



BOVAG-STANDPUNT BIG DATA

BATTLE FOR DATA

De mobiliteitssector staat aan de vooravond van een grootschalige battle for data. De auto¹ die verbonden wordt met internet opent ongekende mogelijkheden om de klant te laten genieten van zorgeloze mobiliteit op maat - de missie van BOVAG-leden. De klant centraal stellen betekent dat met behulp van de huidige techniek (internet of things en data) de klant informatie en service wordt verstrekt die het autorijden zorgelozer maakt. Dat kan door informatie en service die ervoor zorgen dat de auto in goede conditie blijft (een zo hoog mogelijke uptime), door informatie over de snelste en goedkoopste verplaatsing en door informatie over aankoop / verkoop.

Bij het verzamelen, verrijken en delen van informatie gaat het eerst en vooral om het bieden van keuzevrijheid (het recht dat de data op plek(ken) belandt die je als klant wenst). Daar hoort een belangrijke randvoorwaarde bij: het waarborgen van de privacy (de plicht om te borgen dat (persoonsgevoelige) data niet op plekken belandt waar je als klant niet voor gekozen hebt).

“Bij het verzamelen, verrijken en delen van informatie gaat het eerst en vooral om het bieden van keuzevrijheid voor de klant. Privacy is een randvoorwaarde.”

► ¹ In principe heeft de notitie betrekking op alle voertuigen die beschikken over voorzieningen die data genereren en afscheiden. Dit geldt in toenemende mate ook voor bijvoorbeeld fietsen en motorfietsen. Vrachtauto's lopen in meerdere opzichten zelfs voor op de personenauto. In deze versie van de notitie gaan wij echter vooral in op de (personen-)auto.

FABRIKANT OF RETAIL?

In sales en aftersales – de traditionele automotive dienstverlening – is de strijd er een tussen fabrikant en retail. De fabrikant heeft de sterke troef in handen dat hij op dit moment de regie heeft over de data die worden gegenereerd met door de fabriek gemonteerde hard- en software (in het vervolg van de notitie ‘OEM-data’ genoemd). Fabrikanten lijken daarbij vooral uit te gaan van eigen belang, i.c. zich nadrukkelijker te positioneren los van de retailers en minder rekening te houden met klantwensen. Dat blijkt onder andere uit de opstelling van de ACEA ten aanzien van privacy² en ook uit het feit dat data die niet door de fabrikant móeten worden vrijgegeven, worden versleuteld zodat deze niet door derden kunnen worden gebruikt. Dit betekent een enorme inperking van de keuzevrijheid van de consument.

Er liggen dus kansen voor de retail om de klant aan zich te binden met data-gerelateerde dienstverlening als deze beter aansluit op wat de klant drijft. Waar het kán op basis van OEM-data, en anders met data die worden gegenereerd door aftermarket devices, die steeds meer gemeengoed worden in auto’s.

“Het is noodzakelijk dat de klant de regierol krijgt.”

De battle for data wordt echter niet vanzelfsprekend in het voordeel van de retail beslecht. Daarvoor is het noodzakelijk dat de klant de regierol krijgt. Deze notitie werkt uit wat daaronder wordt verstaan en wat er nog gedaan moet worden om tot deze situatie te komen.

BOVAG STELT KEUZEVRJHEID VAN DE KLANT CENTRAAL

BOVAG is van mening dat de klant de regie dient te hebben over de toegang tot de verschillende data uit zijn connected car (zowel voor data die te herleiden zijn tot een persoon, als tot de auto). Dat betekent dat voor hem invulling moet worden gegeven aan de volgende begrippen:

- 1 **Transparantie.** Duidelijkheid over welke data worden gegenereerd, waar de data naartoe gaan en waarvoor de data worden gebruikt.
- 2 **Opt-out.** De mogelijkheid voor de klant om bepaalde datastromen af te sluiten.
- 3 **Opt-in.** De mogelijkheid voor de klant om bepaalde datastromen toe te voegen.

Deze elementen gelden voor alle bronnen van data (OEM, aftermarket of via losse apparaten in de auto – zie bijlage voor het onderscheid). Er zijn wel verschillen in hoe de elementen bij de diverse bronnen uitwerken en wat er (via wetgeving) nog geregeld moet worden.

