



VERKENNING MOGELIJKHEDEN UNIFORM LOGO-SYSTEEM  
VOOR RFID-TOEPASSINGEN



# INLEIDING

RFID is een veelbelovende technologie die de potentie heeft om ons leven veiliger, makkelijker en aangenamer te maken. RFID wordt nu al op veel plaatsen toegepast. Zo wordt RFID onder andere in de logistiek gebruikt om goederenstromen te coördineren, in de zorg om echte medicijnen van valse te onderscheiden, en in de luchtvaart voor het goed afhandelen van bagage. RFID is hiervoor uitermate geschikt, omdat met behulp van RFID op afstand eenvoudig informatie verzameld kan worden.

Maar het grootste voordeel van RFID, het op afstand eenvoudig kunnen verzamelen van informatie, brengt ook een mogelijk risico met zich mee. Met behulp van RFID kunnen namelijk ook persoonsgegevens worden verzameld zonder dat dit direct duidelijk is voor de betrokkene.<sup>1</sup> Sinds het onderwerp RFID in de publieke belangstelling staat, is er daarom ook discussie rondom de privacyrechtelijke aspecten van de technologie. Hoewel RFID momenteel op zeer weinig plaatsen direct met de consument in aanraking komt, wordt dit vraagstuk relevanter naarmate RFID op grotere schaal in onze maatschappij wordt toegepast.

Uit onderzoek van de Consumentenbond, het Rathenau Instituut en ECP.NL blijkt dat Nederlanders in overwegende mate onbekend zijn met de technologie RFID en de mogelijke gevolgen die het gebruik van RFID heeft voor de bescherming van persoonsgegevens.<sup>2</sup> Verder blijkt uit het onderzoek dat personen die reeds bekend zijn met de technologie op de hoogte willen worden gebracht van de aanwezigheid van RFID in producten en documenten. Het informeren van betrokkenen over de aanwezigheid van RFID helpt hen om meer inzicht te krijgen in de (mogelijke) verwerkingen van hun persoonsgegevens. Daarnaast stelt het hen in staat om zelf de technologie te gebruiken, bijvoorbeeld om meer informatie te krijgen. Zichtbaarheid draagt daarmee bij aan het vergroten van de controle over de technologie en het vertrouwen erin. Controle en vertrouwen zijn cruciale factoren voor de acceptatie en het gebruik van nieuwe technologieën.

Een van de manieren om RFID-toepassingen zichtbaar(der) te maken is de invoering van een op consumenten gericht informierend systeem (in de vorm van een logo). Het Ministerie van Economische Zaken heeft diverse stakeholders, belanghebbenden en experts gevraagd hoe een dergelijke attendering eruit zou kunnen zien. ECP.NL heeft deze verkenning uitgevoerd in samenwerking met haar achterban.<sup>3</sup>

Deze rapportage beschrijft de verschillende aspecten die gemeoid zijn met de invoering van een logo systeem, geeft een indicatie van de haalbaarheid, en komt met aanbevelingen voor de inrichting van een logo systeem voor RFID toepassingen. Hierbij wordt voortgebouwd op de conclusies uit (onder andere) de rapporten *Privacyrechtelijke Aspecten van RFID* (ECP.NL, 2005) en *Ambient Intelligence, persoonsgegevens en consumentenbescherming* (ECP.NL, 2008).

<sup>1</sup> In deze rapportage wordt primair de term betrokkene gehanteerd wanneer er wordt gesproken over een persoon die in aanraking komt met RFID. Dit omdat een persoon in verschillende hoedanigheden (consument, patiënt, burger et cetera) in aanraking kan komen met RFID.

<sup>2</sup> Van den Heuvel, E, Nagel, K., Van 't Hof, C en Schermer, B., *RFID bewustzijn van consumenten: Hoe denken Nederlanders over Radio Frequency Identification?* Den Haag: Rathenau Instituut, Consumentenbond, ECP.NL, 2007

<sup>3</sup> ECP.NL, platform voor eNederland, zal binnenkort fuseren met EPN, Platform voor de Informatiesamenleving.

