

College bescherming persoonsgegevens

Onderzoek naar de verwerking van persoonsgegevens voor direct-marketingdoeleinden door Erdee Media B.V.

z2013-00290

OPENBARE VERSIE

Rapport definitieve bevindingen

12 november 2013

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	4
1. Inleiding	6
1.1 Aanleiding voor het onderzoek en onderzoeksvragen	6
1.2 Verloop van het onderzoek	6
2. Feitelijke Bevindingen	7
2.1 Organisatie	7
2.2 Onderzoeksvraag 1: Verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden	7
2.3 Onderzoeksvraag 2: Grondslag voor verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden	8
3. Wettelijk kader en beoordeling	10
3.1 Verantwoordelijke	10
3.2 Verwerking van persoonsgegevens	10
3.3 Onderzoeksvraag 1: Verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden	10
3.4 Onderzoeksvraag 2: Grondslag voor verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden	11
3.4.1 Bijzondere persoonsgegevens	11
3.4.1.1 Bijzondere persoonsgegevens: wettelijk kader	11
3.4.1.2 Bijzondere persoonsgegevens: beoordeling	12
3.4.1.3 Bijzondere persoonsgegevens: conclusie	19
3.4.2 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens	19
3.4.2.1 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens: wettelijk kader	19
3.4.2.2 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens: beoordeling	20
3.4.2.3 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens: conclusie	23
3.4.3 Conclusie onderzoeksvraag 2	23
4. Conclusie	24

Samenvatting

Erdee Media B.V. (hierna: Erdee Media) is een mediabedrijf dat zich richt op de gereformeerde gezindte. Erdee Media geeft onder andere het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege uit.

Het College bescherming persoonsgegevens (CBP) heeft in het kader van zijn toezichthoudende taak op grond van artikel 60 Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) een ambtshalve onderzoek ingesteld naar de verwerking van persoonsgegevens door Erdee Media.

Het onderzoek richt zich op de volgende vragen: Verstrekt Erdee Media persoonsgegevens van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden en zo ja, heeft Erdee Media daarvoor een geldige grondslag?

Uit het onderzoek blijkt dat Erdee Media de naam- en adresgegevens van de abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege, zonder daarvoor toestemming te hebben gevraagd aan de betrokkenen, voor direct-marketingdoeleinden heeft verstrekt aan andere partijen. In de periode van 1 januari 2012 tot 19 juni 2013 heeft Erdee Media de namen en adressen veertien keer verstrekt aan negen verschillende organisaties.

De verstrekking van de gegevens van de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden, moet worden aangemerkt als een verstrekking van bijzondere persoonsgegevens, te weten gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging. Voor deze gegevens geldt een verwerkingsverbod. De verstrekking door Erdee Media van de namen en adressen van de abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden, zonder daarvoor toestemming te vragen aan de betrokkenen, is in strijd met de Wbp en derhalve onrechtmatig.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding voor het onderzoek en onderzoeksvragen

Het CBP heeft in het kader van zijn toezichthoudende taak op grond van artikel 60 Wbp een ambtshalve onderzoek ingesteld naar de verwerking van persoonsgegevens voor direct-marketingdoeleinden door Erdee Media.

Erdee Media is een mediabedrijf dat zich richt op de gereformeerde gezindte¹. Erdee Media geeft onder andere het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege uit. Blijkens het Jaarverslag 2012 is de oplage van het Reformatorisch Dagblad 48.013 en van het tijdschrift Terdege 24.535.² Volgens de website zijn de oplages respectievelijk circa 58.000³ en circa 30.000⁴.

Bij het CBP is een signaal binnen gekomen van een betrokkene die stelt dat Erdee Media het adresbestand van abonnees op het Reformatorisch Dagblad aan andere organisaties verstrekt voor direct-marketingdoeleinden. Nu de zaak past binnen de prioriteringscriteria van het CBP waarbij voor het jaar 2013 is bepaald dat het CBP bijzondere aandacht zal besteden aan toestemming en profilering, twee thema's die in de onderhavige zaak spelen, heeft het CBP een onderzoek ingesteld naar de verwerking van persoonsgegevens voor direct-marketingdoeleinden door Erdee Media.

Het onderzoek richt zich op de volgende vragen:

1. Verstrekkt Erdee Media persoonsgegevens van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden? En zo ja,
2. Heeft Erdee Media daarvoor een geldige grondslag?

Bij de beoordeling van de rechtmatigheid van de verwerking zijn onder andere de artikelen 8, 16, 17 en 23 van de Wbp van belang.

1.2 Verloop van het onderzoek

Het CBP heeft Erdee Media bij brief van 31 mei 2013 aangekondigd een onderzoek in te stellen naar de verstrekking door Erdee Media van persoonsgegevens van abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het blad Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden. Het CBP heeft Erdee Media daarbij om inlichtingen verzocht.

Erdee Media heeft bij brief van 19 juni 2013, door het CBP ontvangen op 24 juni 2013, gereageerd op het inlichtingenverzoek.

Het CBP heeft op 15 augustus 2013 het Rapport voorlopige bevindingen vastgesteld en Erdee Media bij brief van diezelfde datum in de gelegenheid gesteld om haar zienswijze op het Rapport voorlopige bevindingen naar voren te brengen.

¹ www.erdeemediagroep.nl/home

² Jaarverslag 2012, onder 'Bereikcijfers'

³ www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/reformatorisch-dagblad

⁴ www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/terdege

Erdee Media heeft bij brief van 3 september 2013 haar zienswijze gegeven.

2. Feitelijke Bevindingen

2.1 Organisatie

Erdee Media B.V., statutair gevestigd en kantoorhoudende te Apeldoorn, is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 08041396. De bestuurder van Erdee Media B.V. is Erdee Holding B.V. (KvK nummer 08028268). De handelsnaam van Erdee Holding B.V. is Erdee Media Groep.

Erdee Media B.V. heeft een algemeen directeur met volledige volmacht van de bestuurder.

Blijkens het handelsregister zijn de activiteiten van Erdee Media B.V.:

“Uitgeven van een dagblad en andere bladen en periodieken, al dan niet in digitale vorm ter verspreiding van de reformatorische beginselen.”⁵

Erdee Media Groep heeft de verwerking van persoonsgegevens op 13 juli 2006 bij het CBP gemeld onder nummer m1317142.

Erdee Media B.V. is uitgever van zowel het Reformatorisch Dagblad als het tijdschrift Terdege.

Het onderzoek van het CBP richt zich op de verwerking door Erdee Media van persoonsgegevens van abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege voor direct-marketingdoeleinden.

2.2 Onderzoeksvraag 1: Verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden

Erdee Media geeft in de brief van 19 juni 2013 aan gegevens van abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege te verstrekken aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden. Deze partijen gebruiken de gegevens van de abonnees voor het toezenden van geadresseerd reclamedrukwerk.

Erdee Media schrijft in haar reactie op het inlichtingenverzoek:

“Erdee Media B.V. verstrekt gegevens van het Reformatorisch Dagblad en Terdege aan derde partijen. (...) De gegevens worden telkens voor éénmalig gebruik verstrekt. Het gaat om de volgende gegevens: Aanhef (indien bekend), Voorletters, Tussenvoegsel, Achternaam, Straat, Huisnummer, Huisnummer toevoeging, Postcode en Woonplaats.”⁶

De gegevens van de abonnees zijn in de periode van 1 januari 2012 tot 19 juni 2013 meerdere malen voor direct-marketingdoeleinden verstrekt aan andere organisaties. Erdee Media geeft in de brief van 19 juni 2013 het volgende overzicht:

“In de periode van 1 januari 2012 tot heden hebben wij aan de volgende partijen gegevens verstrekt:

2012

⁵ Uittreksel Handelsregister Erdee Media B.V.