REGIEROL VOOR DE KLANT BIJ DATA UIT AFTERMARKET EN LOSSE APPARATEN

Het leidende principe voor BOVAG is dat de markt zo veel mogelijk zelf zijn werk moet kunnen doen. Vraag en aanbod bepalen de transactieprijs en de voorwaarden waartegen een product of dienst wordt aangeboden. Vanuit dat mechanisme zou het zo moeten gaan dat voor aftermarket-apparaten en -diensten door de aanbieder de juiste voorwaarden worden ontwikkeld omdat de klant daarom vraagt (transparantie en mogelijkheden voor opt-out en opt-in). Het ontwikkelen van branchebrede standaardvoorwaarden zou dit proces kunnen helpen, waar nodig gevolgd door een proces van certificering. In deze pre-competitieve fase van de marktontginning ligt mogelijk een rol voor BOVAG.

REGIEROL VOOR DE KLANT BIJ OEM-DATA UIT HET VOERTUIG

Bij de aanschaf van een auto (in plaats van een aftermarket apparaat en/of dienst) ligt dat wat anders, omdat er zo veel meer factoren meespelen bij de transactie dan alleen de voorwaarden (en eventueel prijs) rondom data. De kans dat een klant een auto níet kiest omdat de datavooraarden niet deugen, is (nog) niet zo groot. Aldus komt de regierol voor de klant op het gebied van (OEM-)data niet als vanzelf door marktwerking tot stand. In dergelijke gevallen moet worden bekeken of overheidsinterventie kan helpen om de markt beter te laten werken. In de uitwerking van de drie elementen betekent dit voor OEM-datastromen het volgende:

► ² ACEA, ‘ACEA Principles Of Data Protection In Relation To Connected Vehicles And Services’, September 2015.

1 Transparantie

De datastream binnen het merkdomein zou transparant kunnen worden gemaakt via een 'car data list'. BOVAG vindt het voor de regierol van de klant van groot belang dat de autofabrikant aan de klant, alvorens hij/zij is overgegaan tot de aankoop, een lijst ter beschikking stelt met hierop (per model/uitvoering/optie) duidelijk weergegeven welke data de auto verzamelt, gebruikt, opslaat, (extern) verzendt en waar deze data voor worden gebruikt (doel). Op dit moment ontbreekt een dergelijke transparantie. Gezien het internationale speelveld zou wetgeving op dit gebied tenminste op Europees niveau geregeld moeten worden. Sommige zaken zijn al wel bij wet geregeld. Zo mag de fabrikant volgens de wet niet-persoonsgebonden gegevens zonder meer doorverkopen aan derden. Voor persoonsgegevens geldt dat er een rechtsgeldige grondslag nodig is om deze door te verkopen. Hieraan zijn een aantal voorwaarden gesteld, aldus artikel 8³ van de Wet Bescherming persoonsgegevens. Vraag is wel of de manier waarop fabrikanten deze wettelijke vereisten in de praktijk invullen, voldoende is om de klantwensen rondom privacy tegemoet te komen.⁴

2 Opt-out

Een volgende stap (na transparantie) in de regierol voor de klant is dat deze middels de beoogde 'car data list' zelf zou moeten kunnen aangeven dat hij de fabrikant niet toestaat om de diverse data uit de auto te verzamelen en/of door te verkopen aan derden. BOVAG acht het dus wenselijk dat de klant het gebruik en verzenden van de data die tot zijn persoon herleid kunnen worden eenvoudig en snel kan deactiveren, tenzij wetgeving of zwaarwegende belangen zich daartegen verzetten. In het verlengde daarvan moet een retailer ook niet verplicht worden om de data van de consument uit het voertuig, verrijkt met data die de retailer zelf van de klant heeft verzameld, zonder goedkeuring van die consument door te zetten naar de importeur of fabrikant.

