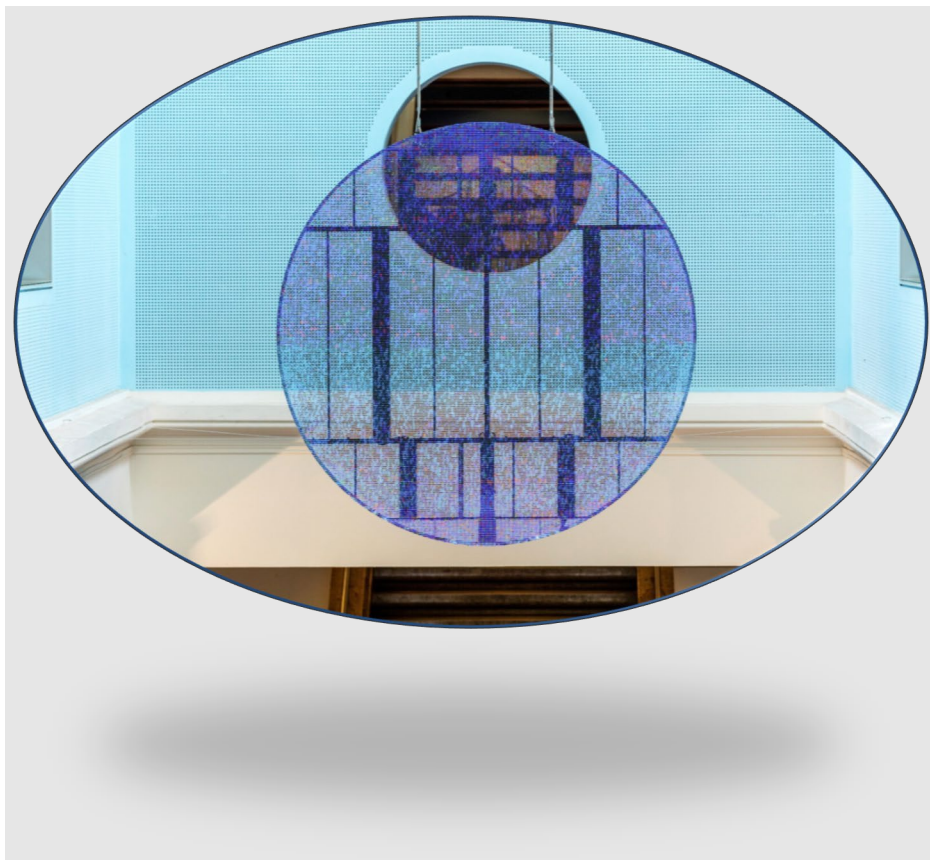


---

# Richtlijn Verwerken Persoonsgegevens

bij het gebruik van  
Social Media Platforms



Marketing & Communications

Versie : 1.0

Datum : 7 mei 2024

## 1. Inleiding

Verwerking van persoonsgegevens is noodzakelijk voor de bedrijfsprocessen van instellingen van onderwijs en onderzoek. Dit dient met de grootste zorgvuldigheid te gebeuren omdat oneigenlijk en onrechtmatig gebruik van persoonsgegevens grote schade kan berokkenen aan (aankomende) studenten, medewerkers en andere betrokkenen bij de Universiteit Maastricht (hierna UM), maar ook aan de UM zelf. De UM hecht er dan ook veel waarde aan dat de persoonsgegevens die zij verzamelt op zorgvuldige wijze worden verwerkt en beschermd.

Het is de verantwoordelijkheid van het bestuur van de UM dat persoonsgegevens zorgvuldig worden verwerkt. Om ervoor te zorgen dat alle medewerkers van de volledige UM persoonsgegevens op zorgvuldige wijze verwerken bij de uitvoering van hun werkzaamheden is al eerder het Beleid Verwerking Persoonsgegevens Universiteit Maastricht (UM Beleid) vastgesteld. Daarnaast heeft de UM ook een beleid dat ziet op het verantwoord omgaan met beeldopnames<sup>1</sup>: hoe om te gaan met het publiceren van foto's en video's vanuit de universiteit (hierna: Beleid beeldopnames).