⁶ Brief van Erdee Media d.d. 19 juni 2013, pagina 2, onder 1

Via listbrokers is het bestand voor eenmalig gebruik geleverd aan:

- [VERTROUWELIJK] 3x bestand geleverd,
- [VERTROUWELIJK] ,
- [VERTROUWELIJK] 2 x bestand geleverd,
- [VERTROUWELIJK] 2x bestand geleverd.

Aan onderstaande organisaties is in 2012 1 keer een adresbestand geleverd voor eenmalig gebruik:

[VERTROUWELIJK],
[VERTROUWELIJK],
[VERTROUWELIJK].

2013:

Via listbrokers is het bestand voor eenmalig gebruik geleverd aan:

- [VERTROUWELIJK],
- [VERTROUWELIJK],
- [VERTROUWELIJK].⁷

2.3 Onderzoeksvraag 2: Grondslag voor verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden

Erdee Media stelt op haar openbare website op een pagina bestemd voor (potentiële) adverteerders het volgende:

“Wat uw communicatiedoelstellingen ook zijn, als u de gereformeerde gezindte wilt bereiken bieden de verschillende media van Erdee Media Groep u volop mogelijkheden uw boodschap te communiceren.”⁸

Op een andere webpagina eveneens bestemd voor (potentiële) adverteerders stelt Erdee Media over de lezers van het Reformatorisch Dagblad en Terdege:

“Achter onze abonnees gaat een heel interessante doelgroep schuil met een duidelijk profiel: Uiterst loyale, stabiele en traditionele mensen die bewust in het leven staan. De lezers zijn onderdeel van een relatief jong en groot gezin. Veel gezinnen (40%) bestaan zelfs uit 5 en meer mensen.”⁹

Erdee Media stelt voorts op haar website:

- *“Erdee Media Groep is een professioneel uitgeefbedrijf dat zich via meerdere kanalen richt op de gereformeerde gezindte”¹⁰;*
- *“Door de keuze om zich te richten op een duidelijk afgebakende doelgroep heeft het Reformatorisch Dagblad kans gezien om zich een gezaghebbende positie te verwerven binnen de gereformeerde gezindte.”¹¹;*

⁷ brief van Erdee Media d.d. 19 juni 2013, pagina 2, onder 1

⁸ www.erdeemediagroep.nl/reformatorisch-dagblad/adverteren/zakelijk-adverteren

⁹ www.erdeemediagroep.nl/reformatorisch-dagblad/adverteren/zakelijk-adverteren/reformatorisch-dagblad

¹⁰ www.erdeemediagroep.nl/home

¹¹ www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/reformatorisch-dagblad

- *“Het Reformatorisch Dagblad onderscheidt zich van veel andere kranten door de duidelijk afgebakende doelgroep met een aantal homogene kenmerken. Voor veel lezers van het Reformatorisch Dagblad is de krant de belangrijkste en vaak zelfs de enige informatiebron.”¹²;*
- *“Lezers van Terdege zijn net als lezers van het Reformatorisch Dagblad nauwelijks te bereiken via andere media. Het televisiebezit is onder de lezers van Terdege bijzonder laag, men luistert weinig naar de radio, leest veelal het Reformatorisch Dagblad als krant en men surft weinig op internet in vergelijking met lezers van andere dagbladen. Andere titels die ze lezen hebben vaak ook een christelijke signatuur”¹³.*

De visie van Erdee Media is blijkens het Jaarverslag 2012:

“Erdee Media Groep wil een gezaghebbend mediabedrijf zijn dat de Bijbelse, reformatorische beginselen in de samenleving uitdraagt, om zo Gods eer en het heil van de naaste te bevorderen.”¹⁴

Op de website van Erdee Media is onder ‘visie en missie’ het volgende opgenomen:

- *“Middenin een turbulente wereld waar de Bijbel als het Woord van God steeds minder gezag lijkt te hebben, willen we juist actief zijn om dé Boodschap te laten horen en nieuws en informatie te leveren zodat u zich een reëel beeld van de werkelijkheid kunt vormen. Om u te helpen in het vormen van uw mening over wat in de samenleving om ons heen gebeurt.”¹⁵;*
- *“Onze media zijn gezaghebbend omdat wij betrouwbare, verifieerbare nieuwsfeiten en informatie brengen, terwijl bij de selectie, ordening en duiding Bijbel en Belijdenis het uitgangspunt vormen.”¹⁶;*
- *“Al onze activiteiten vinden plaats binnen de kaders van Bijbel en Belijdenis en passen bij een reformatorische levensstijl.”¹⁷*

Op haar website stelt Erdee Media voorts:

“De identiteit en doelstellingen van Erdee Media Groep hebben duidelijke consequenties voor het redactionele beleid. Dat uit zich bijvoorbeeld in een aantal speerpunten die de redactie hanteert:

- *Aandacht voor de voortgang van Gods koninkrijk; zending, vervolgte christenen, secularisatie, etc.*
- *Aandacht voor de vraag hoe christenen staan in de samenleving van vandaag.*
- *Overdracht van waarden en normen.*
- *Vroegtijdig inzicht geven in trends en maatschappelijke ontwikkelingen die van belang zijn voor christenen.”¹⁸*

¹² www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/reformatorisch-dagblad

¹³ www.erdeemediagroep.nl/terdege/adverteren

¹⁴ Jaarverslag 2012, onder ‘Algemene informatie’

¹⁵ www.erdeemediagroep.nl/over-ons/visie-en-missie

¹⁶ www.erdeemediagroep.nl/over-ons/visie-en-missie

¹⁷ www.erdeemediagroep.nl/over-ons/visie-en-missie

¹⁸ www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/reformatorisch-dagblad

3 Wettelijk kader en beoordeling

3.1 Verantwoordelijke

Op grond van artikel 1, aanhef en onder d, van de Wbp is de verantwoordelijke de natuurlijke persoon, rechtspersoon of ieder ander die of het bestuursorgaan dat, alleen of te zamen met anderen, het doel van en de middelen voor de verwerking van persoonsgegevens vaststelt.

Erdee Media B.V. bepaalt de doeleinden van en de middelen voor de verwerking van persoonsgegevens in het kader van de uitgifte van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege.

Erdee Media Groep heeft zich op 13 juli 2006 als verantwoordelijke gemeld bij het CBP. Erdee Media Groep is de handelsnaam van Erdee Holding B.V. Uit de gegevens uit het Handelsregister volgt dat Erdee Holding B.V. de bestuurder is van Erdee Media B.V. De algemeen directeur van Erdee Media B.V. heeft een volledige volmacht van de bestuurder. Uit deze informatie volgt dat Erdee Media B.V. bevoegd is om het doel van en de middelen voor de verwerking vast te stellen. Erdee Media B.V. is daarmee de verantwoordelijke voor deze verwerking van persoonsgegevens in de zin van artikel 1, aanhef en onder d, van de Wbp.

3.2. Verwerking van 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.

'Verwerking van persoonsgegevens' is gedefinieerd in artikel 1, aanhef en onder b, van de Wbp en omvat onder meer het verzamelen, vastleggen, bewaren, gebruiken, verstrekken door middel van doorzending, verspreiding of enige andere vorm van terbeschikkingstelling.

Naam- en adresgegevens van natuurlijke personen zijn persoonsgegevens in de zin van de Wbp. Erdee Media legt deze gegevens van de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege vast, bewaart en gebruikt deze gegevens en verstrekt deze gegevens aan derde partijen. Daarmee is sprake van verwerking van persoonsgegevens door Erdee Media.