Mogelijke uitzonderingsgronden op het recht van de klant om data niet met de fabrikant of derden te delen zijn (zie bijlage voor uitgebreide toelichting):

FUNCTIONALITEITEN	OPT-OUT?
a. E-call	Nee, Europees-wettelijke verplichting, maatschappelijk belang.
b. Verkeersveiligheid	Nee, maatschappelijk belang en juridisch belang voor de fabrikant - zie productaansprakelijkheid.
c. ICT-veiligheid	Nee, fabrikant moet kunnen controleren of het voertuig niet gehackt wordt (indirect maatschappelijk belang en juridisch belang voor de fabrikant - zie productaansprakelijkheid).
d. Product-aansprakelijkheid	Wellicht, mits geregeld kan worden dat de fabrikant verschoond blijft van (de nieuwe, als gevolg van datastromen uitgebreide) aansprakelijkheid voor gebreken die hij niet heeft kunnen zien aankomen omdat hij de daarvoor benodigde data niet (meer) ontvangt.
e. Productverbetering	Ja (maar welke klant zou dat willen?).
f. Fabrieksgarantie	Wellicht (maar welke klant zou dat willen?).
g. Onderhoud en reparatie	Ja (maar welke klant zou dat willen?) Hierbij past de nuancering dat BOVAG het vanuit keuzevrijheid wenselijk acht dat de fabrikant wel een signaal naar de auto afgeeft dat onderhoud of reparatie nodig is, maar dat de klant te allen tijde wordt vrijgelaten in zijn keuze waar hij dat onderhoud of die reparatie laat uitvoeren.

Er is nog veel onduidelijkheid over de reikwijdte van deze uitzonderingsgronden. Nader onderzoek moet hier meer duidelijkheid in verschaffen. Hier zit zowel een juridische als een technische dimensie aan.

³ http://wetten.overheid.nl/BWBR0011468/geldigheidsdatum_07-01-2016#Hoofdstuk2

⁴ Zo heeft één op de vijf merken volgens Autoweek de voorwaarden niet of via omwegen (registratie) op de website staan (Autoweek nr. 5 2016, 'Wat (t)weet je auto over jou?').

3 Opt-in

De derde en beslissende stap in de regierol van de klant is dat deze zelf partijen kan aanwijzen waarvan hij wil dat deze (delen van) de data uit zijn voertuig ontvangen. BOVAG pleit voor het maximaal oprekken van mogelijkheden voor alle partijen (naast fabrikant) om op basis van data die in/door de auto worden gegenereerd producten en diensten te kunnen aanbieden. Zo krijgt de klant de keuze om bijvoorbeeld zelf te bepalen naar wie hij de auto voor onderhoud brengt en van wie hij (online) diensten wil afnemen.

De fabrikant is verplicht om alle technische informatie vrij toegankelijk te maken (via de OBD-II stekker) die nodig is om het voertuig te kunnen onderhouden en repareren (de Euro-5 wetgeving). Hierbij zijn twee kanttekeningen te plaatsen:

- ➔ Er zijn sterke signalen dat er fabrikanten zijn die in de praktijk de afspraken zoals deze bedoeld zijn door de wetgever niet altijd nakomen. Waar fabrikanten zich niet aan de wet houden, vindt BOVAG dat Europa moet handhaven. BOVAG is daar in Europa ook een van de leidende pleitbezorgers van.
- ➔ Euro-5 wetgeving is ontwikkeld in een tijd dat (de technische staat van) auto's nog niet op afstand konden worden uitgelezen. BOVAG wil onderzoeken of modernisering op dit punt nodig is. Als dat zo is (vereist nadere studie en marktconsultatie), dan zal BOVAG erop aandringen dat dit (op Europees niveau) geregeld wordt.

Diezelfde fabrikant is volgens Europese wetgeving echter níet verplicht om het online signaal dat een auto aan onderhoud of reparatie toe is, te delen met derden, zoals met een onafhankelijk autobedrijf. Met de uitkomst van alle discussies rondom E-calls, S(ervice)-calls en B(reakdown)-calls in Europa de afgelopen jaren in het achterhoofd, is het duidelijk geworden dat dit ook niet op afzienbare termijn geregeld gaat worden.

