asset aanbevelingen binnen het erotiek domein [dat wil zeggen: andere titels die het vaakst zijn bekeken door alle andere gebruikers, toevoeging CBP].¹⁷³

Bij Pay per Event is eenmalig gebruikt gemaakt van bestelgegevens met betrekking tot een sport evenement. Informatie over interesse in sport is geen 'bijzonder persoonsgegeven' zoals bedoeld in de Wbp.¹⁷⁴ Ziggo verklaart aanvullend dat geen gebruik meer is gemaakt van de gegevens over Pay Per Event voor direct marketing. *"Ziggo is ook niet voornemens dat in de toekomst te gaan doen."*¹⁷⁵

Reactie CBP: Ziggo reageert op een zelf geschreven samenvatting van de conclusies van het CBP. Deze eigen samenvatting doet geen recht aan de feitelijke conclusies die het CBP in het betreffende concluderende hoofdstuk (en in de samenvatting) trok ten aanzien van de drie onderzochte vormen van kijkgedrag. Het CBP constateerde daarbij dat Ziggo de gegevens over het 'gewone' digitale kijkgedrag in geanonimiseerde vorm verwerkte voor algemene marktanalyses, dat Ziggo de gegevens over Video On Demand gebruikt om kijkprofielen op te stellen en aanbevelingen te tonen en dat dit een vorm van marketing is. Ten slotte stelt het CBP vast dat Ziggo de gegevens over Pay per Event eenmalig heeft gebruikt voor gerichte direct marketing op klanten. De conclusies van het CBP zijn een zakelijke samenvatting van de beoordeling op dit punt in paragraaf 5.1.3 van het rapport.

Voor zover het bezwaar van Ziggo zag op het onderbrengen van marktanalyses onder de noemer 'marketing en profilering', wijst het CBP op het feit dat in de beoordeling ter zake in het rapport, onder tussenkopje 1 'Gegevens kijkgedrag voor marktanalyse' duidelijk werd toegelicht dat het CBP onder marketing en profilering ook marktanalyse verstaat.¹⁷⁶ Het CBP heeft Ziggo daarnaast vanaf het begin van het onderzoek gewezen op de brede betekenis van profilerings- en marketingdoeleinden, en dat het CBP daar expliciet ook onder verstaat 'algemene klant- en marktanalyses' en 'verbetering van de dienstverlening'.¹⁷⁷ Het CBP heeft het begrip marktanalyse op vergelijkbare wijze toegepast in eerdere onderzoeken naar het gebruik van packet inspection technieken door telecom operators. Daarbij was sprake van het op individueel niveau verzamelen van gegevens over internetgedrag, om de gegevens vervolgens op gepseudonimiseerd of geaggregeerd niveau te gebruiken voor

¹⁷² Zienswijze van Ziggo, p. 4.

¹⁷³ Zienswijze van Ziggo, p. 9.

¹⁷⁴ Zienswijze van Ziggo, p. 4.

¹⁷⁵ Zienswijze van Ziggo, p. 9.

¹⁷⁶ Voorlopige bevindingen CBP, p. 33.

¹⁷⁷ Brief CBP aan Ziggo van 28 mei 2014 met aankondiging onderzoek en vragen, p. 1, hoofdvraag 1: "Verwerkt Ziggo persoonsgegevens met betrekking tot het digitale kijkgedrag van haar abonnees voor profilerings- en marketingdoeleinden (in de breedste betekenis van die woorden)? Daaronder verstaat het CBP ook doeleinden als het verbeteren van de dienstverlening en het maken van algemene klant- en marktanalyses."

marktonderzoeksdoeleinden.¹⁷⁸ De beschrijving van de verwerking van gegevens over het kijkgedrag is in het Rapport definitieve bevindingen overigens wel aangepast, naar aanleiding van de technische maatregel die Ziggo heeft getroffen waardoor zij geen persoonsgegevens meer verwerkt over het 'gewone' tv-kijkgedrag.

Voor zover het bezwaar van Ziggo ziet op de beschrijving en beoordeling door het CBP van het gebruik van bekeken erotische programma's via Video On Demand, heeft het CBP niet geschreven of geïmpliceerd dat Ziggo de bekeken erotische films zou gebruiken in persoonlijke aanbevelingen. Het CBP schreef bij de beoordeling van persoonsgegevens over kijkgedrag naar Video On Demand dat Ziggo, als onderdeel van het profiel, registreert of een klant wel of geen erotische films wil bekijken.¹⁷⁹ In reactie op de feitelijke aanvulling van Ziggo heeft het CBP de feiten en de beoordeling in het rapport definitieve bevindingen op dit punt aangepast, om weer te geven dat Ziggo alleen vastlegt of een klant toegang tot erotiek heeft uitgeschakeld in het menu. Indien een klant dit niet heeft uitgeschakeld en akkoord is gegaan met persoonlijke aanbevelingen, zijn de aanbevelingen voor erotische content gebaseerd op de nevenlijst van meest frequent bekeken erotische titels door andere klanten (item 2 item aanbeveling).

Voor zover Ziggo stelt dat het CBP de gegevensverwerking met betrekking tot Pay per Event onjuist zou hebben weergegeven, verwijst het CBP naar de beoordeling onder tussenkopje 3 van paragraaf 5.1.3, waarin het gebruik van Pay per Event gegevens voor direct marketing wordt beoordeeld. Hierin beschrijft het CBP dat Ziggo eenmalig direct marketing voor een voetbalwedstrijd heeft gedaan, maar dat Ziggo niet had uitgesloten dit in de toekomst opnieuw te doen. Het CBP heeft de feiten in het rapport definitieve bevindingen op dit punt naar aanleiding van de zienswijze gewijzigd en aangevuld met de verklaring van Ziggo dat Ziggo niet voornemens is de gegevens in de toekomst voor direct marketing te gebruiken.

Het CBP stelt in de paragraaf over het gebruik van Pay per Event voor direct marketing vast dat Ziggo technisch in staat is om de inhoud van los bestelde uitzendingen te gebruiken om de betrokkenen anders te behandelen, op een wijze die gevolgen heeft voor de rechten en/of belangen van betrokkenen. Dit geldt ook voor het bestellen (via Pay per Event) van toegang tot een dagdeel erotische films. In haar reactie gaat Ziggo alleen in op direct marketing voor sportwedstrijden en het feit dat bij Video On Demand (een andere dienst van Ziggo) geen gebruik wordt gemaakt van bekeken erotische content voor persoonlijke aanbevelingen. De zienswijze van Ziggo geeft daarmee geen aanleiding tot aanpassing van deze beoordeling door het CBP.