3.3 Onderzoeksvraag 1: Verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden

In antwoord op de vragen van het CBP geeft Erdee Media aan dat zij persoonsgegevens van de abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege voor direct-marketingdoeleinden verstrekt aan andere partijen. Deze partijen gebruiken de gegevens van de betrokkenen voor het toezenden van geadresseerd reclamedrukwerk. Uit de brief van 19 juni 2013 blijkt dat Erdee Media in de periode van 1 januari 2012 tot 19 juni 2013 veertien keer abonneegegevens heeft verstrekt aan negen verschillende organisaties. Het gaat daarbij om de namen en adressen van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege.

De conclusie is dan ook dat Erdee Media in de periode van 1 januari 2012 tot 19 juni 2013 voor direct-marketingdoeleinden veertien keer de namen en adressen van haar abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege heeft verstrekt aan negen verschillende organisaties.

3.4 Onderzoeksvraag 2: Grondslag voor verstrekking van persoonsgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden

3.4.1 Bijzondere persoonsgegevens

3.4.1.1 Bijzondere persoonsgegevens: wettelijk kader

Voor de beoordeling van rechtmatigheid van de verstrekking van de persoonsgegevens door Erdee Media aan derde partijen, is van belang of sprake is van verwerking van 'gewone' persoonsgegevens of van bijzondere, gevoelige, persoonsgegevens in de zin van de Wbp.

De bijzondere persoonsgegevens zijn opgenomen in artikel 16 Wbp. Dit artikel luidt: *“De verwerking van persoonsgegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging, ras, politieke gezindheid, gezondheid, seksuele leven, alsmede persoonsgegevens betreffende het lidmaatschap van een vakvereniging is verboden behoudens het bepaalde in deze paragraaf. Hetzelfde geldt voor strafrechtelijke persoonsgegevens en persoonsgegevens over onrechtmatig of hinderlijk gedrag in verband met een opgelegd verbod naar aanleiding van dat gedrag.”*

De grondgedachte van artikel 16 Wbp is dat verwerking van de in dit artikel opgesomde bijzondere persoonsgegevens, vanwege de gevoelige aard ervan, verboden is. Gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging, behoren tot deze bijzondere persoonsgegevens.

Uit de Memorie van Toelichting bij de Wbp blijkt dat bij gevoelige persoonsgegevens, welke zijn opgesomd in artikel 16 Wbp, onderscheid moet worden gemaakt tussen *direct* en *indirect* gevoelige gegevens.

De Memorie van Toelichting stelt: *“Afgezien van gegevens die als zodanig betrekking hebben op een gevoelig kenmerk - aangeduid als <direct> gevoelige gegevens - worden tot de gevoelige gegevens ook gerekend de gegevens die weliswaar als zodanig daarop geen betrekking hebben, maar waaruit wel de aanwezigheid van een gevoelig kenmerk rechtstreeks kan worden afgeleid. Een eerder genoemd voorbeeld van het laatste is de administratie van een kerkgenootschap waarin alle namen en adressen van de leden zijn opgenomen. Weliswaar hebben deze namen en adressen op zichzelf beschouwd geen betrekking op een gevoelig kenmerk, doch uit de opneming van deze gegevens vloeit dwingend voort dat het gaat om gegevens betreffende de godsdienstige overtuiging van betrokkenen. Noodzakelijk is wel dat er een rechtstreeks verband is. Gegevens die hooguit een indicatie geven dat het om een gevoelig kenmerk zou kunnen gaan, vallen (...) buiten de reikwijdte van de bijzondere regeling van gevoelige gegevens.”*¹⁹

¹⁹ Memorie van Toelichting, Tweede Kamer, vergaderjaar 1997-1998, 25892, nr. 3, p. 101.

3.4.1.2 Bijzondere persoonsgegevens: beoordeling

Het CBP is van oordeel dat de naam- en adresgegevens van de abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege die Erdee Media voor direct-marketingdoeleinden aan andere partijen heeft verstrekt, moeten worden aangemerkt als bijzondere persoonsgegevens, te weten gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging.

Het CBP overweegt hiertoe als volgt.

Uit de informatie voor (potentiële) adverteerders op de website van Erdee Media blijkt dat de groep abonnees op het Reformatorisch Dagblad en Terdege volgens Erdee Media een gereformeerde achtergrond heeft:

“Wat uw communicatiedoelstellingen ook zijn, als u de gereformeerde gezindte wilt bereiken bieden de verschillende media van Erdee Media Groep u volop mogelijkheden uw boodschap te communiceren.”²⁰

Uit de informatie voor adverteerders over het profiel van de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en Terdege blijkt eveneens dat de lezersgroep volgens Erdee Media een duidelijk profiel heeft dat gekenmerkt wordt door een christelijke achtergrond. Zo staat te lezen:

“Achter onze abonnees gaat een heel interessante doelgroep schuil met een duidelijk profiel: Uiterst loyale, stabiele en traditionele mensen die bewust in het leven staan. De lezers zijn onderdeel van een relatief jong en groot gezin. Veel gezinnen (40%) bestaan zelfs uit 5 en meer mensen.”²¹

En :

“Lezers van Terdege zijn net als lezers van het Reformatorisch Dagblad nauwelijks te bereiken via andere media. Het televisiebezit is onder de lezers van Terdege bijzonder laag, men luistert weinig naar de radio, leest veelal het Reformatorisch Dagblad als krant en men surft weinig op internet in vergelijking met lezers van andere dagbladen. Andere titels die ze lezen hebben vaak ook een christelijke signatuur.”²²

Op de website staat voorts:

“Het Reformatorisch Dagblad onderscheidt zich van veel andere kranten door de duidelijk afgebakende doelgroep met een aantal homogene kenmerken. Voor veel lezers van het Reformatorisch Dagblad is de krant de belangrijkste en vaak zelfs de enige informatiebron.”²³

Voorts richt Erdee Media zich ook uitdrukkelijk op de gereformeerde gezindte. Zo staat op de website:

“Erdee Media Groep is een professioneel uitgeefbedrijf dat zich via meerdere kanalen richt op de gereformeerde gezindte.”²⁴

En:

“Door de keuze om zich te richten op een duidelijk afgebakende doelgroep heeft het Reformatorisch Dagblad kans gezien om zich een gezaghebbende positie te verwerven binnen de gereformeerde gezindte.”²⁵

²⁰ www.erdeemediagroep.nl/reformatorisch-dagblad/adverteren/zakelijk-adverteren

²¹ www.erdeemediagroep.nl/reformatorisch-dagblad/adverteren/zakelijk-adverteren/reformatorisch-dagblad

²² www.erdeemediagroep.nl/terdege/adverteren

²³ www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/reformatorisch-dagblad

²⁴ www.erdeemediagroep.nl/home

²⁵ www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/reformatorisch-dagblad

Erdee Media heeft als doel de reformatorische beginselen actief uit te dragen. Dit blijkt onder andere uit de visie van Erdee Media zoals deze is opgenomen in het Jaarverslag 2012:

*"Erdee Media Groep wil een gezaghebbend mediabedrijf zijn dat de Bijbelse, reformatorische beginselen in de samenleving uitdraagt, om zo Gods eer en het heil van de naaste te bevorderen."*²⁶

Het actief willen uitdragen van de reformatorische beginselen blijkt ook uit informatie die onder het kopje 'visie en missie' op de website van Erdee Media staat:

*"Middenin een turbulente wereld waar de Bijbel als het Woord van God steeds minder gezag lijkt te hebben, willen we juist actief zijn om dé Boodschap te laten horen en nieuws en informatie te leveren zodat u zich een reëel beeld van de werkelijkheid kunt vormen. Om u te helpen in het vormen van uw mening over wat in de samenleving om ons heen gebeurt."*²⁷

