

Privacy van wieg tot graf een mooie uitdaging voor ontwerpers en gebruikers

Marc van Lieshout





TNO - zeven kernthema's



Public Safety



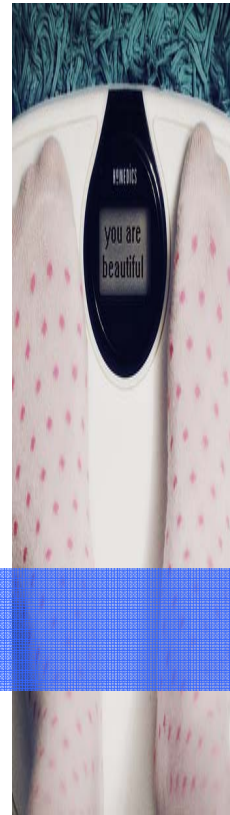
Energy



**Industrial
Innovation**



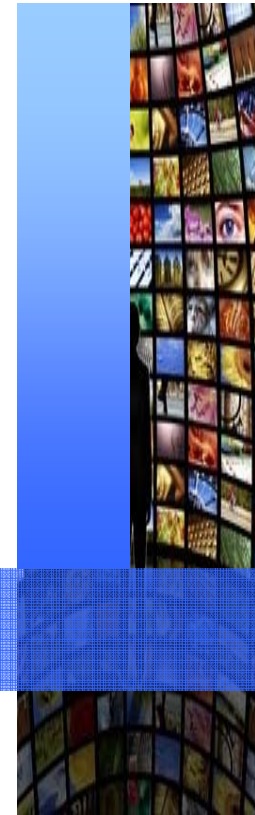
ICT
**Built
Environment**



**Healthy
Living**



Mobility



**Information
Society**



MAATSCHAPPIJ

Realiseren maatschappelijke impact

Transformerende kracht



Aanjager



Instrument

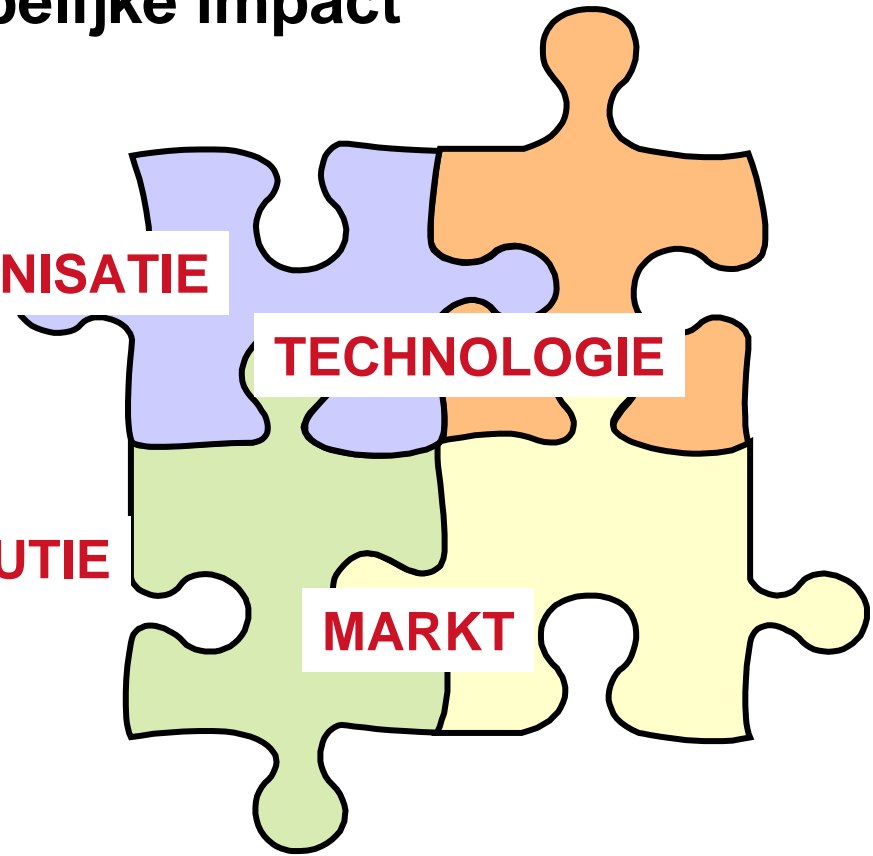
ORGANISATIE

TECHNOLOGIE

INSTITUTIE

MARKT

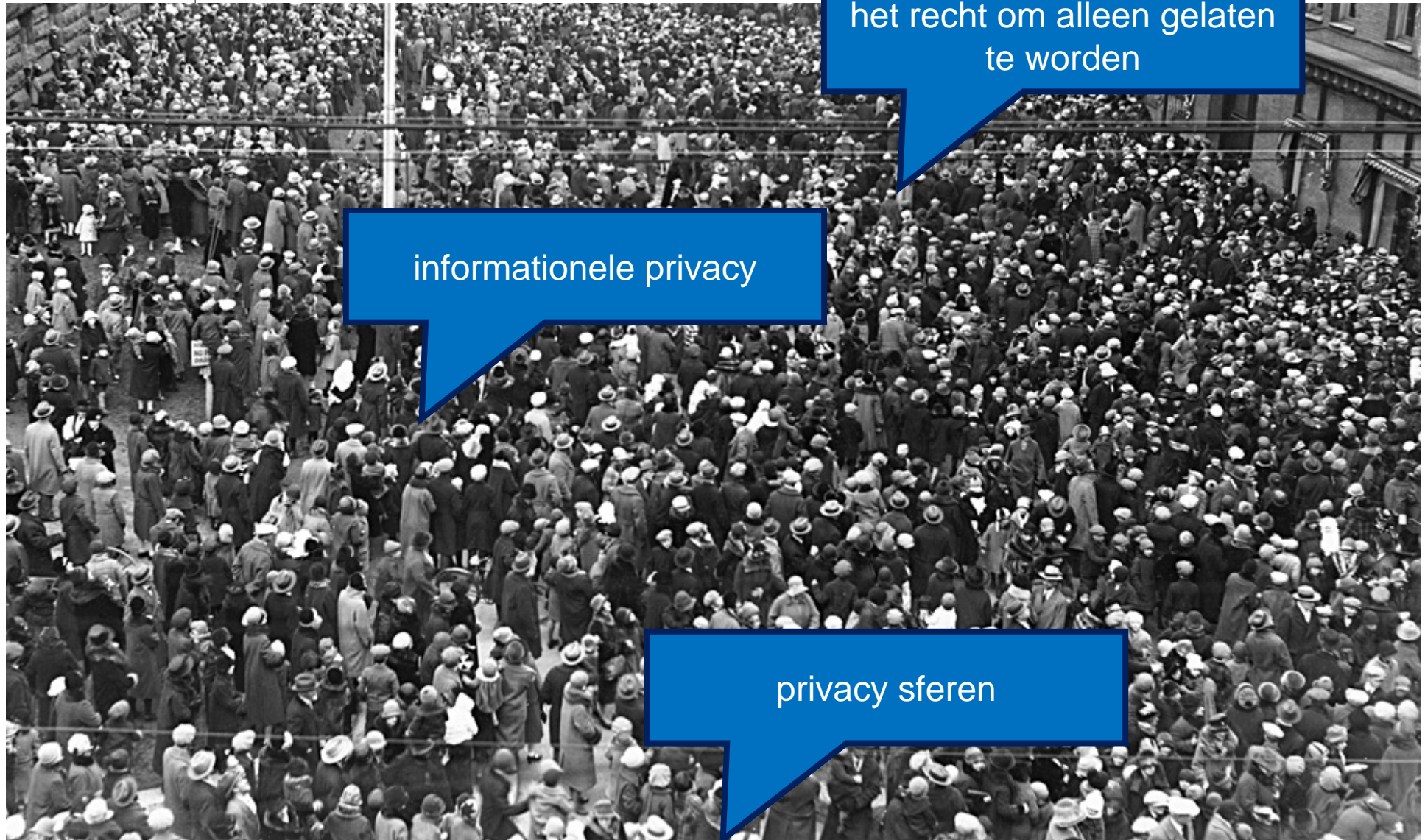
INNOVATIE





Overzicht

- › **Dimensies van privacy**
- › **De datasamenleving**
- › **Belang van privacy**
- › **Een alternatieve aanpak – Privacy by design**
 - › **Het ontwerp**
 - › **De technologie**
 - › **De organisatie**
 - › **De ruimtelijke dimensie**
 - › **De gebruiker**
- › **Tot slot**



het recht om alleen gelaten
te worden

informationele privacy

privacy sferen



relationele privacy

het recht om alleen gelaten
te worden

informationele privacy

lichamelijke privacy

ruimtelijke privacy

privacy sferen

Privacy als een fundamentele sociale waarde



Mobiele samenleving

Always, everywhere online – identificeerbaar en traceerbaar.