De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt geleid tot aanvulling van de feiten met betrekking tot toekomstig gebruik van Pay per Event voor direct marketing, en de feiten en beoordeling ten aanzien van de registratie of een klant erotische content kan bekijken (in plaats van of aanbevelingen voor erotische content zijn ingeschakeld), maar niet tot andere aanpassingen van de feitelijke bevindingen, beoordeling en conclusies in het rapport.

¹⁷⁸ Zie bijvoorbeeld CBP, Openbare versie Rapport definitieve bevindingen Onderzoek naar de analyse van gegevens over en uit het mobiele dataverkeer door Tele2 Nederland B.V., Mei 2013 met corrigendum van 12 juni 2013, Z2011-00462, p. 68.

¹⁷⁹ Voorlopige bevindingen CBP, p. 34.

Informatie lineair tv-kijkgedrag

Zienswijze Ziggo: Ziggo is bereid haar privacybeleid aan te passen om de bevindingen van het CBP ten aanzien van de informatieplicht te adresseren. Ziggo is bereid om te verduidelijken dat zij bij lineaire TV diensten geanonimiseerde kijkgegevens gebruikt en tevens zullen "de andere bevindingen van het CBP ten aanzien van het privacybeleid waar nodig worden geadresseerd."¹⁸⁰

Per e-mail van 20 februari 2015 heeft Ziggo een aantal nieuwe alinea's gemaild aan het CBP die in het (aangepaste) privacybeleid zouden worden opgenomen.

Onder de hoofd kop 'Gebruik van anonieme of geaggregeerde informatie', onder het eerste tussenkopje 'Trendanalyses en Kijkcijfers' heeft Ziggo sinds 13 april 2015 de volgende informatie toegevoegd:

"(Ziggo verwerkt gegevens over het gebruik van de televisieproducten anoniem en geaggregeerd om te kunnen inventariseren en analyseren hoe en in welke mate de verschillende diensten en content worden gebruikt). Deze informatie gebruikt Ziggo om haar diensten- en productpakket te evalueren en deze eventueel aan te passen. Deze gegevens zijn niet herleidbaar tot individuele klanten.

Ziggo gebruikt deze gegevens tevens om te kunnen voldoen aan haar betalingsverplichtingen jegens de omroepen, film/content aanbieders en andere rechthebbenden. Daarvoor kan Ziggo geanonimiseerde kijkcijfer aantallen aan deze partijen en/of Stichting Kijkcijfer Onderzoek verstrekken."

Reactie CBP: Het CBP heeft op 13 april 2015 vastgesteld dat deze alinea is opgenomen in het (aangepaste) privacybeleid van Ziggo.¹⁸¹

Omdat er bij de verwerking van gegevens over het 'gewone' tv-kijkgedrag sinds 30 maart 2015 geen sprake meer is van de verwerking van persoonsgegevens, zijn ook de geconstateerde overtredingen van de informatieplicht uit artikel 33 en 34 van de Wbp beëindigd.¹⁸²

De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt geleid tot aanpassing en aanvulling van de feiten, beoordeling en conclusie in het rapport.

Informatie over aanbevelingen Video On Demand

¹⁸⁰ Zienswijze van Ziggo, p. 5.

¹⁸¹ Het CBP heeft de URL: [https://www.ziggo.nl/privacy/over het privacybeleid van Ziggo](https://www.ziggo.nl/privacy/over-het-privacybeleid-van-ziggo), met onderliggende PDF-documenten, forensisch vastgelegd op 16 april 2015.

¹⁸² Het CBP merkt terzijde op dat het voor de gemiddelde gebruiker een verrassing zal zijn dat Ziggo kijkcijfer aantallen destilleert uit het dataverkeer. De gebruikelijke, bij het publiek bekende, werkwijze om kijkcijfer aantallen te verzamelen, geschiedt via panels van de Stichting Kijkcijfer Onderzoek. De kijkcijferkastjes worden alleen geïnstalleerd na voorafgaande toestemming van betrokkenen. In het maatschappelijk verkeer zou Ziggo daarom rekening moeten houden met de verwachting van betrokkenen dat kijkcijfergegevens alleen met toestemming worden verzameld.

Zienswijze Ziggo: In reactie op het Rapport voorlopige bevindingen heeft Ziggo de tekst in haar privacybeleid aangepast en toont Ziggo nieuwe informatie in de toestemmingsvraag aan nieuwe klanten voor persoonlijke aanbevelingen.

Ziggo heeft aan het per 13 april 2015 gewijzigde privacybeleid informatie toegevoegd, onder de hoofdkop 'Gebruik van anonieme of geaggregeerde informatie', onder het eerste tussenkopje 'Trendanalyses en Kijkcijfers':

"(Ziggo verwerkt gegevens over het gebruik van de televisieproducten anoniem en geaggregeerd om te kunnen inventariseren en analyseren hoe en in welke mate de verschillende diensten en content worden gebruikt.) Deze informatie gebruikt Ziggo om haar diensten- en productpakket te evalueren en deze eventueel aan te passen. Deze gegevens zijn niet herleidbaar tot individuele klanten.

Ziggo gebruikt deze gegevens tevens om te kunnen voldoen aan haar betalingsverplichtingen jegens de omroepen, film/content aanbieders en andere rechthebbenden. Daarvoor kan Ziggo geanonimiseerde kijkcijferaantallen aan deze partijen en/of Stichting Kijkcijfer Onderzoek verstrekken."

In de nieuwe toestemmingsvraag in het installatiemenu op het scherm voor persoonlijke aanbevelingen schrijft Ziggo:

"Wanneer u deze (Video on Demand) dienst gebruikt, zullen wij:

-voor de levering en facturering van het bestelde product uw gebruiksgegevens vastleggen, op het moment dat u deze dienst gebruikt.

-uw gebruiksgegevens anonimiseren, aggregeren en analyseren, om de functionaliteit en inhoud van onze diensten te verbeteren.

Wanneer u daarvoor toestemming geeft, kunnen wij u ook persoonlijke aanbevelingen doen.