Om de keuzevrijheid van de klant in de komende jaren toch te optimaliseren is BOVAG voorstander van de ontwikkeling van aftermarket-apparaten in de auto die de data uit de OBD II-poort kunnen uitlezen, bewerken tot bruikbare informatie en/of verzenden naar allerlei partijen in de branche, zowel merkdealers als onafhankelijke autobedrijven. Apart aandachtspunt is of fabrikanten de aansluiting van aftermarket apparaten op OEM-devices (bijvoorbeeld de OBD II-poort) kunnen of willen frustreren met als argument dat de fabrieksgarantie en/of productaansprakelijkheid dan vervalt (denk ook aan de risico's van hacking).

CONCLUSIE

BOVAG is van mening dat de klant de regie en hiermee zelfbeschikking dient te hebben over de toegang tot en distributie van de verschillende data uit zijn connected car. Dit geldt zowel voor data die te herleiden zijn tot een persoon, als tot de auto. BOVAG stelt de klant centraal en wil hem/haar met de verkregen data optimale bewegingsvrijheid bieden. Om de regie bij de klant te waarborgen zijn er een aantal randvoorwaarden op het gebied van keuzevrijheid en privacy:

- 1** meer transparantie voor de klant over welke data worden gegenereerd, verzonden en met welk doel – bijvoorbeeld via een verplichte OEM car data list, die online per merk en model beschikbaar is;
- 2** mogelijkheid van 'opt-out, tenzij...' Klant moet ervoor kunnen kiezen dat bepaalde data niet met fabrikant/dealer worden gedeeld, tenzij het nodig is dat fabrikant/dealer over deze data beschikken omwille van zaken als productveiligheid, verkeersveiligheid, productaansprakelijkheid en garantie. Deze lijst van 'tenzij's' behoeft nadere uitwerking;
- 3** 'opt-in': maximaal oprekken van de mogelijkheden voor alle partijen om op basis van data die in/door de auto worden gegenereerd, producten en diensten te kunnen aanbieden. Dit kan bijvoorbeeld met behulp van aftermarket apparaten die de vrij toegankelijke data uit de OBD II-poort verwerken.

a. Persoonsgegevens versus overige data

Met betrekking tot privacy is vooral het onderscheid van belang tussen persoonsgegevens⁵ enerzijds en de overige data anderzijds (bijvoorbeeld over de technische staat van het voertuig en over tijd en plaats). Hierbij moet worden aangemerkt dat bijna alle data privacygevoelig zijn of kunnen worden wanneer deze door de fabrikant, het autobedrijf of een eventuele derde gecombineerd kunnen worden met kenteken-, kentekenhouder- en/of rijdergegevens.

b. Data ten behoeve van verschillende functionaliteiten

Met betrekking tot keuzevrijheid is een indeling naar functionaliteit behulpzaam. We onderscheiden de volgende categorieën waarvoor data worden verzameld:

- a. **Calamiteiten.** E-call, een automatisch noodsignaal bij een auto-ongeluk, om hulpdiensten sneller naar de juiste locatie te leiden. De commissie Interne Markt van het Europees Parlement heeft eerder vastgesteld dat deze signalen per 2018 verplicht worden in nieuwe auto's. E-call zendt bij een ongeluk alleen de cruciale informatie door naar de hulpdiensten, zoals type voertuig, de brandstof, het tijdstip van het ongeval, de locatie en het aantal passagiers in de auto.
- b. **Verkeersveiligheid.** Inzicht in bijvoorbeeld technische staat van remmen, verlichting en stuurinrichting.
- c. **ICT-veiligheid.** Monitoren of een auto bijvoorbeeld gehackt wordt / zou kunnen worden. Hacking wordt een steeds groter risico, doordat steeds meer auto's worden uitgerust met allerlei (communicatie)software en elektronica. Tegenwoordig bestaat een auto uit vele computers, die allemaal met elkaar in verbinding staan. Door het achterhalen van codes, bijvoorbeeld van chips in autosleutels, die contact maken met de startmotor of via de bluetooth-verbinding van de smartphone, kan de auto overgenomen en gestolen worden. Het op orde hebben van de computerbeveiliging is hierbij cruciaal.
- d. **Productaansprakelijkheid.** Data die antwoord geven op de vraag of het product (nog) de veiligheid biedt die mag worden verwacht. Als dat niet zo is, dan is het product volgens het Burgerlijk Wetboek gebrekkig. Dit heeft tot gevolg dat de producent van dat product in beginsel de schade die daardoor wordt veroorzaakt, zal moeten vergoeden.
- e. **Productverbetering.** Op basis van de data vanuit de auto over het gebruik en eventuele foutmeldingen kan het product door de fabrikant worden doorontwikkeld en verbeterd.
- f. **Fabrieksgarantie.** Inzicht in de conditie van de auto. Ontstaat een gebrek binnen de garantieperiode, dan heeft de klant het recht op gratis reparatie of vervanging.
- g. **Aanbieden van diensten rondom onderhoud en reparatie.** Hiervoor zijn met name data over de technische staat van de auto van belang.
- h. **Aanbieden van overige (mobiliteits) diensten.** Denk bijvoorbeeld aan route- en reisadviezen, op gebruik gebaseerde autoverzekeringsproducten, aanbiedingen van retail en horeca langs de afgelegde route - de mogelijkheden zijn schier eindeloos.