Colofon

Dit is een uitgave van ECP.NL-EPN.

Teksten:

mr. dr. Bart W. Schermer

Ontwerp omslag en binnenwerk:

Bleijh Concepts & Design

Deze rapportage is tot stand gekomen dankzij een bijdrage van het Ministerie van Economische Zaken

© ECP.NL-EPN, 2009

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevens bestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door foto kopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorgaande schriftelijke toestemming van de maker. Hoewel de auteurs en uitgever uiterste zorgvuldigheid betrachten hebben bij het samenstellen van deze uitgave aanvaarden zij geen aansprakelijkheid voor schade van welke aard ook, die het directe of indirecte gevolg is van handelingen en/of beslissingen die (mede) gebaseerd zijn op de in deze uitgave vervatte informatie. De wet- en regelgeving is een dynamisch terrein zodat de regels en richtlijnen die in deze uitgave worden genoemd inmiddels kunnen zijn veranderd.

# INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING					
2. CONTEXT					
	2.1	AMBIENT INTELLIGENCE	4		
	2.2	ZICHTBAARHEID EN TRANSPARANTIE	5		
3. DOELSTELLINGEN					
	3.1	INFORMATIE	6		
	3.2	CONTROLE	6		
	3.3	VERTROUWEN EN ACCEPTATIE	6		
4. LOGO SYSTEMEN					
	4.1	ATTENDEREN	7		
	4.2	INFORMEREN	7		
	4.3	KEURMERK	8		
	4.4	BESTAANDE RFID LOGO SYSTEMEN	8		
		Logo systemen algemeen			
		RFID-specifieke logo systemen			
5. SCOPE					
	5.1	TOEPASSINGEN	9		
	5.2	SECTOREN	10		
	5.3	TECHNOLOGIEËN	10		
6. WET- EN REGELGEVING					
	6.1	OPT-IN VERSUS OPT-OUT	11		
7. INTERNATIONALE DIMENSIE					
	7.1	MONDIAAL	12		
	7.2	REGIONAAL (EUROPA)	13		
	7.3	NATIONAAL	13		
8. ANALYSE ONTWIKKELING EN IMPLEMENTATIE LOGO SYSTEEM					
	8.1	HERKENBAARHEID	14		
		Attendering			
		Informereren			
		Keurmerk			
	8.2	POSITIONERING	15		
		Attendering			
		Informatief			
		Keurmerk			
	8.3	TOEPASSINGSNIVEAU	18		
		Productniveau			
		Aanwezigheid leesapparatuur			
		Combinatie met bestaande logo systemen			
	8.4	INVOERING	19		
	8.5	TOEZICHT	19		
		Attendering			
		Informatief			
		Keurmerk			
	8.6	KOSTEN	20		
		Introductie			
		Toezicht en handhaving			
9. AANDACHTSPUNTEN VOOR DE TOEKOMST					23
10. CONCLUSIES					
	10.1	DOEL	24		
	10.2	VORM	24		
	10.3	RANDVOORWAARDEN	25		
		Invoering			
		Wetgeving			
		Positionering			
		Internationale dimensie			
		Tijdspad en implementatie			
	10.4	AFSLUITING	26		
11. AANBEVELINGEN					
	11.1	ALGEMEEN	27		
	11.2	INTRODUCTIE	27		
12. VERKORTE LITERATUURLIJST					28
13. GECONSULTEERDE PARTIJEN					28
14. ONTWERP VOORBEELDEN RFID-LOGO'S					29