Wilt u persoonlijke aanbevelingen krijgen gebaseerd op uw kijkvoorkeuren? Klik dan op 'Akkoord'. Wilt u doorgaan zonder deze functie in te schakelen, klik dan op 'Niet Akkoord'. We verwerken uw gegevens dan niet voor persoonlijke aanbevelingen. We tonen in dat geval alleen algemene aanbevelingen. (...)"

Reactie CBP: Het CBP heeft op 13 april 2015 vastgesteld dat de geciteerde alinea is opgenomen in het (gewijzigde) privacybeleid van Ziggo.¹⁸³ Het CBP heeft op 15 en 17 april 2015 vastgesteld dat de nieuwe toestemmingsvraag wordt getoond aan nieuwe klanten (die nog niet eerdere interactieve diensten hadden geactiveerd).

In zowel het oude als het gewijzigde privacybeleid ontbreekt een nadere omschrijving van 'kijkgedrag van de televisieproducten'. Het ligt daarom niet voor de hand dat betrokkenen begrijpen voor welke doeleinden Ziggo persoonsgegevens met betrekking tot Video On Demand wil gebruiken, en welke persoonsgegevens daarvoor worden verwerkt. De in het privacybeleid gebruikte doelomschrijving 'diensten aanpassen aan de klantbehoefte' is onvoldoende specifiek.

¹⁸³ Het CBP heeft de URL: [https://www.ziggo.nl/privacy/over het privacybeleid van Ziggo](https://www.ziggo.nl/privacy/over-het-privacybeleid-van-ziggo), met onderliggende PDF-documenten, forensisch vastgelegd op 16 april 2015.

Ziggo informeert klanten niet dat er een interesseprofiel wordt opgesteld op basis van hun Video On Demand kijkgedrag, zoals beschreven in de feiten van het rapport. Ziggo geeft in haar privacybeleid ook geen definitie van de op het scherm gebruikte term 'gebruiksgegevens'. Los daarvan is het privacybeleid onvoldoende toegankelijk via de website van Ziggo, zoals in deze bijlage wordt toegelicht onder het kopje Wijze van informeren en zijn bestaande klanten niet actief geïnformeerd door Ziggo over het bestaan van nieuwe informatie.

De mededeling van Ziggo in het privacybeleid over de grondslagen van de verwerking is onjuist als het gaat om het vastleggen op individueel niveau van het gebruik van Video On Demand diensten. Daarbij wordt kijkgedrag wel degelijk op individueel niveau vastgelegd. Deze gegevens worden niet alleen gebruikt voor verwerkingen die *strikt noodzakelijk voor de uitvoering van de overeenkomst*, dan wel *na uitdrukkelijke toestemming van de klant*. Dit omdat (nog) geen sprake is van ondubbelzinnige toestemming van de klanten voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen (zoals hieronder in deze bijlage toegelicht onder het kopje Grondslag persoonlijke aanbevelingen Video On Demand), omdat bestaande klanten geen keuzemogelijkheid hebben gekregen, en omdat specifieke informatie ontbrak over de soorten persoonsgegevens die Ziggo voor dit doeleinde verwerkt. Ook ten aanzien van nieuwe klanten (die de interactieve diensten na 13 april 2015 hebben geactiveerd), geldt dat de informatie in het privacybeleid en op het scherm nog steeds onvoldoende specifiek is en dat Ziggo daarom ook van deze klanten (nog) geen ondubbelzinnige, op informatie berustende toestemming, verkrijgt.

Ziggo biedt geen nadere omschrijving van de term 'gebruiksgegevens' die op het scherm wordt gebruikt, niet op het scherm, en niet in haar privacybeleid. Voor personen die interactieve diensten na 13 april 2015 hebben geactiveerd, geldt dat zij deze informatie op het scherm pas te zien krijgen nadat zij een abonnement hebben genomen op de interactieve diensten. Uit het privacybeleid en overige informatie op de website van Ziggo kunnen zij niet opmaken dat persoonsgegevens worden verwerkt voor persoonlijke aanbevelingen voor Video On Demand, en om welke persoonsgegevens het gaat. Zij worden door dit gebrek aan informatie onvoldoende in staat gesteld zeggenschap uit te oefenen of zij onder deze voorwaarden een abonnement bij Ziggo willen aangaan, of niet.

Het CBP merkt terzijde op dat de informatie in het scherm over persoonlijke aanbevelingen op grond van Video On Demand onvoldoende duidelijk is over de aard van de gegevensverwerking. De zinsnede in het scherm "(wij zullen) uw *gebruiksgegevens anonimiseren, aggregeren en analyseren, om de functionaliteit en inhoud van onze diensten te verbeteren*" wekt de indruk dat Ziggo ook zonder toestemming van betrokkenen gegevens over Video On Demand verwerkt in anonieme en/of geaggregeerde vorm. Omdat Ziggo heeft verklaard sinds 31 maart 2015 geen gegevens meer te verwerken over Video On Demand voor aanbevelingen, ook niet in anonieme of geaggregeerde vorm, als klanten geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen, is deze zinsnede in het beeldscherm feitelijk onjuist. Ook de zinsnede *We verwerken uw gegevens dan niet voor persoonlijke aanbevelingen. We tonen in dat geval alleen algemene aanbevelingen* kan de indruk wekken dat Ziggo de gegevens over kijkgedrag naar Video On Demand verwerkt voor algemene aanbevelingen. Om

deze onduidelijkheid weg te nemen, zou Ziggo deze zinnen beter kunnen weglaten of toelichten op welke wijze zij algemene aanbevelingen genereert, nu die niet meer gebaseerd zijn op de verwerking van individuele gegevens over het Video On Demand-kijkgedrag. Aangezien Ziggo de betreffende verwerking heeft gestaakt, is op dit punt echter geen sprake (meer) van een overtreding van de artikelen 33 en 34 van de Wbp.

Omdat Ziggo haar (bestaande en nieuwe) klanten niet of onvoldoende informeert over het feit dat zij persoonsgegevens verzamelt en verwerkt om persoonlijke aanbevelingen te tonen voor Video On Demand, en welke persoonsgegevens dit zijn, handelt Ziggo in strijd met het bepaalde in de artikelen 33 en 34 van de Wbp.

