

'Privacy is rijken meer waard dan extra geld'

Ingrepen Europa beperken macht datavorsers



Orwelliaans tijdperk is al hier, zegt Julius Baer-econoom Acket. „We beseffen het alleen veel te weinig.” FOTO AMAURY MILLER
door Theo Besteman **Amsterdam**

Privacy wordt voor consumenten een belangrijker goed dan meer groei van bezittingen zoals inkomsten uit aandelen, merkt Janwillem Acket, hoofdeconoom van de Zwitserse vermogensbeheerder Julius Baer (€338 miljard).

De private bank die veel zeer vermogende families tot zijn klandizie rekent, zag vorig jaar net een forse instroom aan kapitaal komen. Tegelijkertijd ziet hij onder de vermogende klanten de opmerkelijke sterke waardering van privacy en de persoonsgegevens. De online gekoppelde gegevens van smartphones tot wearables van deze particulieren worden steeds meer geld waard, stelt Acket, doelend op het 'nieuwe

goud' voor dataverwerkende bedrijven. Onder zijn klanten maar ook bij grote beleggers bemerkt hij ook de trend om de gegevens door professionals meer dan vroeger te laten afschermen.

Ook waarderen deze vermogende klanten in toenemende mate de momenten dat ze offline zijn en buiten het zicht van sociale media blijven, zegt hij. „Dat is hen meer waard dan geld.”

De overheid en grote bedrijven die sociale media gebruiken eisen steeds vaker toegang tot veel persoonlijke gegevens, merkt hij bij deze vermogende klanten. De Nederlandse hoofdeconoom met ook een Zwitserse nationaliteit ziet wereldwijd het 'Orwelliaanse tijdperk' opdoemen. George Orwell schetste in zijn roman 1984 hoe de vrije samenleving zou worden opgedoekt. „Ik zie dat al, het gebeurt nú. We beseffen het alleen veel te weinig”, verwijst hij onder meer naar China. „Het zou niet gek zijn als we 1984 als verplichte literatuur op scholen gaan gebruiken.”

De particulieren die het zich kunnen permitteren schermen zich af van het gegraai naar data. Daarmee ontstaat volgens privacybelangenbehartiger Bits of Freedom ongelijkheid tussen burgers: zij die kunnen en willen betalen om meekijkers weg te houden en mensen die dat niet doen.

„Privacy wordt voor velen een luxe. Alles wat op internet gratis wordt aangeboden betaal je met je privacy”, zegt informatierechtsspecialist Otto Volgenant, partner bij Boekx Advocaten. „De juridische middelen om je te beschermen worden nu versterkt, maar je moet ook zelf actief reageren.”

IBM toonde overigens eerder met onderzoeker Econsultancy aan dat vier op de tien mensen bewust gegevens uitruilen voor een dienst of later tegoed. Vaak is dat 'gratis' wifi onderweg. Met de koppeling aan het Facebookaccount, de bevestiging van de 'wij gebruiken cookies'-knop of een online ingevuld lijstje met adres en telefoonnummer kleuren bedrijven dankzij ingekochte data in milliseconden het profiel in voor aangeboden advertenties.

Over Amerikaanse technologiebedrijven als Google, Facebook, Apple en Amazon regent het klachten. Brussel zinde lang op ingrepen. Op 25 mei gaat de Algemene Verordening Gegevensbescherming in, die de oude privacyregels vervangt. Daarmee kunnen toezichthouders forse boetes opleggen na misbruik van data, tot 4% van de bedrijfsomzet.

Zelfs met nieuwe bescherming blijkt het vaak zeer lastig om wat op internet staat achteraf te laten verwijderen, zegt Volgenant. „Wat eenmaal online staat gaat bijna niet meer weg. Google werkt in veel gevallen niet mee aan verzoeken, is mijn ervaring.”