Uit deze webpagina blijkt ook dat bij de selectie, ordening en duiding van nieuwsfeiten en informatie religie een centrale rol speelt:

*"Onze media zijn gezaghebbend omdat wij betrouwbare, verifieerbare nieuwsfeiten en informatie brengen, terwijl bij de selectie, ordening en duiding Bijbel en Belijdenis het uitgangspunt vormen."*²⁸

Op haar website stelt Erdee Media voorts:

"De identiteit en doelstellingen van Erdee Media Groep hebben duidelijke consequenties voor het redactionele beleid. Dat uit zich bijvoorbeeld in een aantal speerpunten die de redactie hanteert:

- Aandacht voor de voortgang van Gods koninkrijk; zending, vervolgte christenen, secularisatie, etc.
- Aandacht voor de vraag hoe christenen staan in de samenleving van vandaag.
- Overdracht van waarden en normen.
- Vroegtijdig inzicht geven in trends en maatschappelijke ontwikkelingen die van belang zijn voor christenen."²⁹

En:

*"Al onze activiteiten vinden plaats binnen de kaders van Bijbel en Belijdenis en passen bij een reformatorische levensstijl."*³⁰

De Registratiekamer, de rechtsvoorganger van het CBP, heeft het rapport 'Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing.' uitgebracht. Erdee Media heeft in haar zienswijze naar dit rapport verwezen. In dit rapport is onder andere het volgende voorbeeld opgenomen³¹:

'De verzekeringsmaatschappij neemt de NAW-gegevens van lezers uit een Turkstalige krant op in een apart bestand. Zij gaat er hierbij van uit dat de betrokkenen van Turkse afkomst zijn en wil hen daarom in de toekomst benaderen met specifiek op deze doelgroep gerichte reclame. De NAW gegevens worden in een bestand opgenomen dat de gemeenschappelijke noemer 'van

²⁶ Jaarverslag 2012, onder 'Algemene informatie'

²⁷ www.erdeemediagroep.nl/over-ons/visie-en-missie

²⁸ www.erdeemediagroep.nl/over-ons/visie-en-missie

²⁹ www.erdeemediagroep.nl/onze-merken/reformatorisch-dagblad

³⁰ www.erdeemediagroep.nl/over-ons/visie-en-missie

³¹ Helden, W.J. van, 2000, Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing. Achtergrondstudies en Verkenningen 19, Den Haag, Registratiekamer, p. 35

Turkse afkomst ' krijgt. Hoewel de gegevens als zodanig (NAW-gegevens) geen betrekking hebben op ras of etniciteit wordt het bestand op dat moment contextueel gevoelig. Het is hiermee een bestand met bijzondere gegevens volgens de Wbp geworden.'

Het rapport vervolgt:

'De noemer 'van Turkse afkomst' die aan het bestand is gehangen zorgt er voor dat, hoewel het niet zeker is dat 100% van de betrokkenen daadwerkelijk van Turkse afkomst is, het een bestand wordt met bijzondere gegevens. Van belang is of de betrokkenen in kwestie door hun opname in het bestand worden aangesproken op deze 'hen toegewezen eigenschap'. Het is hierbij niet zo zeer belangrijk of zij werkelijk van Turkse afkomst zijn. Het gaat er om dat zij zo te boek staan. Het label 'van Turkse afkomst' dat aan de verzameling wordt gehangen is in dit geval doorslaggevend voor de vraag of er sprake is van bijzondere persoonsgegevens. Met andere woorden, als de marketeer het bestand homogeen genoeg acht om de mensen van een bepaalde bevolkingsgroep hiermee te bereiken, gaat het om een database met bijzondere gegevens.'

Voor de naam- en adresgegevens van de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege die door Erdee Media zijn verstrekt aan derde partijen ten behoeve van direct-marketingdoeleinden, geldt hetzelfde. Zoals hierboven aangegeven stelt Erdee Media tegenover haar (potentiële) adverteerders dat haar verschillende media volop mogelijkheden bieden indien deze adverteerders 'de gereformeerde gezindte' willen bereiken. Met deze omschrijving betitelt Erdee Media de abonneebestanden van het Reformatorisch Dagblad en Terdege als behorende tot 'de gereformeerde gezindte'. Dit betekent dat derden deze bestanden ook zullen aanmerken als bestanden van personen die behoren tot 'de gereformeerde gezindte' en zij de betrokkenen ook als zodanig kunnen benaderen. Het label 'behorende tot de gereformeerde gezindte' maakt dat er een rechtstreeks verband is tussen de namen en adressen in de abonneebestanden en de aanwezigheid van een gevoelig kenmerk, te weten gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging. De verstrekking van de namen en adressen van de abonnees aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden moet dan ook worden aangemerkt als een verwerking van bijzondere persoonsgegevens.

Het label 'de gereformeerde gezindte' die Erdee Media aan de abonneebestanden heeft gehangen is op zich al voldoende reden om van de verwerking van bijzondere persoonsgegevens uit te gaan. Voorts is van belang dat, gezien de hierboven aangehaalde uitlatingen van Erdee Media op haar website en de expliciete doelstelling van Erdee Media de reformatorische beginselen uit te dragen en het feit dat de reformatorische beginselen het uitgangspunt vormen bij de selectie, ordening en duiding van nieuws en informatie, moet worden aangenomen dat iemand die een abonnement heeft op het Reformatorisch Dagblad of het tijdschrift Terdege, naar alle waarschijnlijkheid een abonnement op juist deze bladen heeft vanwege zijn geloofsovertuiging.

Op grond van de zojuist geschetste context moet de hierboven onder 3.3 omschreven verstrekking door Erdee Media van de namen en adressen van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen worden aangemerkt als een verwerking van bijzondere persoonsgegevens.

Standpunt Erdee Media: Erdee Media verwerkt geen bijzondere persoonsgegevens

Erdee Media stelt in haar zienswijze dat het voorbeeld dat in de Memorie van Toelichting wordt gegeven van indirect gevoelige gegevens, te weten de administratie van een kerkgenootschap, wezenlijk verschilt van de situatie bij Erdee Media.

Het CBP overweegt als volgt. In de Memorie van Toelichting staat dat tot de gevoelige gegevens ook worden gerekend de gegevens die weliswaar als zodanig daarop geen betrekking hebben, maar waaruit wel de aanwezigheid van een gevoelig kenmerk kan worden afgeleid. De Memorie van Toelichting geeft als voorbeeld van gevoelige gegevens de namen en adressen van leden van een kerkgenootschap die zijn opgenomen in de administratie van het kerkgenootschap.