De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt geleid tot aanvulling van de feiten, beoordeling en conclusie in het rapport.

Wijze van informeren

Zienswijze Ziggo: Het opnemen van een link naar het privacybeleid in de informatiebalk onderaan de pagina is een gebruikelijke plaats voor een verwijzing naar algemene voorwaarden en privacybeleid. Het lettertype is gelijk aan het lettertype dat gebruikt wordt in de veel grotere informatiebalk op de website. De grotere informatiebalk verwijst naar productinformatie, de balk onderaan naar specifieke informatie. Ziggo verwijst naar een aantal andere bedrijven en organisaties die dit in Nederland op vergelijkbare manier doen.

Reactie CBP: Het CBP erkent dat op de website van Ziggo dezelfde lettergrootte wordt gebruikt voor de letters in de eenregelige onderste balk en in de (veel) grotere informatiebalk, maar constateert dat de onderste informatiebalk wit is, met zwarte letters, terwijl de grotere informatiebalk zwart is, met witte letters. Het CBP stelt vast dat deze informatiebalk alleen onderaan de pagina te vinden is. Een bezoeker moet een aantal malen naar beneden scrollen voordat hij ziet dat helemaal onderaan de webpagina onder het woord 'privacy' een hyperlink te vinden. De link is opgenomen in een smalle witte regel. Het CBP heeft vastgesteld dat de website van Ziggo niet op andere, meer in het oog springende, plaatsen een verwijzing bevat naar het privacybeleid. Informatie over het privacybeleid dient eenvoudig toegankelijk te zijn voor betrokkenen, zowel voor bestaande als voor toekomstige klanten van Ziggo. Dit stelt hen in staat om op grond van het privacybeleid een geïnformeerde keuze te maken of zij hun persoonsgegevens willen laten verwerken door Ziggo, en stelt hen bijvoorbeeld ook in staat om bijvoorbeeld hun recht van verzet uit te oefenen tegen direct marketing. De door het CBP onderzochte wijze waarop Ziggo het privacybeleid ontsluit, is daarom, in deze omstandigheden, onvoldoende toegankelijk.

Ziggo heeft bovendien nagelaten om klanten actief te informeren over de wijziging van het privacybeleid per 13 april 2015. Klanten hebben geen berichten ontvangen van Ziggo over de wijziging van het privacybeleid per 13 april 2015. Op de privacypagina

op de website van Ziggo, staan sinds 13 april 2015 twee documenten genoemd.¹⁸⁴ Dit zijn:

1 - Consumentenbeleid Privacy Ziggo - van toepassing op alle bestaande klanten van voorheen UPC én op alle klanten die sinds 13 april 2015 klant zijn geworden van Ziggo;

2 - Privacybeleid Ziggo B.V., van toepassing op bestaande klanten van Ziggo voor 13 april 2015.

Op deze pagina wordt niet vermeld dat er relevante nieuwe informatie over de gegevensverwerkingen met betrekking tot kijkgedrag is opgenomen in het privacybeleid. Ook de speciale informatiepagina over het samengaan van UPC en Ziggo bevat geen informatie over de wijziging van het privacybeleid. De pagina verwijst naar een sectie met vragen en antwoorden gericht op Ziggo consumenten.¹⁸⁵ Daarin wordt gesteld dat de voorwaarden niet wijzigen.

Veranderen de algemene voorwaarden?

Nee, die veranderen niet. Als je al klant bent bij Ziggo, dan blijven de huidige algemene voorwaarden gelden. Er zijn wel nieuwe aanvullende voorwaarden van toepassing als je vanaf half april kiest voor een nieuw product of een nieuwe dienst van Ziggo.

Uit de wetsgeschiedenis blijkt dat op een betrokkene geen onderzoeksplicht rust. Ziggo heeft de verantwoordelijkheid om betrokkenen op heldere wijze te informeren welke gegevens zij over het kijkgedrag verzamelt en verwerkt, voor welke doeleinden. Deze informatie is nodig om betrokkenen in staat te stellen zeggenschap uit te oefenen over de verwerking van hun betreffende persoonsgegevens, en een bewuste keuze te maken of zij onder deze voorwaarden van de Video On Demand dienst gebruik willen maken. Ziggo heeft geen andere maatregelen toegezegd om betrokkenen te informeren over het bestaan van deze gegevensverwerking.

Ziggo heeft klanten ook niet op andere wijze geïnformeerd over deze wijziging. Ziggo onthoudt klanten hiermee belangrijke nadere informatie over de verwerking van persoonsgegevens verkregen uit kijkgedrag met betrekking tot Video On Demand.

De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt geleid tot wijziging van de feiten en aanpassing en aanvulling van de beoordeling in het rapport (ten aanzien van de lettergrootte en het nalaten van het actief informeren van klanten over de wijzigingen in het privacybeleid), maar niet tot aanpassing van de conclusie in het rapport dat Ziggo door deze wijze van informeren over de verwerking van kijkgedrag inzake Video On Demand in strijd handelt met het bepaalde in artikel 33 en 34 van de Wbp.

Informatie over bewaartermijnen Video On Demand en Pay Per Event

Zienswijze Ziggo: Het CBP oordeelt ten onrechte dat Ziggo een onbeperkte bewaartermijn van de gegevens hanteert met betrekking tot Video On Demand en Pay

¹⁸⁴ URL: <https://www.ziggo.nl/privacy/> (forensisch vastgelegd door het CBP op 16 april 2015).

¹⁸⁵ URL: <https://www.ziggo.nl/klantenservice/welkom/ziggo-consumenten/> (forensisch vastgelegd door het CBP op 16 april 2015).

per Event. De bewaartermijn in de databases was weliswaar onbepaald, maar Ziggo gaf aan bezig te zijn met de implementatie van bewaartermijnen. Per e-mail van 20 februari 2015 heeft Ziggo een tekstvoorstel gedaan over het opnemen van een tekst over de bewaartermijnen in de privacy policy, maar niet over het onderliggende beleid. Deze tekst luidt als volgt:

Gegevens over 'On Demand' bestellingen en belgegevens worden gedurende maximaal 18 maanden bewaard ten behoeve van het versturen van (gespecificeerde) facturen en de afhandeling van eventuele geschillen. Indien u akkoord heeft gegeven voor het verwerken van uw 'On Demand' kijkgedrag voor persoonlijke aanbevelingen worden die gegevens daarvoor gedurende maximaal 14 maanden bewaard.