## 2. CONTEXT

RFID staat als technologie momenteel nadrukkelijk in de belangstelling, maar in feite is RFID slechts een onderdeel van een bredere technologische en maatschappelijke ontwikkeling richting een 'slimme leefomgeving'. Andere technologieën die in deze context relevant zijn, zijn bijvoorbeeld sensoren, draadloze netwerken en de mobiele telefoon. Het is daarom van belang bij het lezen van deze rapportage in het achterhoofd te houden dat hoewel de hier besproken problematiek rondom privacy en de verwerking van persoonsgegevens specifiek aan RFID wordt gerelateerd, deze ook geldt voor andere toepassingen en technologieën. Als zodanig vormt dit onderzoek een onderdeel van een bredere discussie over privacy en de verwerking van persoonsgegevens binnen de informatiemaatschappij. Ook de in dit onderzoek onderzochte oplossingsrichting - dat van een logo systeem - dient daarom te worden beschouwd als een onderdeel van een breder pakket aan maatregelen waartoe onder andere ook voorlichting, wetgeving en *privacy by design* behoren.<sup>4</sup>

### 2.1 AMBIENT INTELLIGENCE

Het gebruik van ICT in onze maatschappij concentreerde zich tot voorkort voornamelijk rondom de personal computer. Maar door een samenspel van technologische en maatschappelijke ontwikkelingen valt een verschuiving te constateren richting een wereld waarin computerkracht op steeds meer plekken in onze omgeving aanwezig en op afroep beschikbaar is. Dankzij deze computerkracht kan onze leefomgeving intelligent reageren en anticiperen op onze wensen en behoeften. Gebruiksvriendelijkheid, menselijke communicatie en efficiëntie staan hierbij centraal.<sup>5</sup> De slimme leefomgeving speelt in op behoeften zoals comfort, veiligheid, vermaak, zorg en efficiëntie. Daarom wordt deze ontwikkeling ook wel aangeduid met de term 'ambient intelligence'.

Ambient intelligence maakt het mogelijk voor mensen om meer informatie te krijgen over hun fysieke omgeving en stelt hen in staat om in de fysieke wereld diensten te ontsluiten. Op tal van plaatsen zien we nu de eerste voorbeelden van ambient intelligence toepassingen. Hierbij kan onder andere gedacht worden aan het gebruik van GPS in de auto en de mobiele telefoon, slimme tours door musea met aanvullende video en audio informatie, het betalen met de mobiele telefoon, ouderenzorg op afstand, interactief speelgoed, automatische dijkbewaking en zelfs slimme auto's die anticiperen op gevaarlijke verkeerssituaties.

Om dit alles mogelijk te maken zijn er koppelingen tussen de fysieke wereld (winkels, straten, treinen) en de virtuele wereld (computers, databases, internet) noodzakelijk. Bij deze koppelingen worden grote hoeveelheden gegevens verwerkt. Daar waar het om het handelen van personen gaat (winkelen, reizen, recreëren enzovoorts) zullen dit veelal persoonsgegevens betreffen. Op zichzelf is met deze verwerkingen niks mis. Sterker nog, in veel gevallen zijn ze wenselijk en zelfs noodzakelijk. Wat echter voor een zorgvuldige verwerking van persoonsgegevens van groot belang is, is dat het voor de betrokkene duidelijk is dat zijn of haar gegevens worden verwerkt. Zichtbaarheid en transparantie zijn daarom van groot belang.

<sup>4</sup>Voor een overzicht zie het rapport Ambient Intelligence, persoonsgegevens en consumentenbescherming, ECP.NL 2008

<sup>5</sup> Definitie Rathenau Instituut

### 2.2 ZICHTBAARHEID EN TRANSPARANTIE

RFID is geen op zichzelf staande technologie, maar nagenoeg altijd een onderdeel van een breder informatie-verwerkend systeem. De invloed die de verwerking van persoonsgegevens met behulp van RFID heeft op de privacy van de betrokkene, is primair afhankelijk van de keuzes die in de achterliggende infrastructuur (de databases) worden gemaakt. Dit betekent ook dat de uiteindelijke omgang met persoonsgegevens niet noodzakelijkerwijs 1-op-1 gerelateerd is aan het moment van verzamelen of aan de toepassing van RFID. Het gaat dus niet zozeer om de technologie maar om de toepassing in zijn geheel. Het is van belang te benadrukken dat voor de omgang met persoonsgegevens de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) reeds het wettelijk kader biedt.