Eind 2022 verzocht het CvB de afdeling Marketing & Communications MUO (M&C MUO) onderzoek te doen naar het gebruik van socialmediadiensten door alle medewerkers binnen de UM, met een focus op eventuele privacyrisico's. Deze risico's kunnen voortkomen uit UM's gebruik van socialmediadiensten en software die mogelijk niet conform de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) met persoonsgegevens omgaan.

In deze Richtlijn beschrijft M&C MUO de maatregelen die de medewerkers van de UM – primair met name hen die actief zijn in het werkveld marketing en communicatie – in acht moeten nemen bij het gebruik van socialmediadiensten.

## 2. Overwegingen

Deze Richtlijn bevat uitleg, mede aan de hand van enkele concrete voorbeelden, hoe medewerkers binnen de UM<sup>2</sup> gebruik kunnen en dienen te maken van social media. Iedere medewerker die deze kanalen inzet, draagt te allen tijde de verantwoordelijkheid voor de door hem/haar gedane uitingen via 'socials'.

De snelle groei van het aantal socialmediakanalen, gecombineerd met het gebruiksgemak, het potentiële bereik van berichten en het belang ervan voor (bedrijfmatige) processen van de UM, maken social media aantrekkelijke communicatiekanalen. Echter, deze middelen kunnen ook gevolgen hebben die minder wenselijk zijn. Om eventuele negatieve gevolgen te voorkomen is deze Richtlijn opgesteld.

Op het moment dat deze Richtlijn wordt vastgesteld gebruikt de UM de volgende socialmediakanalen:

- Facebook
- X (voorheen Twitter)
- LinkedIn
- Instagram
- Youtube

---

<sup>1</sup> Beleid beeldopnames Universiteit Maastricht, vastgesteld op 17 januari 2020.

<sup>2</sup> Onder medewerker wordt verstaan een ieder die in dienst is van dan wel werkzaamheden verricht voor UM. Ook anderen die voor UM werkzaamheden verrichten, zoals student-assistenten, stagiairs, uitzendkrachten en gedetacheerden worden geacht de richtlijnen na te leven. Met zelfstandigen die voor UM werkzaamheden verrichten kunnen de richtlijnen worden overeengekomen.

- TikTok
- WhatsApp Business Account (voor zover dit wordt gebruikt om eenzijdig informatie naar deelnemers van een Account te versturen en niet om enkel met deelnemers te converseren.)

Tegen Facebook, TikTok en X zijn de afgelopen jaren in de politiek en publieke opinie verschillende bezwaren naar voren gekomen: de eerste twee door de niet transparante verwerking van persoonsgegevens, en de laatste door ethische vragen bij het moderatiebeleid van de nieuwe eigenaar.

M&C MUO heeft daarom een gespecialiseerde partij (ICTRecht) gevraagd een analyse te maken van het gebruik van socialmediadiensten door de UM en de privacyrisico's die daaruit voortkomen te beschrijven.

De resultaten van die analyse zijn voorgelegd aan het CvB. Daaropvolgend heeft het CvB op 19 juni 2023 het besluit genomen dat de UM onder voorwaarden gebruik kan blijven maken van socialmediadiensten. Het CvB heeft daarbij aangegeven dat het noodzakelijk is een duidelijke beschrijving te maken van de maatregelen die eenieder die namens de UM gebruik maakt van socialmediadiensten, dient te nemen om ervoor te zorgen dat de risico's op het gebruik van persoonsgegevens in strijd met de geldende regels en voorwaarden maximaal worden beperkt. Deze Richtlijn is opgesteld om daartoe als handboek te dienen.

### 3. Verhouding AVG, UM Beleid, Beleid beeldopnames en Richtlijn

Dit document is gebaseerd op het in 2020 vastgestelde algemene UM Beleid en is daar ook een uitvloeisel van.

De Algemene Verordening Gegevensbescherming<sup>3</sup> (AVG) beschermt de grondrechten en de fundamentele vrijheden van natuurlijke personen en met name hun recht op bescherming van persoonsgegevens.

