

Bijlagen

Student: Kristina Samardzic
Studentnummer: 2081413
Onderwijsinstelling: Juridische Hogeschool Avans-Fontys
Locatie: Tilburg
Periode E3-E4 2016/2017

Afstudeerorganisatie: FYN Software
Afstudeermentor: dhr. E. Sanderse

Eerste afstudeerdocent: mw. C. van der Voort
Tweede afstudeerdocent: dhr. M. Kooij

Inhoudsopgave

Bijlage I Interview Michiel Hazelhof

Bijlage II Interview Edwin Sanderse

Bijlage I Interview Michiel Hazelhof

1. Welke diensten biedt FYN Software aan?

Wij verlenen IT-diensten aan retailers. Deze dienstverlening bestaat onder andere uit het verkopen van het Point of Sale (POS)-softwaresysteem. Ook zorgt FYN naderhand voor het installatieonderhoud en het netwerkbeheer van het POS-softwarestelsel. De corebusiness van FYN is het ontwikkelen van kassasoftware (POS-software). Het POS-softwarepakket bestaat uit een tablet, kiosk en narrowcasting. Narrowcasting is een manier om klanten te prikkelen meer goederen aan te schaffen. Deze wijze van marketing kenmerkt zich door het feit dat er schermen bij een kassa geplaatst worden. Op deze schermen worden vervolgens aanbiedingen weergegeven. De bedoeling ervan is om de klanten, alvorens zij afrekenen, te verleiden om tot nog meer aankopen over te gaan. De kiosk is een zuil in de winkel, waar de klant onbemand zijn bestellingen zelf kan plaatsen. Denk aan de McDonalds. De McDonalds heeft ook een soort computerscherm waar klanten een bestelling plaatsen en deze vervolgens ophalen bij de kassa. Het verschil is echter dat de klant bij de McDonalds meteen zijn bestelling krijgt. Dit in tegenstelling tot een winkel. Daar kan de bestelling na enkele dagen worden opgehaald. Een normaal kassasysteem zit vast aan de kassabalie. Een tablet daarentegen is een mobiel kassasysteem. De tablet stelt de retailer in staat om met de klant de winkel door te lopen en de producten ter plekke te scannen. Daarnaast ontwikkelen we hardware: handscanners en printers. Ook sturen wij direct mailings namens onze klanten. Tevens onderhouden wij de websites van de retailers. Het komt erop neer dat FYN alles levert wat een retailer nodig heeft om de winkel draaiende te houden.

2. Hoe zorgt FYN ervoor dat de net genoemde diensten op elkaar aansluiten?

Wij werken met het unieke omnichannelsysteem. Dit is een overkoepelend systeem voor alle geleverde diensten (tablets, kiosken, websites, social media, narrowcasting). Bij dit systeem komen data – uit verschillende kanalen, zoals websites, tablets, et cetera – in één en dezelfde database binnen en worden ze opgeslagen. Dit maakt de werkwijze van FYN uniek. De concurrenten werken met een systeem dat vergelijkbaar is met de voorganger van het omnichannelsysteem, namelijk het crosschannelsysteem. Bij het crosschannelsysteem is voor elk kanaal een eigen database ontworpen. Data die zijn geregistreerd op social media komen in database één, data die zijn geregistreerd bij verkoop worden opgeslagen in database twee, enzovoort. De databases zijn niet op elkaar afgestemd, opereren op verschillende systemen en zijn onafhankelijk van elkaar. Dit zorgt ervoor dat de retailer de verzamelde data niet op elkaar kan afstemmen. Wij gebruiken daarentegen één database. Deze database is één systeem. Dit brengt met zich mee dat alle verschillende onderdelen hetzelfde doen en de retailer gebruikmaakt van dezelfde data.

3. U geeft aan dat FYN werkt met het unieke omnichannelsysteem. Wat is precies het unieke aan dit systeem?

Er zijn twee zaken uniek aan het omnichannelsysteem dat door FYN wordt gebruikt. Ten eerste komen data binnen in één en dezelfde database en worden daar ook opgeslagen. Ten tweede werkt FYN online.

Bij velen heerst het misverstand dat het omnichannelsysteem een standaarddienst is die door meerdere ICT-bedrijven wordt aangeboden. De concurrenten werken echter met de zogenoemde 'eilanden'. Met dit 'eilandensysteem' worden data in verschillende databases opgeslagen en vervolgens aan elkaar gekoppeld. Daardoor wordt de schijn gewekt dat alles in één en dezelfde database terechtkomt. Deze werkwijze kan vergeleken worden met het crosschannelsysteem. Bij dit systeem komen data uit verschillende kanalen binnen in verschillende databases. De concurrenten doen een stapje verder door de data te koppelen. Door deze koppelingen achteraf te maken, lijkt het alsof alles in één en dezelfde database is opgeslagen. Met het systeem van FYN daarentegen wordt wel alles in één en dezelfde

database opgeslagen en zijn er achteraf geen handelingen nodig om de data alsnog te koppelen.