Binnen deze toepassingen vervult RFID de functie van het verzamelen van gegevens voor het achterliggende informatieverwerkende systeem en/of het bieden van toegang tot het achterliggende informatiesysteem. De 'verzamel functie' van RFID maakt diverse processen veiliger, sneller en efficiënter, terwijl de 'toegangsfunctie' van RFID betrokkenen toegang kan verschaffen tot allerlei achterliggende informatie en diensten.<sup>6</sup> RFID dient dus als het ware als een 'intermediair' tussen de fysieke wereld en de virtuele wereld van de databases.

Omdat met behulp van RFID (persoons)gegevens verzameld kunnen worden is het wenselijk om het verzamel-/verwerkingsmoment zichtbaar te maken. Door het verzamelmoment zichtbaar te maken wordt invulling gegeven aan onder andere de informatieplichten uit de Wbp (hoofdstuk 5).

Het zichtbaar maken van de *toegangsfunctie* van RFID is van belang om de betrokkene daadwerkelijk de vruchten te kunnen laten plukken van de ambient intelligence ontwikkeling. Alleen wanneer de betrokkene weet waar hij of zij kan interacteren met de achterliggende informatie infrastructuur kan hij of zij ervan profiteren.

Een visuele attendering in de vorm van een logo, dat aangeeft dat er informatie kan worden verzameld op een bepaalde plaats of in een bepaald object, kan bijdragen aan deze zichtbaarheid. Een logo voor RFID-toepassingen is dus één van de middelen om de zichtbaarheid van RFID te vergroten. We moeten benadrukken dat een logo systeem voor RFID slechts een hulpmiddel is en geen doel op zichzelf. Als zodanig moet het deel uitmaken van een breder pakket aan maatregelen en niet als een op zichzelf staande maatregel.

<sup>6</sup> RFID is in deze zin qua functionaliteit enigszins te vergelijken met een cookie in een internetbrowser.

## 3. DOELSTELLINGEN

Zoals beschreven in het vorige hoofdstuk is het wenselijk om de aanwezigheid van RFID kenbaar te maken aan de betrokkene. Voor de betrokkene zijn de volgende elementen van belang: 1) informatie over de aanwezigheid en het gebruik van RFID, 2) mogelijkheden om hier invloed op uit te oefenen, 3) vertrouwen in het gebruik van de technologie. Het zichtbaar maken van RFID-technologie kan hier aan bijdragen.

### 3.1 INFORMATIE

De primaire doelstelling bij het zichtbaar maken van RFID is het verschaffen van informatie over de aanwezigheid van RFID-technologie aan betrokkenen. Dit betekent allereerst het kenbaar maken dat RFID aanwezig is in het product of in de omgeving (attending). Daarnaast kan de betrokkene geïnformeerd worden over de functie van de betreffende RFID-toepassing. Het informeren van de betrokkene omtrent de toepassing versterkt diens positie en geeft in specifieke gevallen invulling aan wettelijke informatieplichten die bijvoorbeeld voortvloeien uit de Wbp. Maar niet enkel vanuit het oogpunt van consumentenbescherming is het informeren van betrokkenen relevant. Zo kan het voor betrokkenen interessant zijn om met behulp van de in het product aanwezige RFID-chip extra informatie te krijgen (allergie-informatie, herkomst, echtheid). Om te kunnen communiceren met het product, de omgeving en de achterliggende databases is het voor de betrokkene noodzakelijk om te weten op welk punt zij 'toegang' kunnen krijgen tot deze informatie.