Het UM Beleid beschrijft de voorwaarden waaronder persoonsgegevens rechtmatig kunnen worden verwerkt en welke maatregelen moeten worden genomen om persoonsgegevens te beveiligen bij de verwerking ervan.

Verder is er een relatie met het ook al bestaande Beleid beeldopnames, waarin is vastgelegd hoe er dient te worden omgegaan met beeldopnames die zijn gemaakt tijdens bijeenkomsten en evenementen van de UM.

Deze Richtlijn vormt in de eerste plaats een *doorvertaling* van de AVG en het UM Beleid naar de wijze waarop persoonsgegevens rechtmatig kunnen worden verwerkt bij het gebruik maken van socialmediakanalen of -diensten. Bij het in acht nemen van deze Richtlijn dient, zoals al opgemerkt, ook rekening te worden gehouden met het aanpalende Beleid beeldopnames.

In de tweede plaats biedt deze Richtlijn *werkinstructies* om ervoor te zorgen dat persoonsgegevens op socialmediadiensten worden verwerkt in overeenstemming met bovengenoemde beleidsuitgangspunten.

---

<sup>3</sup> De Algemene verordening gegevensbescherming is op 25 mei 2016 in werking getreden en per 25 mei 2018 van kracht.

## Reikwijdte en doelstelling van de Richtlijn

Deze Richtlijn is van toepassing op het verwerken van persoonsgegevens door de medewerkers binnen de UM, die gebruik maken van socialmediadiensten van de UM.

Zoals beschreven in het UM Beleid is er enkel sprake van persoonsgegevens, op het moment dat informatie betrekking heeft op geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke personen. Dit houdt in dat informatie/een dataset die alleen bestaat uit geaggregeerde gegevens, niet valt onder het bereik van deze Richtlijn, omdat het verwerken van deze gegevens geen invloed heeft op de rechten en vrijheden van natuurlijke personen.

Omdat het gebruik van socialmediadiensten zelf plaatsvindt via elektronische weg, ziet deze Richtlijn enkel op dat gebruik. Alle andere vormen van verwerking van persoonsgegevens voor marketing en communicatiedoeleinden vallen onder het bereik van het algemene UM Beleid.

De Richtlijn heeft als doel de maatregelen te beschrijven die de medewerkers van de UM – die actief zijn met marketing en communicatie – in acht moeten nemen bij het gebruik maken van socialmediadiensten. Aldus nemen alle betrokken medewerkers in het bijzonder en de UM in het algemeen hun verantwoordelijkheid om de kwaliteit van de verwerking en de beveiliging van persoonsgegevens te optimaliseren en daarmee te voldoen aan de relevante privacy wet- en regelgeving.

Voor zover zaken niet expliciet in deze Richtlijn zijn vastgelegd, gelden de voorwaarden uit het UM Beleid.

### 3.1 Basisprincipes en Grondslagen

Voor een uitleg van de beleidsprincipes verwerking persoonsgegevens en de grondslagen om rechtmatig persoonsgegevens te verwerken, is het noodzakelijk het UM Beleid erop na te slaan. Hieronder zal bij de uitwerking van de grondslagen die van toepassing zijn op de diverse manieren waarop persoonsgegevens worden verwerkt bij het gebruik maken van de UM socialmediadiensten, naar die grondslagen worden verwezen.

Waar het gebruik van de meeste grondslagen redelijk voor zich spreekt, is dat met de grondslag 'noodzakelijk voor de behartiging van de gerechtvaardigde belangen' niet altijd het geval. Deze grondslag vereist strikte naleving van drie criteria<sup>4</sup>:

1. Er moet echt sprake zijn van een legitiem belang, nu niet elk belang kan worden aangemerkt als een *gerechtvaardigd* belang;
2. De gegevensverwerking is *noodzakelijk* om dit belang te behartigen, en
3. Er moet een gedegen afweging zijn gemaakt tussen de belangen van de partij die de gegevensverwerking uitvoert en die van de betrokkenen (de personen van wie de persoonsgegevens zijn verwerkt).