Per e-mail van 6 maart 2015 heeft Ziggo aangegeven dat de in het nieuwe privacybeleid genoemde termijnen (van 18 en 14 maanden) al per eind oktober 2014 in de systemen van Ziggo zijn ingevoerd.

Reactie CBP: Het CBP heeft op 13 april 2015 vastgesteld dat de geciteerde alinea is opgenomen in het (gewijzigde) privacybeleid van Ziggo.¹⁸⁶ Naar aanleiding van de Zienswijze van Ziggo en de aan het privacybeleid toegevoegde tekst over de bewaartermijnen heeft het CBP de bevindingen en beoordeling aangepast, om weer te geven dat Ziggo sinds eind oktober 2014 bewaartermijnen heeft doorgevoerd en klanten hierover sinds 13 april 2015 informeert.

Grondslag persoonlijke aanbevelingen Video On Demand

Zienswijze Ziggo: Per e-mail van 2 april 2015 heeft Ziggo het CBP geïnformeerd dat Ziggo de scherm informatie met betrekking tot Video On Demand op 13 april 2015 zou wijzigen, conform de schermvoorbeelden die Ziggo op 20 februari 2015 aan het CBP zond. Ziggo heeft daarbij verklaard: "Zoals eerder telefonisch met u besproken, betreft het een installatievraag en zullen bestaande klanten deze wijziging niet krijgen gepushed."¹⁸⁷

Uit de scherm informatie blijkt dat klanten een keuze hebben tussen een 'Akkoord' en een 'Niet akkoord' knop voor persoonlijke aanbevelingen.

Reactie CBP: Het CBP heeft op 15 en 17 april 2015 de nieuwe scherm informatie met betrekking tot Video On Demand vastgelegd.¹⁸⁸ De scherm informatie is vanuit drie verschillende klantsituaties bekeken:

- 1 - Een Ziggo-klant met een Humax decoder die voor 13 april 2015 via de optie 'persoonlijke suggesties', onder 'beveiliging', onder instellingen van 'account' gekozen had om de verwerking voor persoonlijke aanbevelingen te beëindigen¹⁸⁹;

¹⁸⁶ Het CBP heeft de URL: <https://www.ziggo.nl/privacy/over-het-privacybeleid-van-ziggo>, met onderliggende PDF-documenten, forensisch vastgelegd op 16 april 2015.

¹⁸⁷ E-mail van Ziggo van 2 april 2015.

¹⁸⁸ Scherm informatie forensisch vastgelegd door het CBP op 15 april 2015 op het installatiescherm van twee bestaande Ziggo abonnees.

¹⁸⁹ Op het scherm verscheen de mededeling dat Ziggo Interactieve Televisie versie 6.0 was geïnstalleerd met een toelichting op het nieuwe product MyPrime. De tekst bevatte geen

2 - Een Ziggo-klant met een Samsung decoder die nooit eerder interactieve diensten had geactiveerd.¹⁹⁰

3 - Een Ziggo-klant met een Humax decoder die nooit eerder interactieve diensten had geactiveerd.¹⁹¹

Het CBP heeft vastgesteld dat aan de twee onderste klanten, die nog niet eerder interactieve televisie had geactiveerd, de scherm informatie is getoond zoals door Ziggo op 20 februari 2015 aan het CBP voorgelegd.

De opt-out instelling van de eerste klant was na 13 april 2015 gehandhaafd, en bleef dat ook na reset naar de fabrieksinstellingen. Het was voor deze eerste klant niet mogelijk om - ook na herhaalde reset naar fabrieksinstellingen - de nieuwe toestemmingsvraag in beeld te krijgen. In de instellingen 'account' was bij deze klant de volgende keuzemogelijkheid zichtbaar:

Persoonlijke suggesties
Nee, niet personaliseren
Ja, wel personaliseren

Indien de selectiebalk op 'Niet personaliseren' werd gezet, zonder dat er al op geklikt werd, verscheen onderaan dit scherm de tekst:

Niet personaliseren
-Veel zoeken naar interessante films of programma's
-Geen persoonlijke suggesties

Indien de selectiebalk boven 'Wel personaliseren' werd gezet, verscheen onderaan dit scherm de tekst:

Wel personaliseren
+ Suggesties gebaseerd op wat u kijkt
+ Suggesties gebaseerd op wat u hoog waardeert
+ Direct interessante films of programma's, zonder te zoeken¹⁹²

Het CBP beoordeelt de nieuwe scherm informatie als volgt:

Op 13 april 2015 heeft Ziggo een nieuwe toestemmingsvraag ingevoerd in het installatiemenu voor nieuwe klanten. Door het toevoegen van een 'Niet Akkoord' knop, in combinatie met de verklaring van Ziggo dat aanklikken van 'Niet Akkoord' ook daadwerkelijk leidt tot beëindiging van de gegevensverwerking om persoonlijke aanbevelingen te tonen, heeft Ziggo de door het CBP geconstateerde overtreding van artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp willen beëindigen. Nieuwe klanten van Ziggo hebben sinds 13 april 2015 de keuze om de voorgenomen gegevensverwerking (verwerken van het kijkgedrag voor persoonlijke aanbevelingen) te aanvaarden of te

informatie over aanbevelingen. De decoder was een Humax IRHD-5300C / NL, met serienummer [VERTROUWELIJK].

¹⁹⁰ Het betreft een Samsung SMT-C7140, met serienummer [VERTROUWELIJK].

¹⁹¹ Het betreft een Humax iHDR-5200C / NL, met serienummer [VERTROUWELIJK].

¹⁹² Schermteksten forensisch vastgelegd door het CBP op 15 april 2015.

weigeren. Maar zoals toegelicht in deze bijlage, onder het kopje Informatie over aanbevelingen Video On Demand, verstrekt Ziggo nog steeds onvoldoende specifieke informatie aan nieuwe klanten over de soorten persoonsgegevens die zij voor het doeleinde van het tonen van persoonlijke aanbevelingen verwerkt. Ziggo informeert klanten bijvoorbeeld niet dat er een interesseprofiel wordt opgesteld op basis van hun Video On Demand kijkgedrag. Zoals toegelicht in het wettelijk kader in dit rapport, in paragraaf 4.3, is toestemming die niet op aan alle voorwaarden van de definitie voldoet, nietig.