De abonneeadministratie van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege is geen lijst met namen en adressen van een kerkgenootschap. In die zin is het voorbeeld uit de Memorie van Toelichting niet één op één van toepassing op de onderhavige situatie. De Memorie van Toelichting haalt de ledenadministratie van een kerkgenootschap echter uitdrukkelijk aan als *voorbeeld* van een situatie waarin sprake is van indirect gevoelige gegevens. Het is dus niet zo dat *alleen* in het geval van de ledenadministratie van een kerkgenootschap sprake zou zijn van indirect gevoelige gegevens. Het criterium dat de Memorie van Toelichting geeft om te bepalen of sprake is van indirect gevoelige gegevens is dat de aanwezigheid van een gevoelig kenmerk rechtstreeks uit de gegevens kan worden afgeleid. De Memorie van Toelichting zegt daarover: *“Noodzakelijk is wel dat er een rechtstreeks verband is. Gegevens die hooguit een indicatie geven dat het om een gevoelig gegeven zou kunnen gaan, vallen (..) buiten de reikwijdte van de bijzondere regeling voor gevoelige gegevens.”*

Naar het oordeel van het CBP is bij de verstrekking van namen en adressen door Erdee Media ten behoeve van direct-marketingdoeleinden sprake van een rechtstreeks verband tussen deze namen en adressen en de aanwezigheid van een gevoelig kenmerk: namelijk betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging. Het CBP overweegt daartoe dat uit de informatie voor (potentiële) adverteerders op de website van Erdee Media blijkt dat Erdee Media de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege uitdrukkelijk aanmerkt als behorende tot ‘de gereformeerde gezindte’, waardoor betrokkenen als zodanig te boek staan, bijvoorbeeld bij de adverteerders. Voorts kan op grond van de missie en visie van Erdee Media en de specifieke selectie, ordening en duiding van het nieuws worden aangenomen dat iemand naar alle waarschijnlijkheid een abonnement op het Reformatorisch Dagblad en/of Terdege heeft juist vanwege zijn geloofsovertuiging. De verstrekking van de abonneegegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden, in de zojuist geschetste context, maakt dat niet slechts sprake is van een indicatie dat sprake zou zijn van gevoelige gegevens, maar dat sprake is van een rechtstreeks verband. Om die reden is sprake van een verwerking van bijzondere persoonsgegevens.

Erdee Media stelt zich in haar zienswijze op het standpunt dat uit de vele citaten die het CBP heeft overgenomen van de website van Erdee Media niet tot de conclusie kan worden gekomen dat een abonnee op een uitgave van Erdee Media behoort tot een bepaalde godsdienst of levensovertuiging.

Anders dan Erdee Media stelt, is het CBP van oordeel dat de vele citaten die het CBP heeft overgenomen van de website van Erdee Media laten zien welke signatuur het

Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege hebben en welk profiel de groep abonnees heeft volgens Erdee Media. Op basis van de uitgesproken signatuur van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege en de typering door Erdee Media van de groep abonnees, zullen de abonnees, in dit geval door adverteerders, gezien worden als mensen met een bepaalde godsdienst of levensovertuiging.

De stelling van Erdee Media dat 'een website altijd op wervende kracht wordt geschreven, waardoor aan zaken soms in het kader van commerciële processen een bepaalde draai wordt gegeven' kan niet leiden tot de conclusie dat geen sprake is van bijzondere persoonsgegevens. Ten eerste blijkt uit deze opmerking op geen enkele manier of en op welke wijze de uitlatingen op de website een van de werkelijkheid afwijkend beeld schetsen en daarnaast blijft gelden dat de abonnees worden gekenschetst en te boek staan als mensen met een bepaalde godsdienst of levensovertuiging.

Dat niet met zekerheid gezegd kan worden dat bij alle abonnees op het Reformatorisch Dagblad of het tijdschrift Terdege een verband bestaat tussen het feit dat zij een abonnement op deze bladen hebben en hun godsdienst of levensovertuiging, zoals Erdee Media stelt, maakt de conclusie dat sprake is van bijzondere persoonsgegevens niet anders.

Erdee Media stelt tegenover haar (potentiële) adverteerders dat haar verschillende media volop mogelijkheden bieden indien deze adverteerders 'de gereformeerde gezindte' willen bereiken. Dat wellicht niet ieder van de betrokkenen daadwerkelijk een 'gereformeerde' achtergrond heeft (behoort tot 'de gereformeerde gezindte') doet hieraan niet af. Met de betiteling 'de gereformeerde gezindte' worden de betrokkenen immers door Erdee Media onder deze noemer gerangschikt en kunnen zij - bij overdracht van de abonneebestanden - ook als zodanig door derden worden benaderd.

Het vorenstaande wordt bevestigd in het voorbeeld dat wordt gegeven in het door Erdee Media in haar zienswijze aangehaalde rapport van de Registratiekamer 'Herkomst van de klant'.³² Het gaat in dit voorbeeld om een klantenbestand van een verzekeringsmaatschappij, die de namen en adressen van lezers van een Turkstalige krant opneemt in een apart bestand onder de noemer 'van Turkse afkomst'.

In het rapport staat: *"De noemer 'van Turkse afkomst' die aan het bestand is gehangen zorgt er voor dat, hoewel het niet zeker is dat 100% van de betrokkenen daadwerkelijk van Turkse afkomst is, het een bestand wordt met bijzondere gegevens. Van belang is of de betrokkenen in kwestie door hun opname in het bestand worden aangesproken op deze 'hen toegevoegde eigenschap'. Het is daarbij niet zozeer belangrijk of zij werkelijk van Turkse afkomst zijn. Het gaat erom dat zij zo te boek staan. Het label 'van Turkse afkomst' dat aan de verzameling wordt gehangen is in dit geval doorslaggevend voor de vraag of er sprake is van bijzondere gegevens. Met andere woorden, als de marketeer het bestand homogeen genoeg acht om mensen van een bepaalde bevolkingsgroep hiermee te bereiken, gaat het om een database met bijzondere gegevens."*³³

³² Hoewel genoemd rapport specifiek ziet op het gebruik van gegevens omtrent ras en etniciteit voor marketingdoeleinden, zijn de conclusies in grote lijnen ook van toepassing op het gebruik van andere bijzondere persoonsgegevens voor marketingdoeleinden, zie: Helden, W.J. van, 2000, Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing. Achtergrondstudies en Verkenningen 19, Den Haag, Registratiekamer, p. 9, onder 1.3

³³ Helden, W.J. van, 2000, Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing. Achtergrondstudies en Verkenningen 19, Den Haag, Registratiekamer, p. 35-36.

Erdee Media stelt voorts in haar zienswijze dat, als zou worden aangenomen dat de abonnees van Erdee Media behoren tot een bepaalde godsdienst of levensovertuiging, dan iedere abonneeadministratie van een krant of tijdschrift te beschouwen is als een vastlegging van bijzondere persoonsgegevens, bijvoorbeeld kranten die overwegend door VVD-ers worden gelezen of kranten die voornamelijk door PvdA-ers worden gelezen. Daarnaast stelt Erdee Media dat ook niet gezegd kan worden dat bij donateurs van Stichting Vluchteling sprake is van het verwerken van rasgegevens.

Het CBP overweegt dat bij de voorbeelden die Erdee Media geeft, en voor abonneeadministraties of ledenlijsten in het algemeen, geldt dat sprake is van (indirect) gevoelige, en daarmee van bijzondere gegevens, indien de aanwezigheid van een gevoelig kenmerk rechtstreeks uit de gegevens kan worden afgeleid. Of sprake is van (indirect) gevoelige of bijzondere gegevens zal van geval tot geval beoordeeld moeten worden. Hierbij is onder andere relevant of, en zo ja hoe, de abonneebestanden gelabeld worden. Bij de krantenabonnees van een bepaalde politieke gezindheid, die Erdee Media als voorbeeld geeft, zou sprake kunnen zijn van bijzondere persoonsgegevens, namelijk indien de politieke gezindheid rechtstreeks voortvloeit uit het abonnement op deze krant. Bij het door Erdee Media gegeven voorbeeld van donateurs van Stichting Vluchteling is voorshands niet duidelijk hoe dit met de onderhavige zaak vergelijkbaar zou zijn.

Standpunt Erdee Media geen vastlegging van gegevens over godsdienst

Erdee Media stelt in de brief van 19 juni 2013 dat zij geen persoonsgegevens met betrekking tot godsdienst of levensovertuiging vastlegt in haar abonnementen en klantenadministratie.