### 3.2 GEBRUIKER IN CONTROLE

Omdat RFID als eigenschap heeft dat er onzichtbaar (persoons)gegevens verzameld en verwerkt kunnen worden, bestaat de kans dat betrokkenen de controle over hun persoonsgegevens (deels) verliezen. Door het 'uitleesmoment' weer zichtbaar te maken, krijgen de betrokkenen de controle over hun gegevensverwerkingen terug. Tegelijkertijd opent het de mogelijkheid om zelf de RFID-tag te bevragen.

Enkel wanneer een betrokkene wetenschap heeft van de aanwezigheid van RFID kan deze gefundeerde beslissingen nemen omtrent het gebruik ervan. Wil de betrokkene extra informatie over het product opvragen via de RFID-chip? Wil de betrokkene de RFID-chip bij de kassa laten uitschakelen? Of wil de betrokkene de chip aan laten staan zodat de slimme huishoudapparaten het product herkennen? Een betrokkene kan pas een antwoord formuleren op deze vragen wanneer hij of zij bewust is van de aanwezigheid en de functionaliteiten van de RFID-toepassing.

### 3.3 VERTROUWEN EN ACCEPTATIE

Wil de betrokkene een gerechtvaardigd vertrouwen kunnen ontwikkelen in de toepassing van RFID-technologie, dan moet deze op de hoogte zijn van de aanwezigheid van RFID en een besef hebben hoe en waarom de technologie wordt gebruikt en wat hij of zij ermee kan. Wetenschap dat RFID aanwezig is en mogelijkheden voor de betrokkene om op basis van deze informatie keuzes te maken omtrent de omgang met RFID, draagt bij aan het vertrouwen en daarmee de acceptatie van RFID-technologie. Het is voor het vertrouwen in RFID-technologie dan ook van belang om de betrokkene goed te informeren. Het visualiseren van de aanwezigheid van RFID kan hieraan bijdragen.

## 4. LOGO SYSTEMEN

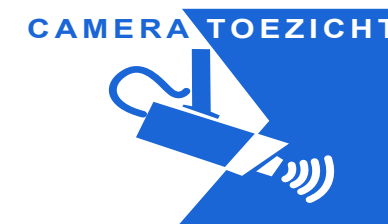
De in deze verkenning onderzochte manier om de aanwezigheid van RFID technologie in de omgeving (en het gebruik ervan) inzichtelijker te maken is het creëren van een op consumentgericht logo systeem. Een logo (of een systeem bestaande uit een aantal logo's) lijkt een geschikte manier om bij te dragen aan de realisatie van de in hoofdstuk 3 beschreven doelstellingen.

Door middel van eenvoudige beeldmerken kan een betrokkene in één oogopslag zien of een product, document of plaats al dan niet RFID bevat. Ook kan informatie worden verschaft over het type RFID, de beveiliging en de toepassing. Een logo / logo systeem kan op diverse manieren gestalte krijgen. Hierbij kan een onderscheid worden gemaakt tussen attenderen, informeren en keuren.

### 4.1 ATTENDEREN

De eerste functie die een logo systeem kan vervullen is die van attending. De functie van een logo systeem is in deze context enkel het informeren dat RFID aanwezig is. Door het voeren van een herkenbaar RFID-logo wordt de zichtbaarheid en herkenbaarheid van RFID vergroot. Een attendingssysteem zegt dus verder niets over de functie en de toepassing van het RFID-systeem, de leesafstand of de gebruikte technologie. Er kan zowel op de aanwezigheid van tags als van readers worden geattendeerd.

Wil een attendingssysteem toegevoegde waarde hebben, dan moet via andere kanalen (folders, websites, posters enzovoorts) aanvullende informatie over de toepassing worden verschaft. Een goed voorbeeld van een attendingssysteem dat nu al in gebruik is, is de attending op cameratoezicht.