Het voordeel van het bieden van online service is dat de klanten minder risico lopen dat de verzamelde data verloren gaan. Het merendeel van de concurrenten draait lokale service. Het probleem en het risico hiervan is onder andere dat de concurrenten de data tussen verschillende vestigingen heen en weer dienen te transporteren bij het plegen van onderhoud. FYN kan zichzelf achter de schermen toegang verschaffen tot de database van de retailer om het technische probleem op te lossen. Dit bespaart tijd en is efficiënt.

4. U gaf aan dat de werkwijze van uw concurrenten risicovol is, in tegenstelling tot de werkwijze van FYN. Waarin zit het risico precies?

Er is één databaseserver. Deze databaseserver bestaat uit kleine databases. Aan elke retailer behoort een kleine database toe. De hoofdserver zorgt ervoor dat alles uit de databaseserver online wordt opgeslagen. Daarnaast hebben wij een replicatie. De replicatie maakt een kopie van hetgeen de hoofdserver heeft opgeslagen. Als de hoofdserver om wat voor reden dan ook niet functioneert, dan kunnen we terugvallen op de replicatie. Daarnaast maken wij back-ups. Echter, de back-up slaat data om de zoveel tijd op, nadat wij hiertoe de opdracht geven. Bij een back-up gaan er dus enige data verloren en daardoor vallen wij alleen in uitzonderlijke situaties terug op een back-up. De hoofdserver, replicatie en back-up bevinden zich niet bij de retailers op locatie. De concurrenten laten hun klant een hoofdserver aanschaffen. Deze wordt in het pand van de winkeliers geplaatst. Als dit pand bijvoorbeeld wordt overvallen en de hoofdserver wordt ontvreemd, zijn alle data verloren. Dit is dus het risico dat ontstaat door de werkwijze van onze concurrenten.

5. Welke persoonsgegevens verzamelen de retailers?

De retailers verzamelen de noodzakelijke klantgegevens ten behoeve van een transactie. Bij een transactie worden de volgende gegevens geregistreerd:

- a. de naam;
- b. het adres;
- c. de woonplaats;
- d. het telefoonnummer;
- e. het e-mailadres.

6. Welke personen hebben inzage in de verzamelde gegevens?

Uiteraard hebben de retailers zelf toegang tot de database. Naast de retailers hebben vier personen bij FYN toegang tot de database. Ikzelf (de heer M. Hazelhof), de heer W. Jansen, de heer M. Vos en de heer C. Kruining hebben toegang tot de database. Ik en de heer Jansen zijn softwaredevelopers. De taak van een softwaredeveloper is het ontwikkelen en het programmeren van software. Ik heb het POS-softwarestelsel ontwikkeld. De heer Vos en de heer Kruining zijn full-stack-developers. Een full-stack-developer is een expert in alle lagen van de 'stack'. Dit betekent dat hij in staat moet zijn om een applicatie van begin tot eind te ontwikkelen: het inrichten van de database, de back-end programmeren en de front-end maken. Het komt er dus op neer dat de personen met kennis van ICT toegang hebben tot de database. Dit is ook logisch gezien het feit dat wij online en achter de schermen ondersteuning aan de retailer moeten bieden in geval van bijvoorbeeld een technisch probleem.

7. In hoeverre heeft FYN inzage in de persoonsgegevens die de retailers verzamelen door middel van het omnichannelsysteem?

In principe bezitten wij bij FYN de nodige kennis om onszelf toegang te kunnen verschaffen tot de hele database. Wij verkopen de retailers immers het POS-softwarestelsel. Naderhand zorgen wij ook voor het beheer en het onderhoud van het stelsel. Hierdoor kunnen wij alle data inzien, zowel data ingevoerd door de winkelier als door de consument zelf. Wij maken van deze kennis echter geen misbruik.

8. U gaf net aan dat u de gegevens die door de winkelier ingevoerd zijn, kunt inzien. Dit is logisch aangezien FYN zorgt voor het onderhoud en het beheer van de database. Maar hoe kunt u inzien wat de klanten van de retailers hebben achtergelaten aan persoonsgegevens?