Ad 1. Een legitiem belang dient formeel erkend en beschermd te zijn binnen het juridisch kader en mag geen louter commercieel karakter dragen. Het moet gaan om een belang dat in de maatschappij als zodanig is erkend en waarvan we allemaal vinden dat het door het recht moet worden beschermd.

---

<sup>4</sup> Zie voor een uitleg van de voorwaarden en een toelichting op hoe gebruik kan worden gemaakt van deze grondslag: <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/themas/basis-avg/avg-algemeen/grondslagen-avg-uitgelegd#grondslag-gerechtvaardigd-belang>

Ad 2. De verwerking moet voldoen aan de beginselen van proportionaliteit en subsidiariteit, om als *noodzakelijk* te kunnen worden aangemerkt.

Ad 3. Er zal een zorgvuldige belangenafweging moeten hebben plaatsgevonden, voordat een beroep kan worden gedaan op deze grondslag.

Voorbeelden van legitieme belangen kunnen zijn: de verslaggeving van openbare evenementen, de verantwoordelijkheid om communicatie-uitingen te evalueren en te verbeteren om beter te voldoen aan de behoeften van de doelgroep, en het gerechtvaardigde belang van reputatiebehoud middels het begrijpen van publieke percepties.

Als UM dienen we te kunnen verantwoorden dat er zorgvuldig met persoonsgegevens wordt omgegaan. Er zal bij iedere verwerking van persoonsgegevens, waarbij wordt gekozen voor de grondslag gerechtvaardigd belang, op moeten worden gelet dat aan de genoemde drie criteria is voldaan. En in het bijzonder door *vast te leggen* hoe de zorgvuldige belangenafweging is gemaakt. Op verzoek van een betrokkene of de Autoriteit Persoonsgegevens, zal deze verantwoording moeten kunnen worden getoond.

Al deze voorbeelden van legitieme belangen zijn onderhevig aan de voorwaarden zoals hierboven en in het UM Beleid beschreven.

## 4. Vormen van verwerkingen

Alvorens een beschrijving te geven van de verschillende vormen van verwerkingen van persoonsgegevens bij het gebruik maken van socialmediadiensten, is het raadzaam stil te staan bij de vraag 'wat als verwerking moet worden gezien'.

Als verwerkingen worden aangemerkt: iedere bewerking of een geheel van bewerkingen met betrekking tot persoonsgegevens of een geheel van persoonsgegevens, al dan niet uitgevoerd via geautomatiseerde procedés, zoals het verzamelen, vastleggen, ordenen, structureren, opslaan, bijwerken of wijzigen, opvragen, raadplegen, gebruiken, verstrekken door middel van doorzending, verspreiden of op andere wijze ter beschikking stellen, aligneren of combineren, afschermen, wissen of vernietigen van gegevens.

Om de gewenste zorgvuldigheid in acht te nemen en te voldoen aan één van de belangrijkste basisbeginselen bij het verwerken van persoonsgegevens (namelijk het kunnen verantwoorden dat persoonsgegevens rechtmatig worden verwerkt) wordt er een *register* van de verwerkingsactiviteiten bijgehouden.

Iedere aparte (niet individuele) verwerking wordt opgenomen in dat register. Hiermee verantwoordt de medewerker van de UM, namens de UM, de verwerking van persoonsgegevens. Dat gebeurt door het beschrijven/invullen van het beoogde doel van de verwerking, het specificeren van de verwerking en andere toepasselijke informatie.

De Informatiemanager (IM) van MUO controleert en zorgt voor het register van de verwerkingen van de centrale afdeling Marketing & Communications. Binnen de beheerseenheden met aparte Marketing & Communicatie-afdelingen of afzonderlijke medewerkers, is de IM van de beheerseenheid hiervoor het aanspreekpunt. De IM is ook in algemene zin de privacy-vraagbaak, is er voor het beantwoorden van vragen en biedt uitleg over en hulp bij het uitvoeren van werkzaamheden met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens.