The screenshot shows the Foursquare website. At the top left is the Foursquare logo. Below it is a blue banner for a "special mayor offer" at Hotel Arena. The main content area features a "CHECK-IN FIND YOUR FRIENDS UNLOCK YOUR CITY" headline with a "JOIN NOW" button. There is also a "RECENT ACTIVITY" section showing a user's check-in in Spring Lake, MI.



The advertisement features the SKOUT logo at the top. Below it is the text "FLIRT AND MEET - WHEREVER YOU ARE!". The central image shows a smartphone displaying a social feed, surrounded by various icons like a speech bubble, a heart, and a target. A user profile picture is also visible. At the bottom right, there is a blue button that says "CLICK HERE TO SIGN UP FOR FREE!" with a smaller note "(Doing so accepts our terms)".

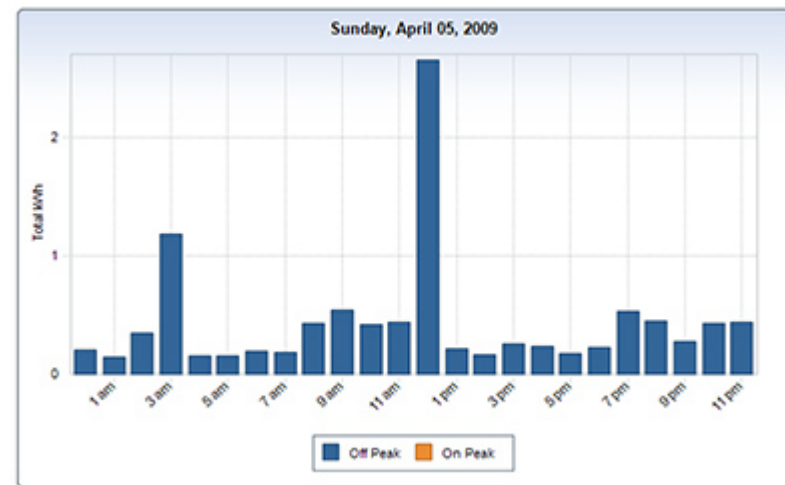


Surveillance samenleving



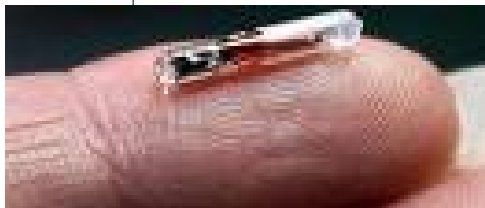


Privacy onder druk - 1





Privacy onder druk - 2





Privacy onder druk - 3

“Grote organisaties downloaden 100 million Facebook profielen van BitTorrent” (Gizmodo, 29 July 2010)

“Jongeren nieuwe identiteit om ‘cyberverleden’ uit te wissen (Eric Schmidt, voormalig CEO Google; Telegraph UK, 2 Sep 2010)

Slimme meter verworpen door Nederlandse Eerste Kamer, april 2011

Permanente nummerbordherkenning?

Identity theft tops fraud list for third year

Associated Press

WASHINGTON - The government received twice as many complaints about identity theft last year over 2001, with victims reporting hijacked credit cards, drained bank accounts and tarnished reputations.

“This is a crime that is almost solely on the shoulders of the victim to resolve,” said Beth Givens, director of the Privacy Rights Clearinghouse, a San Diego-based consumer group. “They’re beleaguered, they’re tired, they’re angry and it takes them a good deal of time to recover.”

The number of identity theft



Howard Beales

FTC consumer protection chief

Says complaints are increasing as public becomes more aware.

from identity theft by checking their credit reports twice a year, shredding personal documents before throwing them away and cleansing wallets of old receipts and printed Social Security numbers.