Klopt, wij kunnen inzien wat de retailer en de consument aan persoonsgegevens hebben achtergelaten. De klant van de retailer kan zijn persoonsgegevens achterlaten door gebruik te maken van het klantenportaal. Het ontwikkelen van websites voor de retailers behoort tot onze dienstverlening. Het klantenportaal is een onderdeel van de website. Echter, om gebruik te kunnen maken van de diensten van het klantenportaal, dient de klant zichzelf te registreren. Ten behoeve van deze registratie is het noodzakelijk om bepaalde persoonsgegevens in te vullen. Aangezien het omnichannelsysteem ervoor zorgt dat alles op elkaar is afgestemd en alles in één en dezelfde database wordt opgeslagen, kunnen wij ook deze gegevens inzien. De website is immers een onderdeel van de database. Als de klant inlogt op de website, logt hij in feite in op de database. De data die op de webshop geregistreerd worden, worden ook in de database opgeslagen. Aangezien het dezelfde database is, maakt het niet uit of de gegevens via de winkelier of via de klant online geregistreerd worden.

9. Hoelang bewaren jullie de persoonsgegevens in de database?

De verzamelde gegevens worden oneindig in het systeem opgeslagen en kunnen alleen door de retailer worden verwijderd. Ik denk echter dat een retailer niet zijn data zal verwijderen. Hij kan immers op basis van de data inspelen op de behoeften van de consument. Vanuit de Belastingdienst is het ook verplicht om alles rondom betalingen zeven jaar te bewaren.

10. Maar na verloop van deze zeven jaar blijven de gegevens nog steeds raadpleegbaar?

Alles rondom betalingen ben je verplicht om zeven jaar te bewaren. Maar naast betalingsgegevens worden ook persoonsgegevens opgeslagen (zie antwoord vraag 5). Na verloop van zeven jaar blijven alle data in het systeem raadpleegbaar. Wij kunnen de data niet verwijderen. FYN heeft namelijk nog geen programma ontwikkeld dat in staat is om de database mettertijd op te schonen.

11. Wat doet de retailer zelf met de gegevens?

Over het algemeen doen de retailers op dit moment niets met de verzamelde data. De retailer gebruikt de gegevens voornamelijk om de verkoopshistorie van een bepaalde klant in te zien en om af en toe een mailing te sturen naar zijn klanten. Daarnaast zijn de gegevens voor de retailer interessant voor zijn eigen overzicht en boekhouding.

12. U gaf aan dat de retailers mailings versturen aan hun klanten. FYN wil dit gaan doen voor de leveranciers van de retailers. Maar is FYN betrokken bij de mailings die de retailer stuurt?

De retailers benaderen hun klanten langs elektronische weg met gerichte aanbiedingen. Achter de schermen wordt deze direct marketing door ons geregeld. De retailers bepalen de inhoud van de mailing en deze wordt ook onder hun naam en vanuit hun mailserver verstuurd.

Door het POS-softwarestelsel zijn wij in staat om toegang te krijgen tot de database van de retailer. De retailer geeft ons vervolgens de opdracht om een mailing te sturen aan bijvoorbeeld alle klanten die het afgelopen halfjaar een horloge van het merk Michael Kors hebben gekocht. De gestelde criteria worden in het systeem ingevoerd en er wordt een mailing overeenkomstig de gestelde eisen van de retailer opgesteld. Wij kunnen de persoonsgegevens (e-mailadres, naam) van de klanten aan wie de mailings worden gestuurd inzien. De klanten die niet benaderd willen worden met aanbiedingen staan in het

systeem geregistreerd. Zodra er een mailing naar de consumenten uitgaat, worden de consumenten die hiertegen bezwaar hebben er door Connect (het programma dat gebruikt wordt om direct mailings te sturen) automatisch uitgefilterd.

13. Welke programma's gebruikt FYN voor de verwerking van persoonsgegevens?

Wij gebruiken voor de verwerking van persoonsgegevens de volgende programma's: Connect, Toolkit, PhPMYAdmin, Notepad++ en het POS-softwareprogramma. Connect, Toolkit en het POS-softwareprogramma zijn door FYN ontwikkeld.

Connect wordt gebruikt voor het sturen van mailings ten behoeve van de retailers. Het programma maakt contact met de database van de retailer. Vervolgens stelt het programma vast dat de retailer een opdracht heeft uitgezet om een mailing te versturen. Connect stelt vervolgens een mailing op conform de eisen en stuurt deze op.

Als wij een nieuwe klant hebben, moet voor hem een database worden aangemaakt. Dit wordt gedaan met het Toolkit-programma. Daarnaast wordt Toolkit gebruikt om op verzoek van de retailer wijzigingen aan te brengen in de klantgegevens. De retailers geven vaak de opdracht om fouten in de klantgegevens te herstellen. Dit wordt gedaan met het Toolkit-programma. Wij voeren in wat er gewijzigd moet worden en het programma geeft na afloop aan hoeveel wijzigingen er hebben plaatsgevonden.

