

FORBRUGERRETTENS BETYDNING FOR PERSONDATARETTEN

Jan Trzaskowski

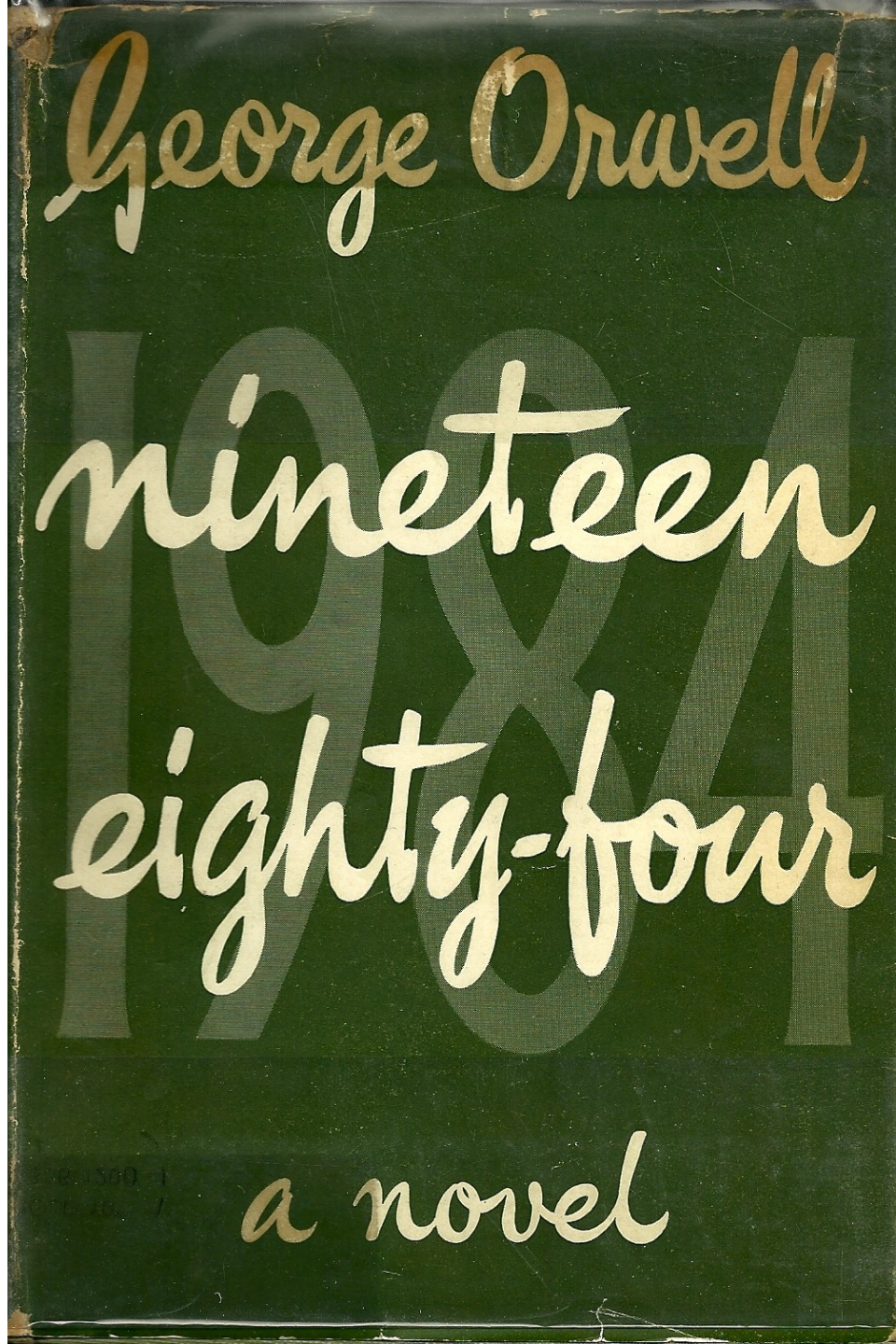
Associate Professor, Ph.D.
Copenhagen Business School



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

HVORFOR VIGTIGT?