Howard Beales, chief of the FTC’s Bureau of Consumer



Privacy onder druk - 4

Data minimalisatie vs *data verzameling als de norm?*

Anonimiteit vs *continue unieke identificatie?*

Toestemming vragen vs *onzichtbare verzameling van data?*

Controlle en zelfbeschikking vs *onduidelijkheid en complexiteit?*

Privacy is geen vanzelfsprekende karakteristiek bij de ontwikkeling van nieuwe ICT diensten



Van end-of-pipe benadering naar een lifecycle benadering

van:

- ✓ Privacy als lage prioriteit
- ✓ Meegenomen op ad hoc basis
- ✓ Focus op (minimale) compliance
- ✓ Kostbare en suboptimale oplossingen
- ✓ Reputatieschade



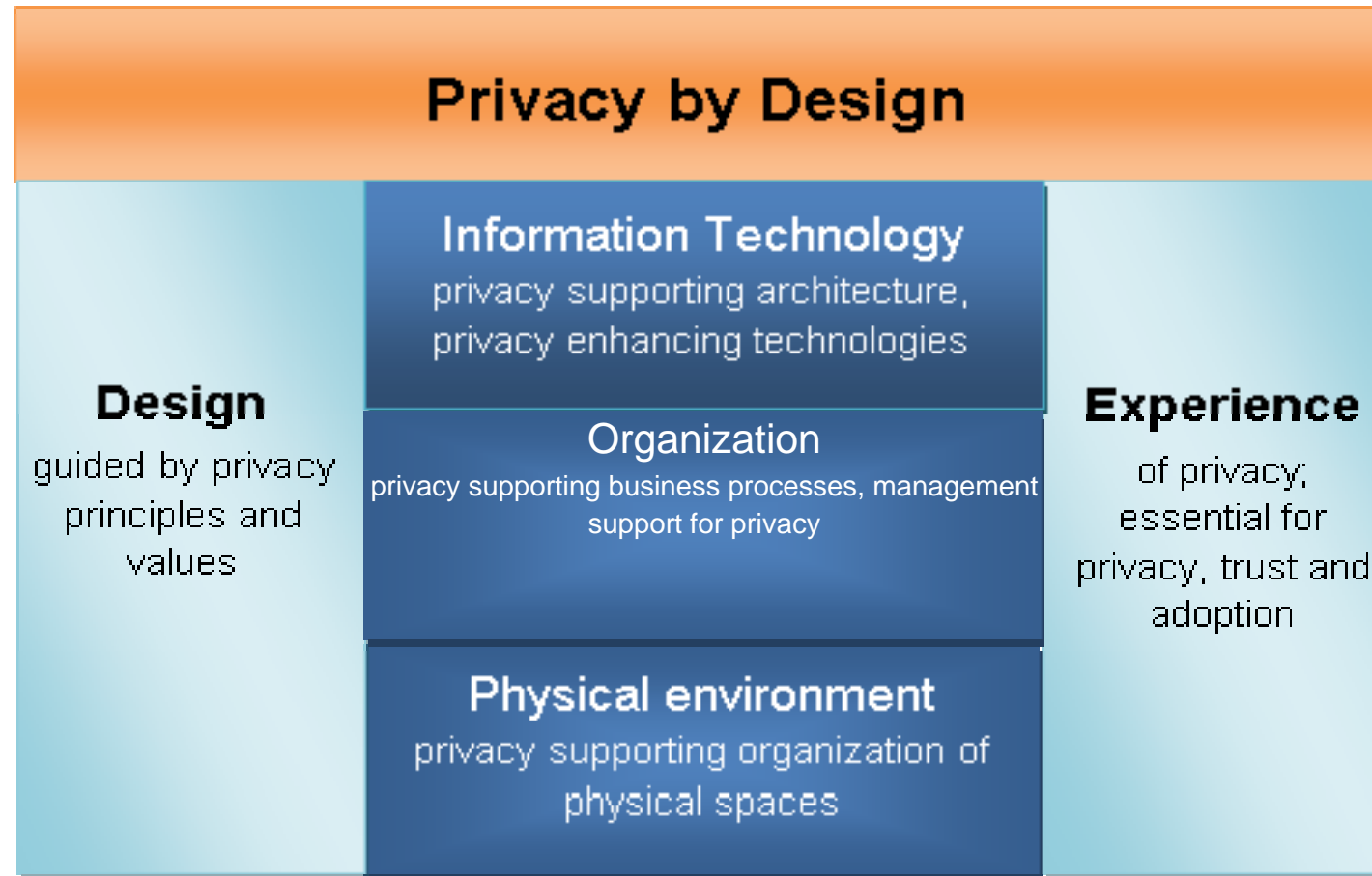
naar:

- ✓ Privacy als fundamenteel recht
- ✓ Van wieg tot graf benadering
- ✓ Privacy als fundamentele ontwerpkenmerk





Privacy by Design framework





Design principes

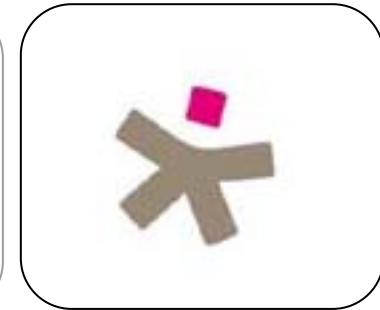
Risico-inschatting -> Risicomanagement

Privacy Impact Assessment



Privacy pictogrammen

voorbeelden / mock-up





Technology

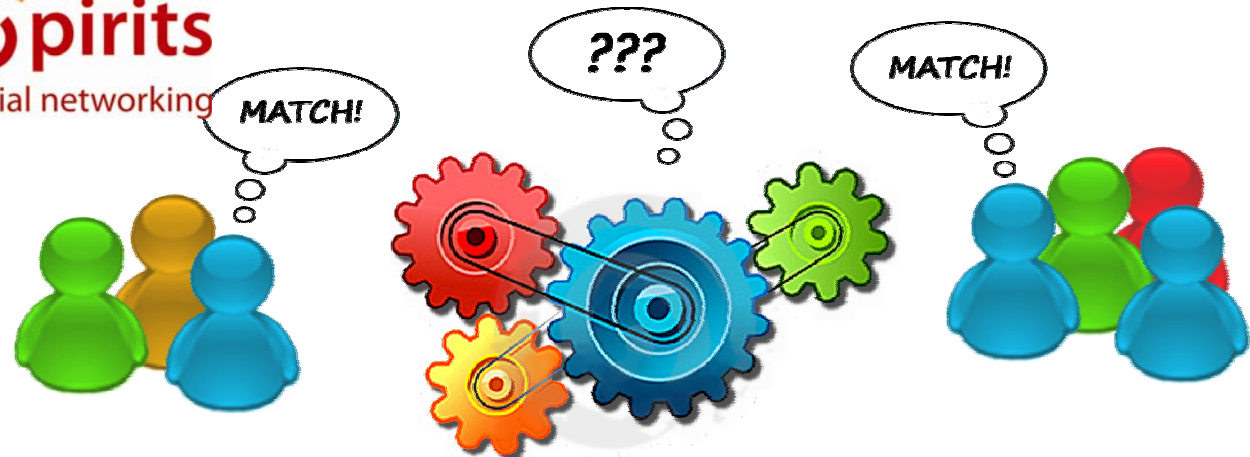
Privacy Enhancing Technologies

Revocable privacy – herroepen van ‘vertrouwen’

