



Checklist Direct Marketing

Opgelet: deze checklist biedt een beknopt overzicht van bepaalde aspecten uit **Aanbeveling 01/2025**. Het is een eenvoudig, niet-uitputtend hulpmiddel waarmee de Gegevensbeschermingsautoriteit verwerkingsverantwoordelijken vertrouwd wil maken met het begrip "direct marketing" en de belangrijkste aandachtspunten bij het uitvoeren van direct-marketingactiviteiten. De checklist introduceert dus geen nieuwe verplichtingen. Voor een uitgebreidere en genuanceerdere bespreking verwijst de Autoriteit verwerkingsverantwoordelijken naar **Aanbeveling 01/2025**.

1 Doe ik aan direct marketing?

Direct marketing is **het geheel van activiteiten die resulteren in de rechtstreekse communicatie van boodschappen met een promotionele inhoud aan een of meer geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke personen.**

De boodschap als gevolg van **direct-marketingactiviteiten** kan direct-marketingcommunicatie worden genoemd.

Belangrijke aandachtspunten

- 🎯 Direct marketing heeft niet alleen betrekking op de communicatie als zodanig, maar ook op alle activiteiten (met inbegrip van voorafgaande gegevensverwerkingen) die worden uitgevoerd ten behoeve van de communicatie.
- 🎯 Zowel (door de betrokkene) gewenste als ongewenste communicatie kan worden beschouwd als direct-marketingcommunicatie.
- 🎯 Bij direct marketing is er sprake van een verwerking van persoonsgegevens.
- 🎯 Uw identiteit is niet relevant om te bepalen of er sprake is van direct marketing (het is niet van belang of u een natuurlijke of rechtspersoon bent en of u al dan niet een commercieel doel nastreeft).
- 🎯 Het begrip "promotionele inhoud" is breed en omvat de promotie van uw producten en diensten (gratis of betalend), de ideeën en zaken die u aanbiedt of ondersteunt, de evenementen die u organiseert, enzovoort.
- 🎯 Het middel dat wordt gebruikt om direct-marketingcommunicatie te sturen (bijvoorbeeld per post of elektronisch) is niet relevant.

2 Waar moet ik op letten bij de verwerking van persoonsgegevens voor directmarketingdoeleinden?

Minimale gegevensverwerking en bewaartermijn

Verzamel alleen persoonsgegevens die strikt noodzakelijk zijn voor de verwezenlijking van het/de nagestreefde doeleinde(n) en bewaar deze in een vorm waarmee de betrokkenen niet langer kunnen worden geïdentificeerd dan strikt noodzakelijk is voor de verwezenlijking van het/de nagestreefde doeleinde(n).

Factoren die invloed kunnen hebben op de bewaartermijn van gegevens

- 🎯 de aard van de verhouding tussen de verwerkingsverantwoordelijke en de betrokkene (de bewaartermijn voor de persoonsgegevens met betrekking tot prospects moet bijvoorbeeld korter zijn dan die voor de gegevens van klanten van de verwerkingsverantwoordelijke); en
- 🎯 in het geval van de verkoop van producten of de levering van diensten: **de mate van veroudering van het product of de dienst waarvan de verkoop/levering ten grondslag ligt aan de gegevensverzameling.**

Rechtsgrond van de verwerking

Bepaal voor elk van de nagestreefde doeleinden zorgvuldig uw rechtsgrond. Bij direct marketing is de relevante rechtsgrond in principe toestemming of gerechtvaardigde belangen. In bepaalde gevallen vereist de wet echter specifiek dat toestemming aan de betrokkenen wordt gevraagd.

Wanneer moet ik kiezen voor toestemming als rechtsgrond?

- 🎯 als de direct-marketingactiviteit een **verwerking van gevoelige gegevens inhoudt** (zoals gegevens over de gezondheid, seksuele gerichtheid, politieke overtuigingen van de betrokkenen, ...); of
- 🎯 als u **direct-marketingcommunicatie via elektronische middelen verstuurt** (bijvoorbeeld e-mail of sms), tenzij de "soft opt-in"-uitzondering^[1] geldt; of
- 🎯 als u, afgezien van de twee bovenstaande uitzonderingen waarvoor u volgens de wet toestemming moet vragen, op basis van een belangenafweging die vóór het begin van de verwerking wordt uitgevoerd, **niet kunt aantonen dat de verwerking noodzakelijk is voor de behartiging van uw gerechtvaardigde belangen of die van een derde, en dat deze belangen zwaarder wegen dan de belangen of de grondrechten en fundamentele vrijheden van de betrokkene.**

[1] Deze uitzondering is van toepassing wanneer de verwerkingsverantwoordelijke: (i) de elektronische contactgegevens rechtstreeks verkrijgt in het kader van de verkoop van een product of een dienst; (ii) die elektronische contactgegevens uitsluitend gebruikt om reclame te maken voor eigen gelijkaardige producten of diensten; (iii) zijn klanten, op het moment van het verzamelen van hun elektronische contactgegevens, de mogelijkheid biedt om kosteloos en op eenvoudige wijze bezwaar te maken tegen het gebruik van die gegevens.

Transparantie

Informeer de betrokkenen op een duidelijke en begrijpelijke manier over de uitgevoerde/ uit te voeren verwerking van hun persoonsgegevens en over hun rechten.

Enkele tips voor het verstrekken van transparante informatie

- 🎯 Gebruik een **gelaagde aanpak** ("layered approach") en zorg daarbij voor een consistente structuur tussen de lagen.
- 🎯 **Vermijd vage, verwarrende of misleidende informatie.**

Recht van bezwaar

Reageer altijd op de verzoeken van betrokkenen die hun recht van bezwaar uitoefenen (dit recht is onvoorwaardelijk in het kader van direct marketing) en maak dit recht op een transparante manier kenbaar.

Enkele regels voor de tenuitvoerlegging van het recht van bezwaar

- 🎯 **Breng het recht van bezwaar duidelijk onder de aandacht, in eenvoudige taal en zonder dubbelzinnigheid**, in alle direct-marketingcommunicatie aan een betrokkene (door bijvoorbeeld de informatie op een bepaalde plaats te zetten, door leesbare tekens te gebruiken, door kleuren of kaders te gebruiken).
- 🎯 Breng de mogelijkheid om het recht van bezwaar uit te oefenen **duidelijk** ter kennis van de betrokkenen, **op een geschikt medium** dat u in staat stelt met zekerheid aan te tonen dat de betrokkenen duidelijk zijn geïnformeerd over hun recht van bezwaar. Het louter vermelden van dit recht in uw privacybeleid is niet voldoende.
- 🎯 Tref de nodige maatregelen zodat de betrokkene zijn recht van bezwaar **direct, zonder extra stappen en kosteloos** kan uitoefenen.
- 🎯 Bied de betrokkenen de mogelijkheid om **per type communicatie bezwaar te maken** (bijvoorbeeld e-mail, telefoon, post), maar bied ook een **geconsolideerde** mogelijkheid om (in één keer) tegen alle beoogde vormen van communicatie bezwaar te maken.
- 🎯 Bied de mogelijkheid om het recht van bezwaar uit te oefenen **via gepaste communicatiekanalen**, rekening houdend met de kanalen via welke u gewoonlijk met de betrokkene communiceert (als de verplichte informatie bijvoorbeeld in digitale vorm wordt verstrekt of als u via digitale kanalen contact opneemt met de betrokkene, moet een enkele klik voldoende zijn).
- 🎯 Tref passende technische en organisatorische maatregelen **om de effectiviteit van het recht van bezwaar te waarborgen**.