Bron: Politie Amsterdam-Amstelland

### 4.2 INFORMEREN

Een informatief systeem gaat een stapje verder dan een attendingssysteem en verschaft de eindgebruiker in één oogopslag aanvullende informatie. In het geval van RFID zou bijvoorbeeld informatie kunnen worden verschaft over het type RFID dat gebruikt wordt, de leesafstand en de beveiliging. Naast deze technische aspecten zou ook meer aanvullende informatie verschaft kunnen worden over de toepassing zelf. Is het bijvoorbeeld een logistieke toepassing, een betaaloplossing of een anti-diefstalsysteem?

Een goed voorbeeld van een logo systeem dat aanvullende informatie geeft is de NICAM Kijkwijzer. De Kijkwijzer geeft niet alleen aan voor welke leeftijd een programma geschikt is, maar ook of het programma geweld, seks, schuttingtaal en dergelijke bevat.



Afbeelding: Kijkwijzer-systeem.  
Bron: Kijkwijzer / NICAM.

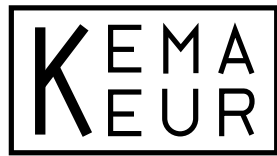


## 4. LOGO SYSTEMEN

### 4.3 KEURMERK

Een keurmerk is een visuele indicatie dat een product of dienst voldoet aan bepaalde kwaliteitseisen. Een keurmerk kan bij de betrokkene onzekerheid wegnemen omtrent bijvoorbeeld de technische kwaliteit van een product of de betrouwbaarheid van een dienstverlener. De vereisten voor een keurmerk moeten worden getoetst door een onafhankelijke en betrouwbare instelling.

Een bekend keurmerk is het 'Kema Keur', een veiligheidskeurmerk voor elektrotechnische producten. Voor tal van producten en diensten bestaan echter keurmerken. Mogelijke criteria voor een RFID-keurmerk kunnen zijn: veiligheid, privacybeleid en betrouwbaarheid.



Afbeelding: Kema Keur. Bron: Kema

### 4.4 BESTAANDE RFID-LOGO SYSTEMEN

Omdat logo's zo'n sterke zeggingskracht hebben en direct een gevoel kunnen oproepen of een boodschap over kunnen brengen, worden logo's op uitgebreide schaal ingezet door zowel publieke als private partijen.

#### LOGO SYSTEMEN ALGEMEEN

Voor de meest uiteenlopende toepassingen en producten bestaan logo systemen. Het is van belang dat een RFID logo qua boodschap en functie onderscheiden kan worden van reeds bestaande logo's. Er moet daarnaast gewaakt worden voor een 'wildgroei' aan logo's, waardoor de logo's hun zeggingskracht verliezen. De meeste consumenten weten bijvoorbeeld nu al niet wat bepaalde logo's betekenen. Bij de communicatie van het RFID-logo dient hier rekening mee gehouden te worden.<sup>7</sup>

#### RFID-SPECIFIEKE LOGO SYSTEMEN

Het is van belang te beseffen dat voor bepaalde toepassingen en sectoren reeds RFID logo systemen bestaan. Hierbij kan onder andere gedacht worden aan het GS1 EPCglobal logo, het logo voor contactloos betalen, het logo voor de OV-Chipkaart en het logo voor elektronische reisdocumenten.

Het is zaak om een logo systeem voor RFID zoveel mogelijk complementair te laten zijn aan reeds bestaande logo's. Wanneer bestaande logo's de aanwezigheid en functionaliteit van RFID duidelijk kunnen maken aan een betrokkene bestaat er geen noodzaak tot het voeren van een generiek RFID-logo. In dergelijke gevallen zou ook het voeren van het specifieke logo kunnen volstaan. Hiervoor is het wel belangrijk dat de betrokkene bij het zien van het specifieke logo zich ook daadwerkelijk bewust is van het feit dat er draadloos/onzichtbaar gegevens verstuurd kunnen worden.



