

# Het juridische verschil tussen onderzoek/statistiek en marketing

## Inleiding

Bij het verwerken van persoonsgegevens wordt een groot verschil gemaakt tussen het verwerken van persoonsgegevens voor onderzoek en/of statistiek en voor marketingdoeleinden. Wanneer persoonsgegevens worden verwerkt voor onderzoek en/of statistiek doeleinden zijn er minder wettelijke beperkingen dan wanneer het gaat om het verwerken van persoonsgegevens voor marketingdoeleinden. Het is daarom van het grootste belang om deze scheiding goed voor ogen te houden en, hoe aantrekkelijk soms ook, de wet- en regelgeving op het gebied van de verwerking voor onderzoek en/of statistiek niet te gebruiken om alsnog marketingdoeleinden na te streven. Ook hier geldt dat de wal het schip zal keren en commerciële benadering onder het mom van onderzoek is verboden in artikel 7 lid 2 Code Telemarketing.<sup>1</sup>

## Wet- en regelgeving

Het gebruik van de 'ruimere' bepalingen voor onderzoek en/of statistiek moet beperkt blijven tot zuiver onderzoek en/of statistiek. Het doorgeven aan opdrachtgevers van identificeerbare gegevens van individuele respondenten is slechts toegestaan indien er ondubbelzinnige toestemming is verkregen van de respondent. Is een onderzoek er op gericht om databases van klanten te verrijken met individueel identificeerbare gegevens dan is dit geen onderzoek en/of statistiek in die zin van het woord, omdat het oogmerk van de analyses bestaat uit het selecteren/doorgeven van individueel identificeerbare gegevens, zoals NAW-gegevens.

## Hoofregel onderzoek en/of statistiek

De hoofregel voor onderzoek en/of statistiek is dat het uitvoeringsproces een niet-identificerend statistisch resultaat als oogmerk dient te hebben. Wanneer het resultaat van onderzoek/statistiek niet identificeerbaar is naar individuele respondenten, kunnen de 'normale' regels uit de Wet bescherming persoonsgegevens buiten toepassing blijven. Een voorbeeld hiervan is artikel 9 lid 3 Wbp:

'Verdere verwerking van de gegevens voor historische, statistische of wetenschappelijke doeleinden, wordt niet als onverenigbaar beschouwd, indien de Verantwoordelijke de nodige voorzieningen heeft getroffen ten einde te verzekeren dat de verdere verwerking uitsluitend geschiedt ten behoeve van deze specifieke doeleinden'.

Een voorbeeld van zo'n 'verdere verwerking' voor onderzoek en/of statistiek is nader uitgewerkt in deze Gedragscode voor Onderzoek en Statistiek.

---

<sup>1</sup> Download via: [www.reclamecode.nl](http://www.reclamecode.nl)

### **Recht van verzet bij marketing**

Indien het oogmerk van de analyses bestaat uit het selecteren/doorgeven van de individueel identificeerbare gegevens dienen de 'normale' regels voor marketing uit de Wbp te worden toegepast. De meest strikte regel voor marketing is het recht van verzet uit artikel 41 Wbp. Het recht van verzet blokkeert het gebruik van alle gegevens voor commerciële doeleinden, individuele analyse, segmentatie en profielonderzoek. Gegevens, die een respondent heeft laten blokkeren, dienen als geblokkeerd te worden vastgelegd en kunnen als gevolg daarvan verder niet worden verwerkt voor marketingdoeleinden of voor deze doeleinden doorgegeven worden aan een opdrachtgever. Er is hier geen sprake van onderzoek en/of statistiek, maar van een gegevensverwerking voor marketing.

### **Verenigbaar gebruik bij marketing**

Naast het recht van verzet, dient een gegevensverwerking voor marketing te worden getoetst aan het verenigbaar gebruik van gegevens uit artikel 9 Wbp. De vuistregel voor verenigbaar gebruik is dat persoonsgegevens niet verder worden verwerkt op een wijze die onverenigbaar is met de doeleinden waarvoor ze zijn verkregen. Of sprake is van (on)verenigbaar gebruik, dient rekening te worden gehouden met factoren, zoals:

- de verwantschap tussen het doel van de beoogde gegevensverwerking en het doel waarvoor de gegevens zijn verkregen;
- de aard van de betreffende gegevens;
- de gevolgen van de beoogde verwerking voor de respondent;
- de wijze waarop de gegevens zijn verkregen;
- de mate waarin jegens de Betrokkene wordt voorzien in passende waarborgen.