- **Bødeniveauet**
 - ... og effektiv håndhævelse
- **Samfundsmæssigt fokus**
 - Alternativ retshåndhævelse
 - "Legal opportunities"
- **Demokratiske udfordringer**





PERSONDATARETTEN ER BLEVET EN VÆSENTLIG DEL AF FORBRUGERRETEN

- **“Pervasive surveillance” (“smart culture”)**
 - Afgivne og observerede data
- **Brug af personoplysninger (profitmaksimering)**
 - Segmentering og profilering (online/offline)
 - Mulighed for individualisering/diskriminering
- **Magtbalancen**
 - Kognitive begrænsninger v. big data-analyser
 - Data ændrer karakter og værdi over tid
 - Virksomheden kender også andre brugeres adfærd!
 - Leje- og abonnementskulturen (“deleøkonomi”)
 - Persondata som central bestanddel



GRUNDLÆGGENDE RETTIGHEDER

- **Artikel 7 – Respekt for privatliv og familieliv**
 - Enhver har ret til respekt for sit privatliv og familieliv, sit hjem og sin kommunikation.
- **Artikel 8 – Beskyttelse af personoplysninger**
 - ... oplysninger skal behandles rimeligt, til udtrykkeligt angivne formål og på grundlag af de berørte personers samtykke eller på et andet berettiget ved lov fastsat grundlag ...
- **Artikel 38 - Forbrugerbeskyttelse**
 - Der sikres et højt forbrugerbeskyttelsesniveau i Unionens politikker.



GRUNDLÆGGENDE KRAV - ARTIKEL 5

- **Principper for behandling**
 - Lovlighed, rimelighed og gennemsigtighed
 - Formålsbegrænsning
 - Dataminimering
 - Rigtighed
 - Opbevaringsbegrænsning
 - Integritet og fortrolighed
- **Den dataansvarlige er ansvarlig for og skal kunne påvise, at stk. 1 overholdes ("ansvarlighed")**

*MARKEDSFØRING ER
ET LEGITIMT FORMÅL!*



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN



BEHANDLINGSHJEMMEL - ARTIKEL 6

- **a) samtykke**
- **b) nødvendig af hensyn til opfyldelse af en kontrakt**
- ...
- **f) interesseafvejningen**
 - ... forfølge en legitim interesse, medmindre den registreredes interesser eller grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder, der kræver beskyttelse af personoplysninger, går forud herfor ...



SANTYKKE ELLER EJ?

KRAV I FORBINDELSE MED SAMTYKKE - ARTIKEL 7



- **Samtykke: frivillig, specifik, informeret og utvetydig viljestilkendegivelse**
 - Skal kunne påvises
 - Ved skriftlig erklæring, der også vedrører andre forhold
 - Anmodning om samtykke klart skelnes fra de andre forhold
 - Ellers ikke bindende!
 - Kan trækkes tilbage – oplysning herom inden afgivelse
- **Frivillighed ved opfyldelse af en kontrakt**
 - Er samtykke til behandling af personoplysninger nødvendig for opfyldelse af denne kontrakt?
 - Cf. direktivet om urimelige aftalevilkår



ANDRE REGLER

- **Betingelser for barns samtykke i forbindelse med informationssamfundstjenester (art. 8)**
- **Behandling af særlige kategorier af personoplysninger (art. 9)**
- **Den registreredes rettigheder**
 - Information, indsigt, korrektion og sletning
- **“Data protection by design” og “data protection by default”**



AUTOMATISKE INDIVIDUELLE AFGØRELSER, HERUNDER PROFILERING

- **Ikke afgørelser, der alene er baseret på automatisk behandling, herunder profilering, som har retsvirkning eller på tilsvarende vis betydeligt påvirker den pågældende**
 - Medmindre
 - Nødvendig for opfyldelse af aftale eller baseret på den registreredes udtrykkelige samtykke
 - Passende foranstaltninger til at beskytte den registreredes rettigheder og frihedsrettigheder ...
- **Må ikke anvende “særlige kategorier af personoplysninger”**



DIREKTE MARKEDSFØRING

- **Forordningens artikel 21**
 - Indsigelsesret mod brug til direkte markedsføring, herunder profilering + oplysningspligt
- **E-privacy direktivets (2002/58) artikel 13**
 - Automatisk opkaldsmaskine, fax og elektronisk post
 - Ikke sløre afsenderen
- **Handelspraksisdirektivets (2005/29) bilag I**
 - 26. Vedholdende og uønskede henvendelser pr. fjernkommunikationsmedie
- **E-handelsdirektivet (2000/31)**
 - Skal kunne identificeres ved modtagelsen

ILLUSIONEN OM DEN RATIONELLE FORBRUGER



- **“The right to self-determination” v. paternalisme**
 - “Trading privacy for convenience” (“privacy paradox”)
 - Løbende aftaler og ændring af vilkår
- **Frivillig og utvetydig viljestilkendegivelse**
 - “Peer pressure” og “bounded willpower”
- **Informeret og specifikt**
 - “Bounded rationality”, “information overload” og “rational ignorance”
- **Markedsførings- og aftalerettens betydning**
 - E.g. “gratis” eller aggressiv indsamling/brug af data
 - Brug af urimelige aftalevilkår