De UM gebruikt de socialmediadiensten op de volgende manieren en voert daarbij de hierna genoemde verwerkingen van persoonsgegevens uit:

### 1. Het verzamelen van persoonsgegevens

Binnen de UM worden persoonsgegevens op verschillende manieren verzameld. Dit geldt ook wanneer persoonsgegevens worden verzameld om te worden gebruikt voor socialmediadiensten. Ongeacht de wijze waarop een medewerker van de UM persoonsgegevens van betrokkenen verzamelt, dient de medewerker altijd de betrokkenen te informeren over wat er met de persoonsgegevens zal worden gedaan.

In het geval dat de persoonsgegevens direct bij de betrokkene worden verzameld, informeert de medewerker de betrokkene *bij* het verkrijgen van de persoonsgegevens.

Wanneer persoonsgegevens niet direct van de betrokkene worden ontvangen, maar indirect bij de UM terecht komen, zal de UM de betrokkene op een zo kort mogelijke termijn na ontvangst ervan informeren over de te verrichten verwerkingen. Deze informatie zal binnen een redelijke termijn na ontvangst ervan aan de betrokkene worden gegeven, maar uiterlijk binnen één maand.

### 2. Het plaatsen van content (teksten, foto's en video's, ontwerpen).

Bij het plaatsen van content zullen in de regel geen persoonsgegevens van bezoekers aan social media worden verwerkt. Er kan echter wel sprake zijn van een verwerking van persoonsgegevens van medewerkers of studenten aan de UM. Voor zover dat het geval is, ligt het in de rede om voor die verwerking de grondslag 'toestemming' van de betrokkene te gebruiken.

De persoonsgegevens van de betrokkenen kunnen niet worden verwerkt voordat die toestemming is verkregen en vastgelegd. Kijk voor de voorwaarden van het verkrijgen, maar ook voor het weer kunnen intrekken van toestemming naar het UM Beleid in het algemeen en voor de specifieke voorwaarden naar het Beleid beeldopnames.

In uitzonderingsgevallen, wanneer bijvoorbeeld groepsfoto's worden gebruikt of andere vormen van persoonsgegevens, waarvoor het onmogelijk is of het onevenredige inspanning zou kosten om toestemming van alle betrokkenen te verkrijgen, is er geen andere mogelijkheid dan gebruik te maken van de grondslag gerechtvaardigd belang. Er zal dan wel moeten worden voldaan aan de voorwaarden om van die grondslag gebruik te kunnen maken<sup>5</sup>. Daarbij moet er ook aan worden gedacht om, bij ieder gebruik van deze grondslag voor een verwerking van persoonsgegevens, de gemaakte belangenafweging te beschrijven en communiceren, zodat betrokkenen er kennis van kunnen nemen.

### 3. Analyse van persoonsgegevens

Op het moment dat bezoekers aan de socialmediakanalen van de UM daarop follows, likes, shares, clicks of comments plaatsen, zijn hun persoonsgegevens nog niet direct onderwerp van verwerking door de UM.

---

<sup>5</sup> Zie voor een uitleg over de voorwaarden die gelden om van de grondslag gerechtvaardigd belang gebruik te kunnen maken: <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/themas/basis-avg/avg-algemeen/grondslagen-avg-uitgelegd#grondslag-gerechtvaardigd-belang>.



De UM verzamelt en verwerkt alleen persoonsgegevens van bezoekers voor analyse, wanneer deze betrokkenen daarvoor toestemming hebben gegeven. Deze toestemming wordt van de bezoekers gevraagd door hen ofwel een formulier op de website te laten invullen, dan wel via de cookiebanner.

Vanaf het moment dat medewerkers van de UM de genoemde gegevens van deze betrokkenen gaan verzamelen, alsook andere vormen van gegevensverzameling inzetten om analyses uit te voeren en meer te weten te komen over de effectiviteit van de geplaatste content (bv. door te kijken naar interactieratio of te onderzoeken wat de meest effectieve tijd is van het plaatsen van content), is er sprake van verwerking van persoonsgegevens, waarvoor een grondslag nodig is.