Het CBP overweegt dat het feit dat Erdee Media in haar abonnementen- en klantenadministratie geen persoonsgegevens met betrekking tot godsdienst of levensovertuiging vastlegt, nog niet betekent dat Erdee Media geen bijzondere persoonsgegevens verwerkt.

Zoals hierboven aangegeven merkt Erdee Media de betrokkenen in de abonneebestanden aan als behorende tot 'de gereformeerde gezindte' waardoor zij als zodanig te boek staan. Voorts kan op grond van de missie en visie van Erdee Media en de specifieke selectie, ordening en duiding van het nieuws worden aangenomen dat iemand naar alle waarschijnlijkheid een abonnement op het Reformatorisch Dagblad en/of Terdege heeft juist vanwege zijn geloofsovertuiging. De verstrekking van de abonneegegegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden, in de zojuist geschetste context, maakt dat sprake is van bijzondere persoonsgegevens.

Standpunt Erdee Media over 'indicatie'

Erdee Media is in haar zienswijze op het Rapport voorlopige bevindingen ingegaan op een citaat uit de Memorie van Toelichting op de Wbp dat in het Rapport voorlopige bevindingen werd aangehaald. Dit citaat luidt voluit: "Gegevens die hooguit een indicatie geven dat het om een gevoelig kenmerk zou kunnen gaan, vallen - zoals de Registratiekamer terecht stelt - buiten de reikwijdte van de bijzondere regeling voor gevoelige gegevens."³⁴ In het Rapport voorlopige bevindingen was de zinsnede '- zoals de Registratiekamer terecht stelt-' vervangen door '(..)'. Erdee Media merkt op dit jammer te vinden, en stelt: "Het

³⁴ Memorie van Toelichting, Tweede Kamer, vergaderjaar 1997-1998, 25892, nr. 3, p. 101.

*is dus nota bene de eigen (rechts)voorganger van het College bescherming persoonsgegevens die in de parlementaire geschiedenis is terecht gekomen met de stelling dat een 'indicatie' buiten de reikwijdte van de bijzondere regeling valt voor gevoelige (lees bijzondere) gegevens. En voor zover bekend is dit nog steeds de gepubliceerde bestendige beleidslijn"*³⁵.

Erdee Media verwijst, zoals al eerder aangegeven, tevens naar de publicatie 'Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing' van de Registratiekamer.³⁶ In deze publicatie staat, zoals Erdee Media terecht stelt: *"Buiten de reikwijdte van deze regeling"*³⁷ *vallen de indirect bijzondere gegevens. Dit zijn gegevens die weliswaar een gevoelig karakter hebben, maar waaruit niet zondermeer een bijzonder karakter kan worden afgeleid. Als er slechts een indicatie is dat het om een bijzonder gegeven gaat, is het verwerkingsverbod niet van toepassing."*

Erdee Media stelt met betrekking tot dit citaat: *"Dit is eerder van toepassing op de gegevensverwerking van Erdee Media BV, want het is helemaal niet gezegd dat een abonnee een bepaalde godsdienst of levensovertuiging heeft. Wellicht is er in uw ogen sprake van een indicatie, door uitvoerig van de website en uit het jaarverslag te citeren, maar dat maakt het dus nog niet, volgens de parlementaire geschiedenis en de Achtergrondstudies en Verkenningen 19, een bijzonder gegeven."*³⁸

Het CBP merkt allereerst op het weglaten van de zinsnede '- zoals de Registratiekamer terecht stelt-' geen andere reden heeft gehad dan het slechts willen vermelden van de meest relevante informatie. Voor de betekenis van het citaat uit de Memorie van Toelichting voor de beoordeling van de onderhavige gegevensverwerking maakt deze zinsnede welbeschouwd geen verschil.

Het CBP is voorts, anders dan Erdee Media veronderstelt, niet van oordeel dat de naam- en adresgegevens van de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege die Erdee Media heeft verstrekt aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden, - slechts - een indicatie geven dat sprake is van bijzondere gegevens. Zoals hiervoor al is uiteengezet is het CBP van oordeel dat uit de context van de verstrekking van de naam- en adresgegevens de aanwezigheid van een bijzonder kenmerk rechtstreeks kan worden afgeleid.

Het standpunt van het CBP in de onderhavige zaak wijkt niet af van het kader dat wordt geschetst in het rapport 'Herkomst van de klant'. Ook volgens dit rapport is de context namelijk bepalend voor de vraag of een gegeven bijzonder is of niet: *"De context bepaalt of een gegeven bijzonder is of niet"*³⁹.

In het rapport wordt het volgende voorbeeld gegeven: *"De lijst met NAW-gegevens van de leden van een Molukse vereniging bevat op zich geen bijzondere gegevens. Het zijn slechts NAW-gegevens. Echter, aangezien het een lijst is van leden van deze vereniging maakt de context in dit geval dat er sprake is van direct bijzondere gegevens."*⁴⁰

³⁵ Brief van Erdee Media d.d. 3 september 2013, pagina 4

³⁶ Helden, W.J. van, 2000, Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing. Achtergrondstudies en Verkenningen 19, Den Haag, Registratiekamer.

³⁷ Met 'deze regeling' wordt het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp bedoeld

³⁸ Brief van Erdee Media d.d. 3 september 2013, pagina 4

³⁹ Helden, W.J. van, 2000, Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing. Achtergrondstudies en Verkenningen 19, Den Haag, Registratiekamer, p. 19

⁴⁰ Helden, W.J. van, 2000, Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing. Achtergrondstudies en Verkenningen 19, Den Haag, Registratiekamer, p. 20

Dit voorbeeld van de leden van de Molukse vereniging sluit ook aan bij het eerder onder 3.4.1.2 aangehaalde voorbeeld over het label 'van Turkse afkomst' dat aan een bestand werd gehangen waardoor sprake was van bijzondere persoonsgegevens. Voor de naam- en adresgegevens van de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege die door Erdee Media zijn verstrekt aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden geldt hetzelfde. Door het label 'behorend tot de gereformeerde gezindte' moeten de abonneelijsten worden aangemerkt als lijsten met bijzondere persoonsgegevens.

3.4.1.3 Bijzondere persoonsgegevens: conclusie

De abonneebestanden van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege moeten worden aangemerkt als lijsten met bijzondere persoonsgegevens in de zin van artikel 16 Wbp.

3.4.2 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens

3.4.2.1 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens: wettelijk kader

Op de verwerking van bijzondere persoonsgegevens, waaronder gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging, is artikel 16 Wbp van toepassing. De grondgedachte van artikel 16 Wbp is dat verwerking van de in dit artikel opgesomde gevoelige persoonsgegevens, waaronder gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging, verboden is.

Op dit verwerkingsverbod bestaan uitzonderingen. Artikel 17 en 23 Wbp geven uitzonderingen op het algemene verbod op het verwerken van persoonsgegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging van artikel 16 Wbp.

Artikel 17 Wbp geeft in het eerste en tweede lid voor gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging uitzonderingen op het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp voor onder andere kerkgenootschappen. Het derde lid bepaalt echter: *"In de gevallen als bedoeld in het eerste en tweede lid worden geen persoonsgegevens aan derden verstrekt zonder toestemming van betrokkene"*.

Hieruit volgt dat, ook al zou een beroep kunnen worden gedaan op de uitzonderingen op het algemene verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp op grond van de eerste twee leden van artikel 17 Wbp, voor verstrekking van persoonsgegevens aan derden steeds de toestemming van betrokkenen vereist is.