c. Bronnen van data

Data kunnen afkomstig zijn van:

- ➔ Door de autofabrikant gemonteerde hard- en software (OEM-data);
- ➔ Aftermarket apparaten die (steeds vaker) (later) aan de auto worden toegevoegd.
- ➔ Losse apparaten die zich in het voertuig bevinden (zoals een smartphone of tablet, met daarin een adresboek en locatiegegevens die naar de auto of naar een vast gemonteerd aftermarket apparaat kunnen worden geupload).

De data die de 'grondstoffen' leveren voor functionaliteiten a. t/m g. worden eigenlijk exclusief gegenereerd door hard- en software die door de autofabrikant gemonteerd wordt. Dat wil overigens niet zeggen dat de fabrikant dus ook per definitie de enige is die dienstverlening kan aanbieden op basis van die data. En het sluit ook niet uit dat OEM-data ontsloten worden via aftermarket apparaten. Sterker nog, dat is wenselijk.

d. Toegang tot data

De gangbare praktijk is tot nu toe dat autobedrijven inloggen op de auto (via bijvoorbeeld de OBD II-poort) om vervolgens data (over bijvoorbeeld de technische staat van de auto) te ontsluiten.

De auto kan echter steeds vaker ook data versturen zonder dat je daar een OBD-aansluiting voor nodig hebt. Bij steeds meer auto's is in het centrale zenuwcentrum een gsm-kaart ondergebracht, die in verbinding staat met de autofabrikant. OEM-data kunnen zo door de auto naar de autofabrikant en/of merkdealer gestuurd worden (en vice versa).

Om de kwaliteit van de mobiliteit en hiermee gepaard gaande de veiligheid van de klant en zijn omgeving te garanderen, dienen dealers, onafhankelijke autobedrijven en pechhulpverleners voor S(ervice)-calls (onderhoud en reparatie) en B(reakdown)-calls specifieke data van de auto in de werkplaats of langs de weg uit te kunnen lezen. Daarom zijn over het autotechnische deel van de data die via de OBD II-poort worden ontsloten internationale standaardisatie-afspraken gemaakt. Het resterende deel van de OEM-data waarover géén afspraken zijn gemaakt is 'proprietary', wat erop neerkomt dat deze zo versleuteld is door de fabrikant dat derden er in beginsel niet veel mee aankunnen.

In de auto kunnen ook aftermarket devices aanwezig zijn (al dan niet gekoppeld aan de OBD II-poort), en losse devices zoals een smartphone. Ook aftermarket devices kunnen bijvoorbeeld tijd- en plaats gegevens van de klant genereren. Anders dan bij de 'proprietary' OEM-data, kunnen alle data vanuit aftermarket devices in beginstel naar elke willekeurige partij worden gestuurd, en ook door elke partij worden bewerkt tot informatie, op basis waarvan producten en diensten kunnen worden ontwikkeld (zoals een aanbod aan de klant voor onderhoud en reparatie).

➔ ⁵ Definitie persoonsgegevens: elk gegeven betreffende een geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke persoon (Wet bescherming persoonsgegevens, art. 1)