Het toetsen aan verenigbaar gebruik van persoonsgegevens heeft, zoals boven is aangegeven, geen betrekking op het gebruik van persoonsgegevens voor onderzoek en/of statistiek.

### **Informatieplicht onderzoek en/of statistiek**

Een verplichting voor een onderzoeksorganisatie om er voor te zorgen dat het verwerken van persoonsgegevens en het verdere gebruik van de gegevens uitsluitend plaatsvindt voor onderzoek en/of statistiek is de informatieplicht jegens de respondent. Wanneer er gegevens voor onderzoek en/of statistiek worden verzameld, dient de respondent, op het moment van verzamelen van gegevens bij die respondent, te worden geïnformeerd over (a) het doel van onderzoek en/of statistiek, (b) wie de onderzoeksorganisatie is en (c) als de onderzoeksorganisatie een ander is dan de opdrachtgever, op verzoek, de naam van de opdrachtgever. Op verzoek van de respondent dient voorts te worden meegedeeld waar nadere informatie kan worden verkregen (artikel 5 lid 5 Gedragscode voor Onderzoek en Statistiek).

## Toch identificeerbare gegevens in rapportage?

Artikel 5 lid 4 Gedragscode voor Onderzoek en Statistiek luidt:

'De rapportage van Onderzoek zal nimmer gegevens bevatten die een individuele natuurlijke persoon kunnen identificeren, tenzij de **ondubbelzinnige toestemming van de respondent** hiervoor is verkregen. De respondent dient hierbij te worden geïnformeerd voor welke doelen, welke categorieën van persoonsgegevens op identificerend niveau in de rapportage zullen worden opgenomen.'

Hoe kan ondubbelzinnige toestemming worden verkregen? De toestemming hoeft niet schriftelijk te worden gegeven. Ook een handeling van de respondent kan gericht zijn op het geven van toestemming. Er mag echter geen twijfel bestaan over de reikwijdte van de toestemming van de respondent. Bij twijfel moet de Verantwoordelijke nagaan of er terecht van uit mag worden gegaan dat de respondent zijn/haar toestemming heeft verleend. Hiervoor is het van belang om te weten waarvoor, voor welk doel van onderzoek en/of statistiek, de opdrachtgever de persoonsgegevens wil verwerken. Wanneer het gaat om de eigen dienstverlening te kunnen evalueren, bijvoorbeeld naar aanleiding van verbetering of oplossen van een klacht over de opdrachtgever, kan naar de toestemming van de respondent worden gevraagd. Voor meer tekst en uitleg zie bijlage ondubbelzinnige toestemming.

## Verschillen tussen onderzoek/statistiek en marketing op een rijtje

Wat zijn nu de verschillen –op hoofdlijnen- tussen enerzijds onderzoek en/of statistiek en anderzijds marketing.

Onderzoek en/of statistiek	Marketing
<p><b>Wet bescherming persoonsgegevens</b> is van toepassing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderzoek en/of statistiek zijn altijd toegestaan, geen toetsing aan verenigbaar gebruik, wel aanvullende maatregelen om gebruik voor andere doeleinden te voorkomen (artikel 9 lid 3 Wbp).</li> <li>• Recht van verzet (blokkering, artikel 41 Wbp) speelt geen rol bij onderzoek en/of statistiek.</li> </ul>	<p><b>Wet bescherming persoonsgegevens</b> is van toepassing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toetsen aan verenigbaar gebruik (artikel 9 Wbp) zoals verwantschap doelen, aard van de gegevens, gevolgen van de voorgenomen verwerking, wijze van verzamelen en andere passende waarborgen, waaronder:</li> <li>• Recht van verzet (blokkering): persoonsgegevens die geblokkeerd zijn mogen niet</li> </ul>