Ook maken wij gebruik van PhPMYAdmin. Met dit programma is het mogelijk de databasestructuur in te zien. Om onderhoud te plegen en de technische problemen op te lossen, moeten we een overzicht hebben van de database en dat is mogelijk met dit programma.

Notepad++ is vergelijkbaar met het gewone kladblok. Notepad++ wordt echter alleen gebruikt door ICT'ers. Met dit programma worden er in beginsel geen gegevens verwerkt. Het kan voorkomen dat er een kleine hoeveelheid data uit PhPMYAdmin geconverteerd moet worden. In dat geval wordt Notepad++ gebruikt. Verder wordt dit programma niet gebruikt.

Tot slot het POS-softwareprogramma. Dit is de kassasoftware die wij hebben ontwikkeld. De POS-software is de voorkant van de database. Deze software kan bonnen printen, verkoopacties registreren, persoonsgegevens registreren, et cetera. Dus alles wat de retailer aan data opslaat, gebeurt door middel van dit programma.

14. Hoe ziet de huidige gegevensverwerking er stapsgewijs uit?

1. De persoonsgegevens worden in de database opgeslagen.
2. De retailer geeft toestemming aan FYN om bepaalde handelingen met betrekking tot de persoonsgegevens te verrichten.
3. FYN verricht de handelingen waartoe de retailer opdracht heeft gegeven.
4. Als FYN de opgedragen handeling heeft verricht, slaat FYN in de database van de retailer op dat de handeling heeft plaatsgevonden.

De persoonsgegevens worden niet uit de database gehaald bij het verrichten van de genoemde handelingen. Alleen als er een mailing uitgaat, worden de persoonsgegevens uit de database gehaald.

15. Welke handelingen verricht FYN momenteel met betrekking tot persoonsgegevens van de consumenten?

Technisch gesproken is de retailer de verantwoordelijke. Hij stelt het doel en de middelen vast. Ook worden de persoonsgegevens door hem verzameld. FYN verricht sporadisch verwerkingshandelingen. Er zijn drie handelingen die wij verrichten: bewaren, raadplegen en wijzigen. FYN heeft in de programma's voor het verwerken van persoonsgegevens algoritmes ingevoerd om deze handelingen uit te kunnen voeren. Het verwerken is dus

volledig geautomatiseerd. Het bewaren van de gegevens gebeurt automatisch door het POS-softwarestelsel. Daarnaast kunnen wij de gegevens raadplegen. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan als er een direct mailing handmatig moet worden verstuurd. Het komt weleens voor dat Connect (het programma dat gebruikt wordt om mailings te sturen) niet goed functioneert door een storing. In dat geval stellen wij de direct mailing handmatig op. Hiervoor moeten wij dan de persoonsgegevens raadplegen. Als laatste brengen wij op aanvraag van de retailer wijzigingen aan in de klantgegevens. Als de retailer bij duizend klanten de gegevens verkeerd heeft ingevoerd en vervolgens de opdracht geeft tot het herstellen van deze fout, verrichten wij achter de schermen handelingen. Wij voeren in het programma in welke fout opgespoord moet worden en hoe het aangepast moet worden.

16. Welke gegevens wil FYN gebruiken voor het opstellen van persoonlijkheidsprofielen?

Wij willen de naam, het adres, de woonplaats, het telefoonnummer en het e-mailadres van de consument hebben. Daarnaast willen wij in de toekomst het klik- en surfgedrag van de consumenten niet-geanonimiseerd gaan opslaan. Nu wordt het klik- en surfgedrag geanonimiseerd opgeslagen. Wij kunnen niet inzien welk persoon op een bepaald product heeft gezocht. Het enige wat geregistreerd wordt, is het aantal keren dat een product online is geraadpleegd. In de toekomst willen wij graag het klik- en surfgedrag niet-geanonimiseerd opslaan om het te kunnen koppelen aan een natuurlijk persoon. Zo wordt het mogelijk om trends te voorspellen. Trends kunnen seizoensgebonden zijn: rond Valentijn worden veel armbanden van het merk Pandora verkocht. Daarnaast kunnen trends locatiegebonden zijn: in bepaalde gemeenten worden veel elektrische fietsen verkocht. Leveranciers kunnen hun aanbod daarop aanpassen. De resultaten worden geanonimiseerd verstrekt aan de leveranciers en de retailers. Alleen wij zullen de persoonlijkheidsprofielen inzien. De leverancier heeft niks aan de naam, het woonadres en het e-mailadres van de consumenten. Het gaat de leverancier niet om wie heeft gezocht op bepaalde producten. Bij hen draait het alleen om de statistieken. Er komen geen persoonsgegevens aan te pas en het wordt voor hen niet mogelijk om te achterhalen op wie de persoonlijkheidsprofielen betrekking hebben. De statistieken worden ook aan de retailers verstrekt.