Authenticatie zonder
identificatie



kindred Spirits
privacy enhanced social networking

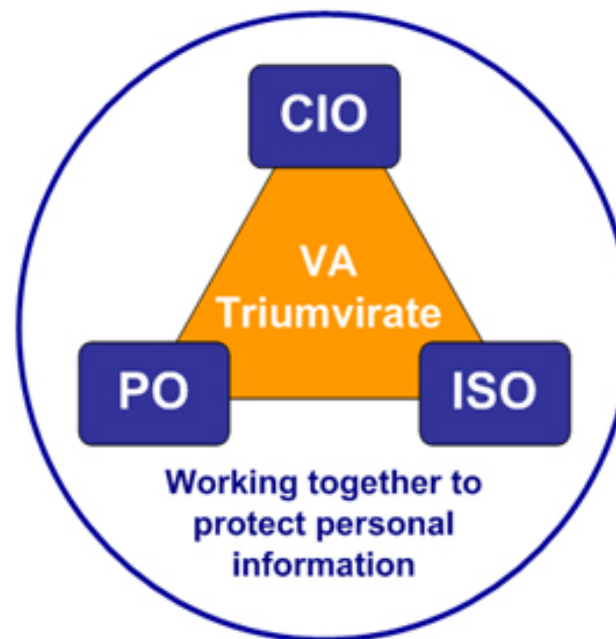




Organisatie



Privacy officer

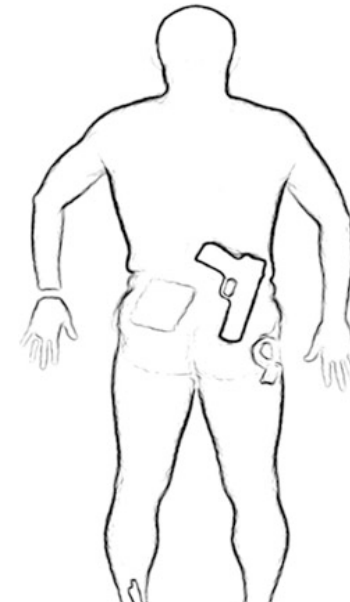
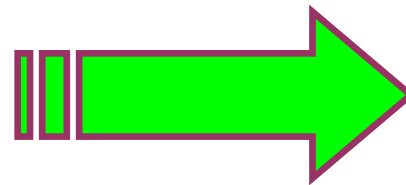
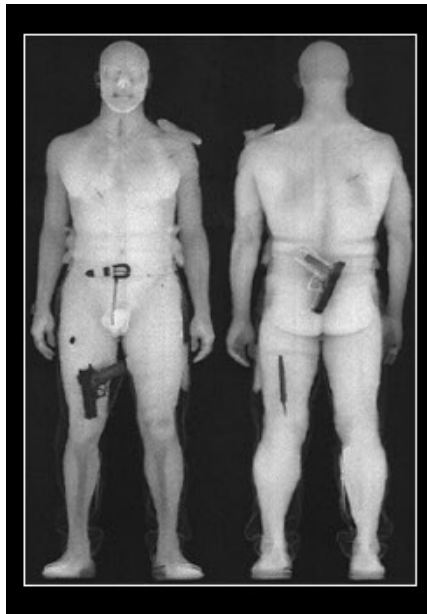


Afspraken en regels

Organisatie- en bedrijfscultuur



Ruimtelijke inrichting



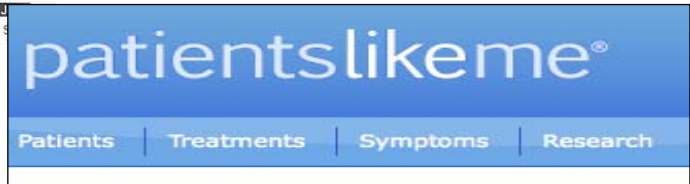
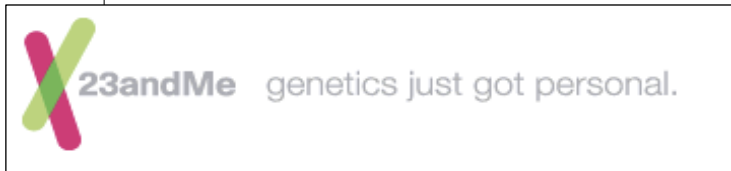
Ruimtelijke scheiding van directe observatie en beoordeling beelden



Betrokkenheid gebruikers/'datasubjecten'



Google IS WATCHING YOU





Privacy by Design als de nieuwe 'holy grail'?

Vernieuwing in ontwerp

- Inpassing in vroegste ontwerp
- Van wieg tot graf benadering
- Integrale benadering technologie – organisatie – gebruikers

Uitdagingen

- Kan het zonder regelgeving? -> Rol van Europa
- Hoe zit het met de business case? -> Unique selling point
- Hoe sterk is de maatschappelijke behoefte? -> Draagvlak



Dank voor uw aandacht

Vragen? Opmerkingen?

Marc van Lieshout

marc.vanlieshout@tno.nl

088 8667125