Afbeeldingen van links naar rechts: het EPC Logo, het logo voor contactloos betalen, het logo voor de OV-chipkaart en het logo voor elektronische reisdocumenten. Bronnen: GS1 EPCglobal, VISA, Translink Systems, Ministerie van Binnenlandse Zaken.

<sup>7</sup> Zie voor een bespreking van deze problematiek: LNV Consumentenplatform (2007), *Het etiket, waar staat dat voor?* 9 november 2007 en Valk, van der, W.D.M., Zeijden, van der, P.Th. (2002), *Keurmerken, erkenningsregelingen en certificaten: Klare wijn of rookgordijn?* EIM, Zoetermeer

## 5. SCOPE

RFID kan voor tal van toepassingen worden gebruikt die variëren van voorraadbeheer tot betalen met je mobiele telefoon. Een eerste vraag die dus gesteld dient te worden is wat de scope van het logo systeem moet zijn. Hierbij moeten wij benadrukken dat het gaat om een op consumenten gericht logo. Voorts zijn bij de bepaling van de scope de volgende aspecten van belang:

### 5.1 TOEPASSINGEN

De eerste vraag die moet worden gesteld bij het creëren van een logo systeem is welke toepassingen onder het systeem dienen te vallen. Hierbij kan allereerst een onderscheid worden gemaakt tussen productgebonden en persoonsgebonden toepassingen.

#### Productgebonden toepassingen

Bij productgebonden toepassingen gaat het om de contactloze identificatie van objecten. Veelvoorkomende toepassingen zijn:

- voorraadbeheer en stroomlijning logistiek
- tracking and tracing
- asset management
- inventory visibility

Bij productgebonden toepassingen speelt allereerst de vraag of het gebruik van RFID de consument überhaupt wel raakt. Met name bij voorraadbeheer en 'supply chain management' komt de RFID-chip niet in contact met consumenten. Zichtbaarheid is hier met het oog op consumentenbescherming minder relevant.

Bij productgebonden toepassingen zit de RFID-chip/tag op het product zelf of in de verpakking (item level tagging). Momenteel zijn er echter nog weinig toepassingen waarbij RFID op itemniveau wordt gebruikt. Dit heeft primair met de stand van de techniek, de kosten en de verschillende belangen in de keten te maken. Daar waar RFID ketenoverschrijdend wordt gebruikt zit de tag meestal (nog) niet op het individuele product, maar op de lastdrager (bijvoorbeeld op pallet-, trolley, of omdoosniveau). Bij inventory management (bijvoorbeeld het kunnen volgen van een bloedpomp in een ziekenhuis, of het beveiligen van een kostbaar kunstwerk) zit de RFID-tag over het algemeen wel op het product zelf. Dit is mogelijk omdat de waarde van het product over het algemeen groter is en er sprake is van een gesloten systeem (met andere woorden, geen ketenoverschrijdend gebruik).

Bij productgebonden toepassingen speelt het *type product* of de *productgroep* een belangrijke rol bij de uiteindelijke inkleding en positionering van een logo systeem. Denk bijvoorbeeld aan een onderscheid tussen elektronica, confectionarie of levensmiddelen. Consumenten zullen waarschijnlijk bij elke productgroep een andere perceptie en/of verwachting hebben van het logo systeem. Zo zal een betrokkene bijvoorbeeld bij de toepassing van het logo systeem bij elektronica eerder het idee kunnen krijgen dat het gaat om de toelichting van de functionaliteit van het product (een feature), terwijl bij de toepassing op levensmiddelen wellicht eerder het idee ontstaat dat het een kwaliteitsaanduiding is voor het product.