17. U gaf net aan dat FYN het klik- en surfgedrag niet-geanonimiseerd gaat registreren. Dit moet door middel van cookies. Worden er momenteel cookies geplaatst op de website van de retailer?

Ja. Wij hebben analytische, functionele en tracking cookies geplaatst op de website van de retailer.

18. Is er toestemming voor het plaatsen van deze cookies?

Ja. Bij bezoek aan de website wordt de consument geïnformeerd over het plaatsen van cookies. Deze mededeling is in de vorm van een balk onderaan de website weergegeven. De consument dient toestemming te geven voor het plaatsen van deze cookies door de button 'accepteren' aan te klikken. Pas als deze button is aangeklikt, worden er cookies geplaatst en wordt het klik- en surfgedrag geregistreerd. Bij het niet-aanklikken van de button wordt het klik- en surfgedrag niet geregistreerd.

19. Zijn consumenten die geen toestemming geven voor het plaatsen van tracking cookies wel in staat om de website te raadplegen?

Ja. Al wordt er geen toestemming gegeven voor het plaatsen van tracking cookies, de consumenten blijven in staat om overige onderdelen van de website te raadplegen.

20. Welke cookies worden geplaatst om het klik- en surfgedrag te registreren?

Wij gaan gebruikmaken van tracking cookies. Deze worden nu al geplaatst op de website van de retailer. Het POS-softwarestelsel is echter zo geprogrammeerd dat de gegevens van het klik- en surfgedrag geanonimiseerd in de database worden opgeslagen. Wij kunnen daardoor momenteel het klik- en surfgedrag niet koppelen aan een natuurlijk persoon.

21. Hoe zal de data geanalyseerd en gecombineerd worden om persoonlijkheidsprofielen te kunnen opstellen?

Bij het opstellen van persoonlijkheidsprofielen kunnen vijf fasen worden onderscheiden: verzamelen van gegevens, verstrekking van gegevens, algoritmes instellen, persoonlijkheidsprofielen anonimiseren en als laatste de persoonlijkheidsprofielen verwijderen.

Het verstrekken van de persoonsgegevens zal er in feite op neerkomen dat wij de nodige data uit de databases van de retailers halen. De data wordt verzameld door de retailers. De persoonsgegevens worden door de retailer of de consument zelf opgeslagen in de database. De retailer slaat de gegevens op bij een verkooptransactie. De consument verstrekt zijn persoonsgegevens op de webshop bij het plaatsen van bijvoorbeeld een bestelling.

Wij kunnen onszelf toegang verschaffen tot de database en de data eruit halen zonder dat de retailer hier weet van heeft. Dit gaan wij echter niet doen. Het is tegen de wet en daarnaast klantenvriendelijk. FYN wil daarom met de retailers afspreken dat zij de persoonsgegevens aan ons verstrekken. Hieraan moet een overeenkomst ten grondslag liggen.

Zodra de retailers de persoonsgegevens hebben verstrekt, gaat FYN algoritmes inzetten. Deze algoritmes zijn door ons ontworpen. Een algoritme werkt met functies. Het gaat bij een algoritme om in- en uitvoer. De persoonsgegevens en het klik- en surfgedrag worden ingevoerd. Wij geven vervolgens aan wat wij willen dat deze algoritmes analyseren en combineren (Hoe vaak wordt op een product gezocht? Wie zoekt op het betreffende product?, et cetera). De algoritmes lopen vervolgens de ingevoerde klantdata na en daar komt een uitkomst uit. Bijvoorbeeld: een functie kan zijn 'optellen'. Zo heb je getal A en getal B. De getallen voer je in de functie in en uit de functie krijg je een uitkomst en dat is $\text{GetalA} + \text{GetalB}$. Dit is een voorbeeld van een algoritme. Algoritmes worden dus ingezet om de verzamelde data te analyseren en te combineren. Deze analyses en combinaties leiden tot een uitkomst: een persoonlijkheidsprofiel.

De profielen worden geanonimiseerd voordat ze verstrekt worden aan de leveranciers. Door het anonimiseren ontstaan er statistieken. Deze brengen de trends in kaart. De statistieken verstrekken wij aan de leveranciers en aan onze klanten. Alleen de medewerkers van FYN zullen de profielen kunnen inzien. De retailer zal deze persoonlijkheidsprofielen niet kunnen inzien. Hij kan wel opvragen hoe vaak een bepaald product is weergegeven, hoeveel artikelen in een bepaalde maand zijn verkocht, et cetera. Het komt erop neer dat de retailer alleen statistische gegevens kan opvragen. De retailer is niet in staat om op klantniveau het klik- en surfgedrag in te zien. Ons softwaresysteem is zo ontwikkeld dat het de retailer niet mogelijk wordt gemaakt om dergelijke gegevens in te zien. Dit betekent dat de retailer zelf niet in staat is om te profileren. Alleen FYN bezit de nodige kennis om het klik- en surfgedrag te koppelen aan een natuurlijk persoon en op basis daarvan persoonlijkheidsprofielen op te stellen.