Onderzoek en/of statistiek	Marketing
	worden verwerkt voor marketing doeleinden, ook niet voor analyse, segmentatie en/of profiel onderzoek (artikel 41 (Wbp).
<p><b>Telecommunicatiewet</b> is niet van toepassing op zuiver onderzoek en/of statistiek,<sup>2</sup> zie wel Gedragscode Onderzoek en Statistiek.</p>	<p><b>Telecommunicatiewet</b> is van toepassing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wijzen op het recht van verzet in ieder telefoongesprek, hoofdregel voorafgaande toestemming voor het gebruik van het e-mailadres van een abonnee voor commerciële, charitatieve of ideële doeleinden.</li> </ul>
<p><b>Gedragscode voor Onderzoek en Statistiek</b><sup>3</sup></p> <p>Enkele hoofdbepalingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niet rapporteren op individueel niveau, indien identificeerbare persoonsgegevens worden opgenomen in de rapportage of gegevens uit het onderzoek en/of statistiek identificeerbaar worden overgedragen aan de opdrachtgever dan is hiervoor ondubbelzinnige toestemming van de respondent noodzakelijk en is geïnformeerd voor welke doeleinden de identificerende gegevens zullen worden opgenomen; <u>Let op deze speciale bepaling voor onderzoek/statistiek is een uitzondering op de regel om geen identificeerbare gegevens op te nemen in rapportages en geldt voor incidentele ter beschikking stellen van identificeerbare gegevens aan</u></li> </ul>	<p><b>DM Privacy gedragscode</b><sup>5</sup></p> <p>Enkele hoofdbepalingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De wettelijke blokkeringen (recht van verzet) op basis van artikel 41 Wbp respecteren.</li> <li>• Prospect bestanden ontdebelen met het Bel-me-niet register en het van toepassing zijnde Postfilter<sup>6</sup>.</li> </ul>

<sup>2</sup> Nadere memorie van antwoord, Kamerstukken I 1997-1998, nr. 309d, p. 6.

<sup>3</sup> Download via: [www.moaweb.nl](http://www.moaweb.nl)

<sup>4</sup> Zie: [www.onderzoekfilter.nl](http://www.onderzoekfilter.nl)

<sup>5</sup> Download via: [www.ddma.nl](http://www.ddma.nl)

<sup>6</sup> Zie: [www.postfilter.nl](http://www.postfilter.nl)

Onderzoek en/of statistiek	Marketing
<p><u>opdrachtgever.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indien telefonisch onderzoek en/of statistiek niet van tevoren wordt aangekondigd dan is er een verplichting om te ontdubbelen met het onderzoekfilter.<sup>4</sup></li> <li>• Indien de respondent aangeeft in het geheel niet langer te willen worden benaderd voor iedere vorm van vooraf onaangekondigd Onderzoek per telefoon, wordt door de Onderzoeksorganisatie gewezen op <a href="http://www.onderzoekfilter.nl">www.onderzoekfilter.nl</a>.</li> </ul>	
<p>Geen specifieke bepalingen in andere Gedragscodes voor Onderzoek en Statistiek.</p>	<p><b>Specifieke gedragscodes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor specifieke sectoren zoals financiële instellingen gelden nog specifieke gedragscodes die regels stellen aan het verwerken van persoonsgegevens voor marketingdoeleinden.</li> </ul>

Voor marketing geldt:

- Wet bescherming persoonsgegevens
- Telecommunicatiewet
- DM Privacy Gedragscode
- Code Telemarketing
- Code verspreiding reclame via e-mail
- Code e-mail zakelijke ontvangers
- Bel-me-niet register gebruik
- Specifieke bepalingen uit andere Gedragscode (Financiële instellingen)

Voor Onderzoek en Statistiek geldt:

- Wet bescherming persoonsgegevens
- Gedragscode voor Onderzoek en Statistiek
- Onderzoekfilter gebruik voor onaangekondigd onderzoek per spraak telefoon
- Resultaten altijd in percentages, zodat de resultaten niet identificeerbaar zijn voor een individuele natuurlijke persoon.