Bij het maken van keuzes om analyses uit te voeren wordt altijd de afweging gemaakt of het *noodzakelijk* is daarbij persoonsgegevens te verwerken, waarbij de basisprincipes (zie UM Beleid) in het oog moeten worden gehouden.

Voor zover er sprake is van verwerkingen die worden uitgevoerd door medewerkers van de UM zelf, zal het voor de hand liggen dat de grondslag 'toestemming' kan worden gehanteerd. Zie daarvoor de eerdergenoemde verwijzing.

Op het moment dat voor het uitvoeren van de verwerkingen uitsluitend gebruik wordt gemaakt van geautomatiseerde verwerkingen, waaronder profilering<sup>6</sup>, en de resultaten van de verwerkingen worden gebruikt om nieuwe verwerkingen te gaan starten die gericht zijn op dezelfde betrokkenen, kunnen deze verwerkingen enkel plaatsvinden op grond van uitdrukkelijke toestemming van de betrokkenen. Voor het verkrijgen van deze vorm van toestemming gelden zwaardere voorwaarden. Zie hiervoor ook het UM Beleid.

Bij deze vorm van verwerking worden over het algemeen ook persoonsgegevens van anderen dan 'bezoekers', mogelijke toekomstige studenten en andere geïnteresseerden verwerkt. Zo komt het regelmatig voor dat er persoonsgegevens van medewerkers, gasten/gastsprekers, relaties van de UM en mogelijke anderen worden verwerkt, bijvoorbeeld wanneer er berichten over bijeenkomsten (bv. opening academisch jaar, Dies Natalis, e.d.) op social media worden geplaatst. Vervolgens worden ook de reacties op die berichten geanalyseerd. Voor deze verwerkingen hanteert de UM de grondslag gerechtvaardigd belang (zie hiervoor). Omdat deze grondslag wordt gebruikt zal er wel weer moeten worden voldaan aan de daarvoor geldende voorwaarden.<sup>7</sup>

#### 4. Retargeting en andere werkwijzen om geïnteresseerde partijen informatie te kunnen toesturen

Bij het uitvoeren van retargeting activiteiten worden verzamelde persoonsgegevens vanuit verschillende bronnen aan elkaar gekoppeld met als doel de betrokkenen te kunnen voorzien van *contextueel rijke informatie* die voor die betrokkenen interessant kan zijn. Dit kan in het geval van de UM informatie zijn over een open dag, een nieuw studieprogramma of een andere update die voor de betrokkene relevant kan zijn.

---

<sup>6</sup> In de AVG wordt profilering als volgt gedefinieerd (art. 4 sub 4): elke vorm van geautomatiseerde verwerking van persoonsgegevens waarbij aan de hand van persoonsgegevens bepaalde persoonlijke aspecten van een natuurlijke persoon worden geëvalueerd, met name met de bedoeling zijn beroepsprestaties, economische situatie, gezondheid, persoonlijke voorkeuren, interesses, betrouwbaarheid, gedrag, locatie of verplaatsingen te analyseren of te voorspellen. Het ziet dus op (ge)automatis(ch)e(eerde) verwerkingen, waarbij veelal geen menselijke tussenkomst plaatsvindt en die voornamelijk is gericht op het creëren van profielen, om vervolgens rapporten mee te maken. Deze werkwijze brengt een verhoogd risico op inbreuk op de rechten en vrijheden van natuurlijke personen met zich, waardoor terughoudendheid is geboden.

<sup>7</sup> Zie voor een uitleg over de voorwaarden die gelden om van de grondslag gerechtvaardigd belang gebruik te kunnen maken: <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/themas/basis-avg/avg-algemeen/grondslagen-avg-uitgelegd#grondslag-gerechtvaardigd-belang>.