Als laatste resteert het 'verwijderen' van de persoonlijkheidsprofielen. Ik wil het niet echt verwijderen noemen. Het algoritme slaat de persoonlijkheidsprofielen immers niet op. Bij een algoritme komt het in de kern neer op in- en uitvoer. Het algoritme is een code waarin een grote hoeveelheid aan data ingevoerd wordt. De code van het algoritme onthoudt niet wat is ingevoerd en wat geanalyseerd en gecombineerd is. Denk bijvoorbeeld aan een snelheidsmeter. Als een auto te snel rijdt, noteert de snelheidsmeter dit en schrijft deze automatisch een boete uit. Hierna is de snelheidsmeter de data weer kwijt als de volgende auto langskomt. De code van het algoritme van de snelheidsmeter blijft de hele tijd hetzelfde: het moet snelrijdende auto's constateren en een boete uitschrijven. De invoer is telkens anders. Elke keer komt er immers een andere auto met een andere snelheid langsgereden.

Vervolgens worden mailings verstuurd ten behoeve van de leveranciers. De inhoud van de mailings zal bepaald worden door de leveranciers in overleg met de retailers. De retailers hebben ook inspraak. Met de mailing wordt immers ook reclame gemaakt voor hetgeen zij aanbieden. De direct mailing zal ook plaatsvinden uit de naam van de retailer en vanuit diens mailserver. Als Batavus bijvoorbeeld nieuwe fietsmodellen wil aanbieden, zal Batavus de inhoud van de mailings bepalen in overleg met de retailer. De mailing wordt vervolgens verzonden vanuit de mailserver van de retailer.

22. FYN wil de persoonsgegevens die de retailer heeft verzameld, gebruiken om persoonlijkheidsprofielen te kunnen opstellen. Hoe krijgt FYN de beschikking over deze persoonsgegevens?

De persoonsgegevens (de naam, het adres, het e-mailadres en het klik- en surfgedrag) moeten de retailers aan ons gaan verstrekken. Wij stellen vervolgens persoonlijkheidsprofielen op en verstrekken deze geanonimiseerd in de vorm van statistieken aan de leverancier en de retailer zelf.

23. U geeft aan dat FYN afspraken met de retailer zal maken over de verstrekking van de persoonsgegevens. Worden met de leveranciers ook afspraken gemaakt?

FYN wil een overeenkomst sluiten met de leverancier en de retailer. Met de leverancier moet overeengekomen worden dat wij hen van statistieken en trends zullen voorzien en ze naderhand zullen ondersteunen bij de direct marketing. Met de retailer willen wij afspreken dat zij de persoonsgegevens aan ons verstrekken. Voor de eindconsument bestaat FYN uiteindelijk niet. Alles wordt door ons achter de schermen gedaan.

24. U gaf aan dat de gegevens die de retailer heeft verzameld oneindig raadpleegbaar blijven. Zijn de door FYN ontvangen persoonsgegevens ook oneindig raadpleegbaar in uw eigen database?

Er is maar één database. Deze database bestaat uit kleine databases. Aan elke retailer behoort een kleine database toe. Het verstrekken van persoonsgegevens zal erop neerkomen dat wij onszelf toegang verschaffen tot de database van de retailer, weliswaar met zijn toestemming. Vervolgens worden de benodigde persoonsgegevens gekopieerd en opgeslagen in de database van FYN. In de overkoepelende database zal een van de kleinere databases aan ons toebehoren. Deze database functioneert op dezelfde wijze als die van de retailers. De persoonsgegevens die wij van de retailers ontvangen en opslaan in onze database zullen ook voor ons oneindig raadpleegbaar blijven. Wij willen in de toekomst echter een programma ontwikkelen dat in staat is om de database mettertijd op te schonen.