Hierdoor verkrijgt Ziggo geen, op informatie berustende, rechtsgeldige toestemming van nieuwe klanten, en handelt Ziggo hierdoor bij de verwerking van persoonsgegevens voor persoonlijke aanbevelingen (nog steeds) in strijd met het bepaalde in artikel 8, aanhef en onder a, van de Wbp.

Ziggo verkrijgt evenmin toestemming van bestaande klanten. Bij het onderzoek naar de instellingen van de decoder op 15 april 2015 heeft het CBP vastgesteld dat de gekozen instellingen niet gewijzigd waren, en dat er inderdaad, zoals Ziggo ook op 2 april 2015 verklaarde, geen bericht op het scherm aan betrokkenen is getoond. Voor bestaande klanten die hun apparatuur al hebben ingesteld is de kans klein dat zij – zonder dat zij technische problemen ondervinden of op relevante wijzigingen worden geattendeerd, het installatiemenu van de decoder gebruiken om alsnog via de account-instellingen het tonen van persoonlijke aanbevelingen te beëindigen. Ziggo heeft geen wijzigingen aangebracht in de eerder door betrokkenen gekozen instelling (en dat was tot 13 april 2015 feitelijk alleen de mogelijkheid om op 'Akkoord' te klikken).

Door het ontbreken van een reële en effectieve keuzemogelijkheid heeft Ziggo van de betrokkenen die 'Akkoord' hebben aangeklikt voor het tonen van de persoonlijke kijkaanbevelingen geen rechtsgeldige toestemming verkregen. Omdat deze bestaande klanten ook niet in staat worden gesteld in vrijheid de gegevensverwerking te aanvaarden of te weigeren, is geen sprake van ondubbelzinnige toestemming van de verwerking van kijkgedrag naar Video On Demand voor het doeleinde van het tonen van persoonlijke aanbevelingen. Daarbij speelt ook een rol, net als bij nieuwe klanten, dat Ziggo bestaande klanten, voor zover zij al kennis hebben kunnen nemen van de nieuwe informatie in het privacybeleid, (nog steeds) onvoldoende informeert over de soorten persoonsgegevens en de doeleinden van de verwerking van persoonsgegevens over het kijkgedrag naar Video On Demand, zoals beoordeeld in paragraaf 5.3 van dit rapport.¹⁹³ Ook door het ontbreken van de vereiste informatie kan van toestemming geen sprake zijn.

Omdat Ziggo geen geslaagd beroep kan doen op een andere grondslag voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen, handelt Ziggo bij de verwerking van persoonsgegevens voor het tonen van persoonlijke aanbevelingen ten aanzien van zowel bestaande als nieuwe klanten (nog steeds) in strijd met artikel 8 van de Wbp.

¹⁹³ Ziggo definieert de term 'kijkgedrag' niet en omschrijft niet de soorten persoonsgegevens die zij verwerkt voor persoonlijke aanbevelingen. Daarnaast is de uitdrukking in het privacybeleid 'het gebruik van televisieproducten' onvoldoende specifiek.

Grondslag verwerking gegevens Video On Demand voor algemene aanbevelingen

Zienswijze Ziggo: Ziggo heeft per e-mail van 2 april 2015 bevestigd dat de verwerking is gestaakt (met ingang van 31 maart 2015) van gegevens met betrekking tot kijkgedrag naar Video On Demand bij klanten die geen toestemming hebben gegeven voor persoonlijke aanbevelingen. Ziggo heeft de verwerking onder protest gestaakt, omdat zij de beoordeling van het CBP op dit punt onjuist vindt. Volgens Ziggo is voor deze verwerking een beroep mogelijk op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp (noodzakelijk voor de behartiging van het gerechtvaardigd belang). Dit omdat Ziggo de gegevens geanonimiseerd verwerkt in de algemene aanbevelingen database, omdat klanten daarover worden geïnformeerd in het privacy beleid en omdat deze verwerking geen enkele nadelige of onwenselijke gevolgen kan hebben voor de desbetreffende klanten. *"Ziggo wijst er daarbij tenslotte op dat het in de digitale wereld inmiddels zeer gebruikelijk is, en dat klanten daardoor niet anders verwachten, dat op basis van (onder andere) geaggregeerde en geanonimiseerde bestelgegevens Algemene Aanbevelingen worden gedaan, zonder dat daar expliciet toestemming voor wordt gevraagd en verkregen. Ziggo verwijst naar bijvoorbeeld Bol.com (anderen bekeken ook) en Netflix."*¹⁹⁴

Reactie CBP: Het CBP heeft in paragraaf 5.4.1 van het rapport beoordeeld dat Ziggo in beginsel alleen een beroep kan doen op de grondslag van ondubbelzinnige toestemming voor de verwerking van gegevens over het kijkgedrag met betrekking tot Video On Demand. Dit omdat zowel de inhoud van, als informatie over elektronische communicatie, gegevens zijn die bescherming genieten op grond van artikel 8 van het EVRM en artikel 7 en 8 van het Handvest van de Grondrechten van de Europese Unie. Het CBP heeft daarbij ook verwezen naar het wetsvoorstel tot aanpassing van artikel 13 van de Grondwet, omdat *"communicatie privé moet zijn, ongeacht het middel of de techniek met behulp waarvan wordt gecommuniceerd."* Het Kabinet merkt daarbij expliciet op dat het communicatiegeheim ook van toepassing zal zijn op het opvragen van audio- en videodiensten via het internet.

Aanvullend is in artikel 5(1) van de ePrivacy richtlijn bepaald dat toestemming is vereist voor het doorbreken van het vertrouwelijke karakter van communicatie en daarmee verband houdende verkeersgegevens: *De lidstaten garanderen via nationale wetgeving het vertrouwelijke karakter van de communicatie en de daarmee verband houdende verkeersgegevens via openbare communicatienetwerken en via openbare elektronische communicatiediensten. Zij verbieden met name het af luisteren, aftappen, opslaan of anderszins onderscheppen of controleren van de communicatie en de daarmee verband houdende verkeersgegevens door anderen dan de gebruikers, indien de betrokken gebruikers daarin niet hebben toegestemd, tenzij dat bij wet is toegestaan overeenkomstig artikel 15, lid 1. Dit lid laat de technische opslag die nodig is voor het overbrengen van informatie onverlet, onverminderd het vertrouwelijkheidsbeginsel.*¹⁹⁵ In considerans 22 van de ePrivacy richtlijn wordt

¹⁹⁴ E-mail van Ziggo van 16 maart 2015.