Retargeting vindt veelal plaats via cookies. Aangezien dergelijke cookies niet functioneel zijn en over het algemeen gebruikt worden zonder dat de betrokkene daar zicht op heeft en aldus een inbreuk kunnen maken op de rechten en vrijheden van de betrokkenen, is het vereist dat betrokkenen op voorhand goed en duidelijk worden geïnformeerd. Let erop dat die informatie wordt verstrekt *bij* de verzameling van persoonsgegevens, en in ieder geval niet *nádat* de persoonsgegevens zijn verzameld. Als grondslag voor deze verwerking is toestemming van de websitebezoeker het meest voor de hand liggend. De informatieverstrekking en het verkrijgen van de toestemming kan plaatsvinden door een goede cookiebanner.

Ook hier geldt dat, wanneer sprake is van geautomatiseerde individuele besluitvorming, waaronder profilering, de verwerkingen alleen kunnen plaatsvinden op grond van uitdrukkelijke toestemming. Zie de eerdergenoemde verwijzing ten aanzien van de voorwaarden hiervoor. Op het moment dat een betrokkene bezwaar maakt tegen deze vorm van verwerking van persoonsgegevens, dient de UM de verwerking van de persoonsgegevens van die betrokkene onmiddellijk te stoppen; zie ook daarvoor het UM Beleid.

De UM gebruikt ook andere werkwijzen om mogelijke in de UM geïnteresseerde partijen te (blijven) voorzien van voor hen interessante informatie. Alleen de methoden waarbij socialmediakanalen worden ingezet vallen onder het bereik van deze Richtlijn. Voor alle andere vormen (bijvoorbeeld nieuwsbrieven via de website of anderszins) gelden in beginsel de voorwaarden van het UM Beleid.

Recruiters maken gebruik van advertenties op social media als een methode om in de UM geïnteresseerde partijen te verzamelen, waarbij ze individuen vragen om hun persoonlijke gegevens, zodat deze in de toekomst van relevante informatie voorzien kunnen worden.

Het doel van deze gegevensverwerking is om de genoemde personen 'warm te houden' als mogelijk toekomstig student. Voor zover er sprake is van verwerkingen die worden uitgevoerd door medewerkers van de UM zelf, zal het voor de hand liggen dat als grondslag 'toestemming' wordt gehanteerd (zie daartoe eerdere verwijzing).

Wanneer bij dit proces enkel gebruik wordt gemaakt van geautomatiseerde besluitvorming, zonder dat er sprake is van menselijke tussenkomst, geldt dat er uitdrukkelijke toestemming moet zijn verkregen om de persoonsgegevens op deze wijze te verwerken.

Wanneer de UM derde partijen inschakelt voor het verzamelen van persoonsgegevens en het verder verwerken daarvan, om aldus gegevensbestanden te vormen van waaruit die betrokkenen worden benaderd met (nieuwe) interessante informatie, zal de verwerking van persoonsgegevens grotendeels worden gedaan door de derde partij. Deze partij is dan een verwerker (namens de UM), waarmee afspraken moeten worden gemaakt over de wijze waarop de verwerking van persoonsgegevens moet plaatsvinden. Die afspraken worden vastgelegd in een verwerkersovereenkomst.

## 5. Marktreputatiemonitoring en reputatiemanagement

Om helder in kaart te brengen welke impact de online content heeft en wat de algemene online reputatie is van zowel het merk als de online en offline communicatie van de UM, worden openbare gegevens uit publieke bronnen verzameld om daarop analyses uit te voeren. De UM maakt hierbij gebruik van de diensten van derde partijen, in de hoedanigheid van gegevensverwerker, die het voor de UM mogelijk maken voornoemde gegevens doorzoekbaar



te maken. Zo kan UM de effectiviteit van haar content en de bekendheid van haar merk beter analyseren en in beeld brengen.

Voor deze analyses worden voornamelijk geaggregeerde gegevens gebruikt, maar ook zullen hierbij – door de doorzoekbaarheid van de gegevens – persoonsgegevens verwerkt worden. Ook deze persoonsgegevens moeten verwerkt worden in lijn met het UM Beleid en de AVG.

De UM heeft geen direct contact met de betrokkenen van wie de persoonsgegevens voor dit doel worden verwerkt en daarmee is het onmogelijk of zou het onevenredige inspanning kosten om toestemming van alle betrokkenen te verkrijgen. Om die reden is er geen andere mogelijkheid dan gebruik te maken van de grondslag 'gerechtvaardigd belang'. Zie hiervoor de eerdergenoemde verwijzingen.