25. Hoe wordt de beveiliging van de gegevensverwerking vormgegeven?

In de programma's die FYN gebruikt bij de verwerking van persoonsgegevens zijn beveiligingsmaatregelen geïntegreerd. Het betreft de volgende maatregelen: tweestapsverificatie, gelimiteerde toegang, raadpleegbaar vanaf één IP-adres, pseudonimisering, encryptie, hashing en salting. De tweestapsverificatie bestaat uit een tweeledige inlogstructuur. Bij de tweeledige inlogstructuur dienen twee beveiligingslagen gepasseerd te worden door middel van het invoeren van inloggegevens. De gelimiteerde toegang houdt in dat alleen de vier programmeurs (W. Jansen, M. Vos, M. Hazelhof en C. Kruining) zichzelf toegang kunnen verschaffen tot de tweeledige inlogstructuur. Daarnaast kan in de programma's alleen vanaf het IP-adres van FYN worden ingelogd. Pseudonimisering is het versleutelen van persoonsgegevens met een bepaald algoritme. Hierbij worden persoonsgegevens vervangen door versleutelde persoonsgegevens, een pseudoniem. Om de oorspronkelijke gegevens te herleiden, zijn naderhand aanvullende gegevens nodig. Encryptie is het versleutelen van gegevens. Het versleutelen gebeurt door de gegevens om te zetten in een onbruikbare brij. De gegevens kunnen nadien wel gedecodeerd worden. Voor deze decodering is echter de sleutel van het algoritme nodig.

Hashing is een vorm van pseudonimisering. Bij hashing wordt de kans geminimaliseerd dat twee verschillende invoerwaarden dezelfde uitkomst geven. Salting vindt plaats door het afleiden van een sleutel in de cryptografie. Deze wijze van beveiliging voldoet aan de huidige stand van de techniek. Deze beveiligingsmaatregelen zullen wij ook hanteren zodra er wordt geprofileerd. De beveiligingsmaatregelen zijn niet op schrift gesteld en er is geen procedure om te toetsen of de beveiligingsmaatregelen doeltreffend zijn.

26. Op welke wijze worden consumenten geïnformeerd over het feit dat hun persoonsgegevens gebruikt worden voor marketingdoeleinden en in de toekomst voor profilering?

Als de consument graag benaderd wordt met aanbiedingen kan hij dit op twee manieren aangeven. Ten eerste kan hij zich registreren op het klantenportaal. Bij deze registratie dient hij een vakje aan te vinken. Met het aanvinken van dit vakje geeft hij toestemming voor het ontvangen van mailings. Ten tweede is het mogelijk dat de retailer in het systeem invoert dat de consument graag benaderd wordt met aanbiedingen. Bij een verkooptransactie verschijnt op het scherm van de retailer een pop-up. Deze pop-up wijst de retailer erop dat hij de consument moet vragen of hij gerichte aanbiedingen wil ontvangen. Indien de klant dit wil, wordt het vakje door de retailer aangevinkt. Voor het profileren wordt momenteel geen toestemming gevraagd. Het profileren vindt immers nog niet plaats en is ook niet als doeleinde door de retailers geformuleerd. Dit wordt een nieuw gegevensverwerkingsproces.

27. Welke doeleinden hebben de retailers geformuleerd voor de huidige gegevensverwerking?

De retailers hebben twee doeleinden geformuleerd voor de gegevensverwerking. Allereerst is direct marketing een doeleinde. Ten tweede worden de gegevens verwerkt als efficiëntie voor de retailer: hij kan inzien hoeveel producten hij nog op voorraad heeft, welke klanten een openstaande factuur hebben, en dergelijke. De middelen worden ook door de retailers vastgesteld. Wij hebben alleen inspraak bij het aanwijzen van middelen als het aankomt op het technisch of organisatorisch gebied.

28. Voor welke doeleinden worden de gegevens momenteel verwerkt door FYN?

Op dit moment is ons doeleinde efficiëntie bieden en zorgen voor goed ondernemerschap voor de retailers. De retailers bepalen zelf de doeleinden waarvoor zij gegevens verzamelen.

Bijlage II Interview Edwin Sanderse

Interview Edwin Sanderse

1. Heeft FYN een overeenkomst afgesloten met de retailers?

Nee, wij hebben geen overeenkomst afgesloten met de retailers. Ik denk dat FYN momenteel aan te merken is als bewerker. Er ligt aan de relatie met de retailers echter geen bewerkersovereenkomst ten grondslag. Er is slechts sprake van een mondelinge koopovereenkomst. Het enige wat wij op schrift hebben, is de factuur die we de retailers toezenden nadat zij klant zijn geworden.

2. FYN zal voor het profileren de persoonsgegevens moeten ontvangen van de retailer. Zal FYN hiervoor een bepaald bedrag betalen aan de retailers?

Ik weet niet hoe wij hier precies vorm aan gaan geven. Een idee is dat wij de leveranciers tien cent laten betalen per e-mailadres waar een mailing naartoe wordt gestuurd. Van deze tien cent kunnen we dan eventueel vijf cent afstaan aan de retailer. De mailing gaat immers plaatsvinden uit naam van en vanuit de mailserver van de retailer.