¹⁹⁵ Directive 2002/58/EC of the European Parliament and of the Council of 12 July 2002 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector (Directive on privacy and electronic communications) (OJ L 201, 31.7.2002, p.37), zoals gewijzigd in 2009 door Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 amending Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to

toegelicht: *Het verbod op het opslaan van communicatie en de daarmee verband houdende verkeersgegevens door anderen dan de gebruikers of zonder hun toestemming is niet bedoeld om de automatische, tussentijdse en tijdelijke opslag van die informatie te verbieden, voorzover deze opslag uitsluitend dient voor het doorzenden in het elektronische-communicatienetwerk en mits de informatie niet langer wordt opgeslagen dan nodig voor het doorzenden en het beheer van het verkeer, en het vertrouwelijk karakter tijdens de opslag gewaarborgd blijft."*

Omdat de gegevens over het kijkgedrag (in casu: de bekeken Video On Demand) inhoudelijke communicatiegegevens zijn, zijn het persoonsgegevens van gevoelige aard. Ten aanzien van een beroep op de grondslag van artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp geldt dat de impact van de verwerking op de persoonlijke levenssfeer van de betrokkene een belangrijk onderdeel vormt van de *balancing test*. Als de aard van de data 'gevoelig' is, dan weegt het belang van de betrokkene al snel zwaarder dan het belang van de verantwoordelijke.¹⁹⁶

Onverlet de vraag of deze gegevensverwerking noodzakelijk is (voldoet aan de vereisten van proportionaliteit en subsidiariteit), heeft het CBP de beoordeling toegespitst op de tweede toets, de *balancing test* waarbij de belangen van de betrokkene een zelfstandig gewicht in de schaal leggen tegenover het belang van de verantwoordelijke. Daarbij zijn vooral de waarborgen van belang die Ziggo heeft getroffen ten aanzien van de algemene aanbevelingen. Een zorgvuldige gegevensverwerking vereist dat betrokkenen actief geïnformeerd worden over het vastleggen van hen betreffende persoonsgegevens en de specifieke doeleinden waarvoor deze gegevens worden verzameld en verwerkt.

Anonimisering van persoonsgegevens is een belangrijke waarborg om te voorkomen dat betrokkenen op grond van hun kijkgedrag anders behandeld kunnen worden. Omdat Ziggo de gegevens over bekeken Video On Demand gedurende 18 maanden op individueel niveau bewaart voor factureringsdoeleinden, is er geen sprake van feitelijke anonimisering. Er was (tot 31 maart 2015) sprake van een tweede verwerking naast de facturering van geleverde diensten, namelijk, het kopiëren van de verzameling kijkgegevens met betrekking tot Video on Demand in een tweede database, en het verwijderen van de persoonsgegevens uit deze set gegevens. Deze tweede verwerking diende twee marketingdoeleinden, namelijk (1) het doen van generieke aanbevelingen op basis van het eigen kijkgedrag en (2) het doen van item 2 item aanbevelingen, dat wil zeggen het aanprijzen van films die eerder bekeken zijn door andere kijkers die eerder dezelfde film bekeken.

Het feit dat Ziggo voor de algemene aanbevelingen alleen de tweede set gebruikte, zonder de persoonsgegevens van de kijkers, leidt niet tot de conclusie dat sprake was

electronic communications networks and services, Directive 2002/58/EC concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector and Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws (OJ L 337, 18.12.2009, p. 11–36).

¹⁹⁶ Zie ook: Artikel 29 Werkgroep, WP 217, Opinion 06/2014 on the notion of legitimate interests of the data controller under Article 7 of Directive 95/46/EC. Zie onder andere scenario 3 op p.33; p. 38-39 en voorbeelden 7, Non-profit-seeking body collects information for targeting purposes en 14, Electronic monitoring of internet use, op p.62.

van anonieme gegevens. Ziggo verzamelt en bewaart de gegevens over het kijkgedrag op individueel herleidbaar niveau. Het doeleinde van de tweede verwerking was het beïnvloeden van kijkers om een andere film te bekijken (andere mensen die naar film X keken, keken ook naar film Y). Dat is een verwerking die naar zijn aard beoogt het gedrag van individuele personen te beïnvloeden. Ziggo kon zonder onevenredige inspanning uit de eerste database een overzicht halen van alle specifieke personen die eerst film X keken en toen film Y. Dat Ziggo maatregelen had getroffen om de herleidbaarheid in de tweede database te verkleinen, kan een belangrijke waarborg vormen onder artikel 13 van de Wbp (beveiligingsmaatregelen)¹⁹⁷, maar leidt niet tot de conclusie dat het geen persoonsgegevens meer betreft.

Ook het verwijderen van de persoonsgegevens uit een kopie van de database is een verwerking van persoonsgegevens waarvoor Ziggo een grondslag dient te hebben. Het gaat hierbij om verwerking van gegevens van gevoelige aard en om een vorm van observatie waar een gemiddelde gebruiker niet op bedacht is. Het CBP heeft in paragraaf 3.4 van het rapport feitelijk vastgesteld en in paragraaf 5.3 van het rapport beoordeeld dat Ziggo bestaande klanten niet of onvoldoende informeerde over deze gegevensverwerking. Klanten die (met de nodige moeite) géén toestemming gaven aan Ziggo voor het verwerken van hun kijkgedrag voor persoonlijke aanbevelingen, moesten erop kunnen vertrouwen dat Ziggo die gegevens dan ook niet verwerkte voor algemene aanbevelingen. Dit vertrouwen hangt samen met de balans tussen de informatieplicht van de verantwoordelijke en het ontbreken van een onderzoeksplicht voor betrokkenen. Ziggo dient als verantwoordelijke betrokkenen op eigen initiatief adequaat te informeren over alle doeleinden van de verwerking.

Door het ontbreken van waarborgen als (feitelijke) anonimisering, adequate informatie en een opt-outmogelijkheid, en omdat gegevens over het kijkgedrag persoonsgegevens van gevoelige aard zijn, die iets zeggen over de voorkeuren en interesses van mensen, woog en weegt het belang van Ziggo om deze gegevens over het kijkgedrag te verzamelen en te verwerken voor algemene aanbevelingen niet op tegen het recht van betrokkenen op bescherming van hun persoonlijke levenssfeer.