Artikel 23 Wbp geeft uitzonderingen op het algemene verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp. Van dit artikel is in het onderhavige geval alleen relevant de bepaling in het eerste lid, aanhef en onder a:

"1. Onverminderd de artikelen 17 tot en met 22 is het verbod om persoonsgegevens als bedoeld in artikel 16, te verwerken niet van toepassing voor zover:

a. dit geschiedt met uitdrukkelijke toestemming van de betrokkene;"

3.4.2.2 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens: beoordeling

Uit de artikelen 17 en 23 Wbp volgt dat in het onderhavige geval alleen de toestemming van de betrokkenen een ontheffing van het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp zou kunnen opleveren.

Blijkens de reactie op het inlichtingenverzoek vraagt Erdee Media geen toestemming aan de abonnees voor verstrekking van hun naam- en adresgegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden.

Het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp is dan ook onverkort van toepassing op de verstrekking door Erdee Media van de persoonsgegevens van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden. Dit betekent dat de verwerking verboden is. Erdee Media kan derhalve geen beroep doen op één van de verwerkingsgronden genoemd in artikel 8 Wbp, en beschikt derhalve niet over een geldige grondslag voor het verstrekken van persoonsgegevens van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden.

Standpunt Erdee Media over artikel 17 Wbp

Erdee Media schrijft in haar zienswijze op het Rapport voorlopige bevindingen dat artikel 17 Wbp bepaalt wanneer het is toegelaten om bijzondere persoonsgegevens betreffende godsdienst en levensovertuiging te verwerken. Een organisatie als Erdee Media wordt in deze limitatieve lijst niet genoemd en dus kan, volgens de zienswijze van Erdee Media, Erdee Media geen gegevens met betrekking tot godsdienst of levensovertuiging verwerken.

Het CBP overweegt dat artikel 17 Wbp voor onder andere kerkgenootschappen onder voorwaarden een ontheffing biedt van het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp. Dit betekent dat een kerkgenootschap in bepaalde gevallen wel gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging mag verwerken, mits ook is voldaan aan de overige bepalingen van de Wbp.

Het CBP bestrijdt niet dat Erdee Media geen geslaagd beroep kan doen op artikel 17, eerste en tweede lid, Wbp. De stelling van Erdee Media echter, dat, nu artikel 17 Wbp niet van toepassing is op Erdee Media, Erdee Media geen gegevens met betrekking tot godsdienst of levensovertuiging *kan* verwerken, kan geen stand houden. Organisaties die niet worden genoemd in artikel 17 Wbp kunnen wel degelijk persoonsgegevens betreffende godsdienst of levensovertuiging verwerken. Artikel 17 Wbp bepaalt niet welke gegevens als gegevens betreffende iemands godsdienst of levensovertuiging moeten worden aangemerkt, of wanneer sprake is van het verwerken van dit soort gegevens, maar geeft aan bepaalde organisaties onder bepaalde voorwaarden een ontheffing van het algemene verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp.

Standpunt Erdee Media: toestemming is niet de enig mogelijke grondslag

In reactie op de inlichtingenbrief van het CBP schrijft Erdee Media:

“Daarnaast stelt u in uw brief dat voor het verstrekken van persoonsgegevens aan derden voor direct marketing doeleinden de ondubbelzinnige toestemming als grondslag zou dienen.

Wellicht geheel ten overvloede merken wij op dat de ondubbelzinnige toestemming één van de zes gronden is op basis waarvan persoonsgegevens mogen worden verwerkt.

Erdee Media baseert haar gegevensverwerking op basis van artikel 8f Wet bescherming persoonsgegevens. Zij voldoet hierbij aan de elementen die gelden bij het vaststellen of deze verwerkingsgrond van toepassing is. De gegevensverwerking is proportioneel, subsidiair, de

betrokkenen worden geïnformeerd, er is sprake van verenigbaar gebruik en de verwerking is behoorlijk en zorgvuldig. (...) U kunt als College dan ook niet uitsluitend toetsen aan de grondslag ondubbelzinnige toestemming indien de Wet bescherming persoonsgegevens ook nog in andere grondslagen voorziet. Tot slot wordt opgemerkt dat uw mogelijke veronderstelling dat het verwerken van persoonsgegevens voor direct marketing doeleinden alleen mogelijk is op basis van ondubbelzinnige toestemming, dan op gespannen voet staat met artikel 41 Wet bescherming persoonsgegevens, het absolute recht van verzet. Immers als ondubbelzinnige toestemming de enige grondslag zou zijn om persoonsgegevens te verwerken voor direct marketing doeleinden, dan was artikel 41 Wet bescherming persoonsgegevens niet noodzakelijk geweest, want dan kan de betrokkene eenvoudigweg door het intrekken van de ondubbelzinnige toestemming de verdere gegevensverwerking blokkeren. Maar omdat de gegevensverwerking door direct marketing doeleinden juist vaak geschiedt op basis van artikel 8f, heeft de wetgever zowel in de Europese richtlijn als in de Wet bescherming persoonsgegevens een apart recht van absoluut bezwaar opgenomen.”⁴¹

Zoals hiervoor is uiteengezet moeten de naam- en adresgegevens van abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege worden aangemerkt als bijzondere persoonsgegevens. Voor deze gegevens geldt een algemeen verwerkingsverbod op grond van artikel 16 Wbp. Zoals reeds is uiteengezet, kan Erdee Media geen geslaagd beroep doen op de uitzonderingsgronden op dit verwerkingsverbod genoemd in artikel 17 en 23 Wbp. De verstrekking van de namen en adressen van abonnees aan derde partijen is derhalve verboden op grond van artikel 16 Wbp.

Alleen als het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp wél zou worden doorbroken door een van de bepalingen in artikel 17 of 23 Wbp, zou de rechtmatigheid van de gegevensverwerking vervolgens beoordeeld moeten worden aan de hand van de algemene beginselen van gegevensverwerking, waaronder de verwerkingsgrondslagen van artikel 8 Wbp. Nu in het onderhavige geval geen sprake is van een uitzondering op het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp, geldt het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp en kan Erdee Media voor de verstrekking van de abonneegegevens voor direct-marketingdoeleinden geen geslaagd beroep doen op artikel 8, aanhef en onder f, Wbp.

In het hierboven aangehaalde rapport van de Registratiekamer ‘Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing.’ is het voorbeeld opgenomen van een verzekeraar die de NAW- gegevens van lezers van een Turkse krant opnam in een apart bestand. De verzekeraar ging er hierbij van uit dat de betrokkenen van Turkse afkomst waren en wilde hen daarom in de toekomst benaderen met specifiek op deze doelgroep gerichte reclame.

De Registratiekamer constateerde bij dit voorbeeld het volgende:

‘Omdat het in dit voorbeeld gaat om bijzondere gegevens volgens de WBP, mag de verzekeringsmaatschappij deze persoonsgegevens alleen verwerken en de betrokkenen benaderen met informatie over andere producten als deze hiervoor uitdrukkelijke toestemming hebben gegeven. Deze toestemming kan verkregen worden door op de antwoordcoupon aan te geven wat het doel van de gegevensverzameling is en mensen toestemming voor het verder gebruik van de gegevens te laten geven. Op deze coupon moet zijn aangegeven dat mensen

⁴¹ brief van Erdee Media d.d. 19 juni 2013, pagina 1, onder ‘Algemeen’

*benaderd zullen worden met producten waarvoor zij op grond van hun Turkse afkomst naar verwachting belangstelling hebben.*⁴²

Ook in dit voorbeeld is toestemming de enige grondslag voor het verstrekken van de abonneebestanden aan derden.