Omdat er bij deze vorm van verwerking gebruik wordt gemaakt van de diensten van derden om de informatie/(persoons)gegevens te verzamelen en omdat het om grote hoeveelheden (persoons)gegevens kan gaan, is het extra van belang om de werkwijze en verwerkingen zorgvuldig uit te voeren. Zo is het allereerst nodig om met de derde partij hele duidelijke (schriftelijke) afspraken te maken over hoe zij de (persoons)gegevens verzamelen, en dat zij dat doen op een wijze die in lijn is met het UM Beleid. Voorts geldt dat de derde partij de (persoons)gegevens die zij heeft verzameld ten behoeve van de UM op geen enkele wijze zal gebruiken voor eigen of commerciële doeleinden van andere partijen.

#### 6. WhatsApp, alleen als (eenzijdig) communicatiekanaal om informatie over de UM te delen

Het is geen volledig uitgemaakte zaak of WhatsApp (en vergelijkbare tooling) als 'socialmediaplatform' moeten worden aangemerkt, omdat het meer berichten-tools zijn. Desalniettemin worden deze platforms, vooral in de business accounts vormen, ook wel gebruikt om vooral eenzijdig berichten en informatie te verspreiden aan deelnemers van een 'groep'. Deze Richtlijn ziet dan ook alleen op dat gebruik. Voor zover berichten-tools worden gebruikt voor reguliere, individuele, tweezijdige communicatie, waarbij ook persoonsgegevens worden verwerkt, is het algemene UM Beleid daarop van toepassing.

Soms is het voor een faculteit of een servicecentrum binnen de UM nuttig om online groepen en/of communities aan te maken, waaraan meerdere personen kunnen deelnemen. Dit kan bijvoorbeeld zijn voor onboarding redenen, wanneer een student zich wel heeft ingeschreven, maar nog niet is geregistreerd en in de tussentijd mogelijk met vragen zit. Hier kan een groep uitkomst bieden én kan alvast een gevoel van community groeien.

De bedoelde berichten-tools functioneren met gebruikmaking van telefoonnummers. Ook telefoonnummers zijn persoonsgegevens. Voor het verwerken van een telefoonnummer en de daarbij behorende naam, is om een betrokkene toe te voegen aan een WhatsApp groep dus ook een grondslag nodig. De meest voor de hand liggende grondslag in deze is 'toestemming'. Deze toestemming kan bijvoorbeeld van de betrokkene worden gevraagd op het moment van inschrijving. Zie voor de verdere voorwaarden om van die grondslag gebruik te kunnen maken het UM Beleid.

Bij alle vormen van verwerking van persoonsgegevens dient de UM de beleidsprincipes<sup>8</sup> in acht te nemen en zich er aldus onder meer rekenschap van te geven of het nodig is dat persoonsgegevens worden verwerkt – en zo ja, in welke omvang en tot welk detailniveau – of dat deze gegevens in geanonimiseerde vorm kunnen worden verwerkt.

---

<sup>8</sup> Zie UM Beleid

Voor andere, meer algemene onderwerpen met betrekking tot het verwerken van persoonsgegevens, zoals de rollen en verantwoordelijkheden met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens, hoe te handelen bij inbreuken op de beveiliging/datalekken, hoe om te gaan met rechten van betrokkenen etc., dient het UM Beleid.

## **5. Tot slot**

Deze Richtlijn is vastgesteld door het CvB van de Universiteit Maastricht dd.\_\_\_\_\_.

Deze Richtlijn kan te allen tijde worden aangepast en zal alsdan met de relevante medewerkers worden gedeeld. Het is de verantwoordelijkheid van het hoofd van iedere Beheerseenheid waarbinnen met de Richtlijn wordt gewerkt, om ervoor te zorgen dat nieuwe medewerkers die te maken krijgen met dit onderwerp, op het bestaan van deze Richtlijn wordt gewezen.