Ten overvloede merkt het CBP op dat het geen oordeel kan geven over de andere door Ziggo in dit verband genoemde marktpartijen omdat deze marktpartijen geen onderwerp van dit onderzoek zijn. Wel vormt de verwerking van persoonsgegevens met betrekking tot kijkgedrag een prioriteit in de onderzoeksagenda 2015.¹⁹⁸

De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt geleid tot aanvulling van de feitelijke bevindingen, beoordeling en conclusies in het rapport. Aangezien Ziggo deze gegevensverwerking heeft beëindigd op 31 maart 2015, is de door het CBP geconstateerde overtreding van artikel 8 van de Wbp ten aanzien van de verwerking van Video On Demand gegevens voor algemene aanbevelingen op 31 maart 2015 beëindigd.

¹⁹⁷ Dit valt buiten het bereik van dit onderzoek door het CBP.

¹⁹⁸ CBP Toezichtsagenda 2015, URL: <https://cbpweb.nl/nl/nieuws/cbp-presenteert-toezichtsagenda-voor-2015>.

Grondslag verwerking gegevens Pay per Event voor direct marketing

Zienswijze Ziggo: Volgens Ziggo moeten de bestelgegevens van het Pay per Event product niet worden aangemerkt als registratie van kijkgedrag, omdat het gegevens zijn over de bestelling en levering van content. *"Bestelling vindt immers plaats door specifieke actie via de Ziggo website en levering van het Pay per Event product door het autoriseren van de smartcard voor lineaire content binnen een specifiek tijdslot."*¹⁹⁹ Omdat het volgens Ziggo geen gegevens zijn over kijkgedrag, maar over bestelgedrag, meent Ziggo een beroep te kunnen doen op een grondslag in artikel 8, aanhef en onder f, van de Wbp (noodzaak voor de behartiging van haar gerechtvaardigd belang) voor het gebruik van deze gegevens voor direct marketingdoeleinden. Ziggo schrijft: *"Ook bij de klant zal er geen perceptie zijn van het registreren van kijkgedrag omdat de klant uitdrukkelijk NIET via de settopbox een bestelling kan doen maar dat heel bewust via de website van Ziggo moet doen. Ziggo levert de bestelling vervolgens zonder te zien of de klant de bestelde uitzending ook daadwerkelijk bekijkt."*²⁰⁰ Ziggo meent daarom ook in de toekomst te kunnen volstaan met het aanbieden van een opt-out in de verzonden direct marketing.²⁰¹

Reactie CBP: Het CBP heeft in paragraaf 5.1.3 van het rapport gedefinieerd wat zij onder kijkgedrag verstaat, en noemt daarbij expliciet zes data-elementen die Ziggo verzamelt en verwerkt, in combinatie met de overige klantgegevens zoals naam, adres, woonplaats, klantnummer, betalingsgegevens en producthistorie. De zes data-elementen (zoals opgenomen na de wijziging van feiten met betrekking tot erotische aanbevelingen, zoals hierboven in deze bijlage toegelicht) zijn:

1. Frequentie, gebruik en inhoud van VOD transacties (bestelde Video On Demand per klant)
2. Frequentie, gebruik en inhoud van PPE transacties (bestelde Pay per Event, dat wil zeggen: 'TV op Bestelling' per klant)
3. Aan klant getoonde aanbevelingen
4. Gegeven of erotische inhoud is uitgeschakeld
5. Van klanten met de oudere decoder: gegevens over de bekeken lineaire tv-zenders en programma's (tijdstip en naam/titel, afgeleid uit de Electronic Programming Guide - EPG), sinds 30 maart 2015 geanonimiseerd
6. Van klanten met de oudere decoder: tijdstippen van het gebruik van de decoder en de opnamefunctionaliteit, sinds 30 maart 2015 geanonimiseerd

Het CBP licht dit als volgt toe in het rapport: *"Deze data-elementen zijn los, of in combinatie met elkaar, gegevens die een analyse of een beeld van het kijkgedrag van een betrokkene mogelijk maken."*²⁰² Het CBP meent dat het woord 'bestelgedrag' onvoldoende feitelijk preciseert dat het wel degelijk om gegevens over individueel kijkgedrag (op een specifiek tijdstip, naar een specifiek soort uitzending) gaat, en ziet in de reactie van Ziggo geen aanleiding om de term 'bestelgedrag' te gebruiken. De bestelwijze, via decoder of via de website, is daarbij niet relevant. Het gaat hier niet om bestelde

¹⁹⁹ Zienswijze van Ziggo, p. 8. Zie ook p. 5: "Ten overvloedige merkt Ziggo nog op dat naar haar overtuiging in het geval van PPE geen kijkgedrag maar bestelgedrag wordt verwerkt."

²⁰⁰ E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

²⁰¹ E-mail van Ziggo van 6 maart 2015.

²⁰² Definitieve bevindingen CBP, 28 april 2015, p. 38. Idem in Voorlopige bevindingen CBP, 27 november 2014, p. 33.

producten, maar om specifieke uitzendingen of films die een specifieke klant op dat moment koopt met de bedoeling om te bekijken. Het kan zeer incidenteel voorkomen dat de abonnee een uitzending koopt en vervolgens geen tijd heeft om het te kijken, maar in het algemeen is niet aannemelijk dat een klant uitdrukkelijk een uitzending bestelt om die vervolgens *niet* te bekijken in het geboden korte tijdvak. Hiermee verkrijgt Ziggo een beeld van het kijkgedrag van een betrokkene en daarom noemt het CBP dit geen bestelgedrag, maar kijkgedrag.

Omdat het om gegevens over kijkgedrag gaat, en dit gegevens zijn die verband houden met communicatie, mag Ziggo deze gegevens alleen voor direct marketing verwerken op basis van ondubbelzinnige toestemming van de betrokkene, zoals toegelicht in paragraaf 5.4.1 van de bevindingen.

De zienswijze van Ziggo heeft op dit punt niet geleid tot aanpassing van de feitelijke bevindingen en conclusies, maar wel tot aanvulling van de beoordeling in het rapport.