Ten aanzien van de stellingen van Erdee Media over het absolute recht van verzet overweegt het CBP het volgende. Onder voorwaarden kunnen organisaties voor het gebruik van persoonsgegevens voor direct-marketingactiviteiten een gerechtvaardigd belang hebben in de zin van artikel 8, aanhef en onder f, Wbp. Betrokkenen kunnen zich in die situatie ingevolge artikel 41 Wbp verzetten tegen deze verwerking. Artikel 41 Wbp omvat een absoluut recht van verzet voor betrokkenen in geval van direct-marketing, hetgeen betekent dat het verzet van betrokkenen in alle gevallen dient te worden gehonoreerd.

Artikel 41 Wbp is bedoeld voor die gevallen van direct-marketing waarin sprake is van een gerechtvaardigd belang van de verantwoordelijke voor het verwerken van persoonsgegevens voor direct-marketingdoeleinden. Zoals hierboven is uiteengezet, kan Erdee Media zich niet beroepen op een gerechtvaardigd belang voor het verstrekken van de abonneegegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden, nu Erdee Media hierbij bijzondere persoonsgegevens verwerkt en op deze verwerking het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp van toepassing is. Het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp maakt dat Erdee Media geen beroep kan doen op artikel 8, aanhef en onder f, Wbp.

Erdee Media dient de uitdrukkelijke toestemming te hebben van de abonnees voordat tot verstrekking van de abonneegegevens mag worden overgegaan. Indien betrokkenen deze toestemming in een eerder stadium hebben gegeven, maar later toch niet willen dat hun persoonsgegevens voor direct-marketingdoeleinden worden verstrekt, kunnen zij hun eerder gegeven toestemming intrekken om op die manier volgende verwerkingen te voorkomen. Zij hoeven zich daarvoor niet te beroepen op artikel 41 Wbp.

Standpunt Erdee Media over artikel 24 Wbp

Erdee Media stelt in de zienswijze op het Rapport voorlopige bevindingen dat het standpunt van het CBP dat Erdee Media op grond van artikel 24 Wbp uitdrukkelijk toestemming zou moeten vragen om gegevens te verstrekken opmerkelijk is. Erdee Media stelt dat dit standpunt inhoudt dat zij al haar abonnees moet vragen of zij uitdrukkelijk toestemming geven dat Erdee Media de persoonsgegevens verwerkt voor het uitvoeren van de abonneeovereenkomst, omdat sprake zou zijn van het vastleggen van gegevens betreffende godsdienst of levensovertuiging. Erdee Media wijst erop dat zij helemaal niet vraagt naar godsdienst of levensovertuiging omdat dat niet noodzakelijk is voor de dienstverlening door Erdee Media: “ (...) *het is voor Erdee Media BV helemaal niet relevant voor de verkoop van haar producten of diensten of de persoon een specifieke godsdienst of levensovertuiging heeft*”.

Het CBP merkt op dat Erdee Media verwijst naar artikel 24 Wbp waarbij zij ingaat op toestemming van de betrokkene voor het verwerken van bijzondere

⁴² Helden, W.J. van, 2000, *Herkomst van de klant. Privacyregels voor etnomarketing. Achtergrondstudies en Verkenningen 19*, Den Haag, Registratiekamer, p. 36

persoonsgegevens. Artikel 24 Wbp geeft, kort gezegd, regels voor een nummer dat ter identificatie van een persoon bij wet is voorgeschreven. Het gebruik van dergelijke nummers is echter in de onderhavige zaak geen voorwerp van onderzoek. Het CBP gaat er van uit dat Erdee Media bedoelt te verwijzen naar artikel 23 van de Wbp. Artikel 23 lid 1 onder a bepaalt namelijk dat het verbod om bijzondere persoonsgegevens te verwerken niet van toepassing is voor zover dit geschiedt met uitdrukkelijke toestemming van de betrokkene.

Zoals hierboven aangegeven betoogt Erdee Media dat als sprake is van verwerking van gegevens betreffende godsdienst of levensovertuiging, de wet dan ook zou verlangen dat Erdee Media toestemming zou vragen aan haar abonnees voor het uitvoeren van de abonneeovereenkomst. Het onderzoek van het CBP richt zich echter niet op de uitvoering van de abonneeoverkomsten of de verkoop van de eigen producten en diensten van Erdee Media, maar op de verstrekking door Erdee Media van namen en adressen van de abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden.

Standpunt Erdee Media over informatie aan abonnees

Erdee Media stelt in haar zienswijze op het Rapport voorlopige bevindingen niet onduidelijk te zijn over het verhuren van adresgegevens. Zowel in het privacystatement, op de websites als in het colofon in de krant en tijdschrift wordt vermeld dat Erdee Media de adresgegevens aan derden verhuurt en dat men daar bezwaar tegen kan aantekenen. Erdee Media stelt dat zij zelfs op wervingsflyers een verwijzing opneemt naar het privacystatement, en dat ook uit het bij het CBP afgegeven signaal blijkt dat deze persoon in de colofon heeft gelezen dat de adressen door Erdee Media worden verhuurd.

Het CBP overweegt meer in het algemeen dat het geven van voldoende informatie noodzakelijk is voor de rechtmatigheid van een gegevensverwerking. Het geven van informatie aan betrokkenen kan echter niet een verwerkingsverbod opheffen en het ontbreken van een geldige grondslag voor de verwerking repareren.

3.4.2.3 Grondslag voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens: conclusie

De verstrekking van de namen en adressen van abonnees van het Reformatorisch Dagblad en Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden, zonder hiervoor toestemming te vragen aan de betrokkenen, is verboden op grond van artikel 16 Wbp. De verwerking valt niet onder de uitzonderingen op het verwerkingsverbod zoals deze zijn bepaald in de artikelen 17 en 23 Wbp. Erdee Media heeft geen geldige grondslag voor deze verwerking.

3.4.3 Conclusie onderzoeksvraag 2

In de voorafgaande paragrafen is de vraag beantwoord of Erdee Media een geldige grondslag heeft voor het verstrekken van persoonsgegevens van abonnees van het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden. Uiteengezet is dat het verstrekken van de abonneegegegevens door Erdee Media aan andere organisaties, een verwerking van bijzondere persoonsgegevens betreft. Voor bijzondere persoonsgegevens geldt ingevolge artikel 16 Wbp een algemeen verwerkingsverbod. Voor Erdee Media betekent dit dat verstrekking van de abonneegegegevens aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden slechts rechtmatig kan zijn als de abonnees voor deze

verstrekking hun uitdrukkelijke toestemming hebben gegeven. Erdee Media vraagt geen toestemming aan de abonnees voor de verstrekking van hun gegevens. Nu Erdee Media geen toestemming heeft van de abonnees, is het verwerkingsverbod van artikel 16 Wbp van toepassing en heeft Erdee Media geen geldige grondslag voor het verstrekken van persoonsgegevens van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege aan derde partijen voor direct-marketingdoeleinden.

4 Conclusie

De naam- en adresgegevens van abonnees op het Reformatorisch Dagblad en het tijdschrift Terdege zijn bijzondere persoonsgegevens in de zin van artikel 16 Wbp. Erdee Media verstrekt deze gegevens aan andere partijen voor direct-marketingdoeleinden. Erdee Media heeft geen geldige grondslag voor deze verstrekking. De verstrekking van deze gegevens door Erdee Media aan [VERTROUWELIJK], [VERTROUWELIJK], [VERTROUWELIJK], [VERTROUWELIJK], [VERTROUWELIJK], [VERTROUWELIJK], [VERTROUWELIJK], [VERTROUWELIJK], en [VERTROUWELIJK], voor direct-marketingdoeleinden in de periode van 1 januari 2012 tot 19 juni 2013, zonder hiervoor toestemming te vragen aan de betrokkenen, is in strijd met artikel 16 Wbp en derhalve onrechtmatig.