3. Zal FYN voor het verstrekken van de statistieken een vergoeding vragen aan de retailers of zal dit inbegrepen zijn in de dienstverlening?

FYN verleent momenteel een dienst die vergelijkbaar is met het verstrekken van statistieken waarmee trends in kaart zijn gebracht, namelijk benchmarking. Benchmarking houdt in dat de retailers zichzelf kunnen vergelijken met andere retailers. Neem als voorbeeld de juwelierszaken. Als de gemiddelden zijn dat er 33% aan omzet wordt behaald voor trouwringen, 33% voor horloges en 33% voor armbanden, en een retailer behaalt zelf 30% omzet bij de verkoop van horloges, dan weet hij dat hij onder het gemiddelde zit. Deze dienst is inbegrepen in de dienstverlening. Het verstrekken van statistieken waarmee trends in kaart zijn gebracht, zal niet onder deze benchmarking vallen. Dit zal een additionele dienst worden. Het vergt van ons immers handelingen die achter de schermen worden uitgevoerd en daar gaat tijd en geld in zitten. Voor deze dienst wordt dan ook een vergoeding gevraagd. Hoe dit vorm gaat krijgen, heb ik nog niet bedacht.

4. Vergelijken de retailers zichzelf dan met de overige retailers die ook jullie klanten zijn?

Ja. Bijvoorbeeld: de gemiddelden van alle juwelierszaken die gebruikmaken van de dienstverlening van FYN worden genomen. De juwelierszaken kunnen zich dan met deze gemiddelden vergelijken. Zo worden gemiddelden genomen van alle klanten per sector (horeca, detailhandel, en dergelijke).

5. Michiel gaf aan dat de persoonlijkheidsprofielen automatisch verwijderd worden. Heeft FYN er zelf echter geen behoefte aan om deze profielen te gebruiken voor eigen marketingdoeleinden?

Nee. De diensten van FYN zijn alleen geschikt voor winkeliers en groothandelaren. Als 'normale' consument heb je geen behoefte aan ons softwarepakket.

6. Levert FYN geen losse onderdelen – bijvoorbeeld beveiligingsprogramma's tegen virussen – waarvan de consument gebruik kan maken?

Nee, wij leveren alleen professionele softwarepakketten. Bij het ontwerpen van deze softwarepakketten was de insteek dat deze de groothandelaren en retailers moesten dienen bij hun bedrijfsuitoefening. Aparte onderdelen leveren wij niet. Daardoor hebben we er ook geen behoefte aan om de klanten van de retailers te benaderen met onze producten en diensten. De insteek is nu ook dat de profilering dan ook echt alleen geschiedt ten behoeve van de leveranciers van de retailers zelf.

7. Is FYN eventueel van plan om de persoonlijkheidsprofielen in de toekomst niet-geanonimiseerd te verstrekken?

In principe is dat niet de insteek en ik denk dat dit het ook in de toekomst niet zal zijn.

8. Wil FYN de persoonsgegevens ook gebruiken voor andere doeleinden dan profilering?

We zouden de persoonsgegevens kunnen gebruiken om economische voorspellingen te doen. Als we klanten krijgen met meerdere vestigingen in Nederland en deze in verschillende branches opereren, is het mogelijk om een goede mix te maken van de data en deze te analyseren. Dit is slechts een gedachtespinsel.

9. Aan welke partijen zou FYN deze dienst kunnen aanbieden?

Aan de overheid. Deze heeft het meest interesse in economische voorspellingen. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) maakt momenteel economische voorspellingen voor de overheid. Het CBS gebruikt data die het aangeleverd krijgt vanuit de gemeenten, provincies, de Belastingdienst, de Kamer van Koophandel, en dergelijke. FYN daarentegen zal het koopgedrag van consumenten gebruiken om economische voorspellingen te kunnen doen. Het kan voor de overheid aantrekkelijk zijn om ook hier zicht op te hebben. Dit zal overigens net als het profileren volledig geanonimiseerd plaatsvinden.

10. Michiel heeft aangegeven dat de verzamelde data oneindig raadpleegbaar zijn. Er is nog geen programma om de database mettertijd op te schonen. Is FYN van plan om een dergelijk programma te ontwikkelen?

Ja, we hebben een vraag gehad van een potentiële klant om een dergelijk programma te ontwikkelen. De potentiële klant wil de gegevens voor een termijn van maximaal zeven jaar in de database bewaren. Na verloop van zeven jaar wil hij alle verzamelde data (klik- en surfgedrag, aankoopgedrag, en dergelijke) verwijderd hebben. Wij zijn echter nog niet bezig met het ontwikkelen van dit programma. We hebben echter wel de intentie om hier zo snel mogelijk mee te beginnen.