## 5. SCOPE

### Persoonsgebonden toepassingen

Bij persoonsgebonden toepassingen gaat het om de koppeling van personen aan diensten. In veel gevallen is hiervoor unieke persoonlijke identificatie noodzakelijk die door RFID gefaciliteerd kan worden. Voorbeelden van toepassingen zijn:

- toegangscontrole (ticketing, paspoortcontrole)
- openbaar vervoer (OV-chipkaart)
- location based services
- betalingen

De meest voorkomende drager waarin RFID voor persoonsgebonden toepassingen is opgenomen is de werknemerspas. Ook de OV-chipkaart en het biometrisch paspoort zijn dragers waarin een RFID-tag is opgenomen. Naast deze gangbare dragers wordt met name de mobiele telefoon steeds vaker uitgerust met RFID-technologie, meer specifiek gaat het dan om de toepassing van zogenaamde Near Field Communication (NFC) chips.

### 5.2 SECTOREN

Binnen diverse sectoren wordt RFID gebruikt, of gaat RFID op de korte- tot middellange termijn gebruikt worden. Voorbeelden zijn transport en logistiek, de agro/food sector, de zorg, de detailhandel, de horeca en het openbaar vervoer. Binnen deze diverse sectoren kunnen (eind)gebruikers (consumenten, patiënten, burgers, passagiers) in verschillende hoedanigheden in aanraking komen met RFID-technologie.

Voor deze verschillende sectoren zijn diverse toepassingsmogelijkheden die uit kunnen gaan van verschillende verhoudingen tussen beheerders en gebruikers, die worden beheerst door verschillende wettelijke kaders en die gebaseerd zijn op verschillende technologieën. De perceptie van de betrokkene kan op basis van deze verschillende verhoudingen aanzienlijk verschillen. Hiermee dient bij de positionering van het logo systeem terdege rekening te worden gehouden.

### 5.3 TECHNOLOGIEËN

Afhankelijk van de toepassing en de daarbij behorende omgevingsfactoren wordt voor een bepaald type RFID gekozen. Verschillende soorten RFID hebben verschillende eigenschappen. Hierbij kan gedacht worden aan onder andere leesafstanden, beveiligingsniveaus en opslagcapaciteit. Informatie over deze technische aspecten (met name leesafstand en beveiliging) kan voor de betrokkene van belang zijn. Hierbij past wel de nuancering dat de gemiddelde betrokkene waarschijnlijk niet geïnteresseerd is in een uitgebreide uiteenzetting van de technologie.

## 6. WET- EN REGELGEVING

Zoals eerder aangegeven is het wenselijk om een betrokkene te informeren over de aanwezigheid van RFID in zijn of haar leefomgeving. Daarnaast kan er ook een informatieplicht voortvloeien uit wet- en regelgeving. Hiervan is met name sprake wanneer er met behulp van RFID persoonsgegevens worden verwerkt. Indien dit het geval is dat dient op grond van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) de betrokkene geïnformeerd te worden over de toepassing (hoofdstuk 5, meer specifiek artikel 33 Wbp). Hierbij gaat het niet in strikte zin om de mededeling aan de betrokkene dat RFID gebruikt wordt om persoonsgegevens te verwerken, maar veeleer om de toepassing in zijn geheel.<sup>8</sup>

Er bestaat als zodanig nog geen wetgeving die het zichtbaar maken van RFID in zijn algemeenheid verplicht. Wel gaan er in de Europese en Nederlandse politiek stemmen op om RFID logo systemen in te voeren.<sup>9</sup> Binnen de Europese Unie wordt momenteel gewerkt aan een aanbeveling over RFID. De verwachting is dat deze aanbeveling in het voorjaar van 2009 gereed is.<sup>10</sup> Met name voor retailtoepassingen wordt hier naar verwachting aanbevolen dat nationale overheden de invoering van een RFID logo systeem moeten stimuleren. Dit politieke geluid op nationaal en internationaal niveau is een van de aanleidingen geweest voor het doen van deze verkenning.

### 6.1 OPT-IN VERSUS OPT-OUT

Een belangrijk deel van de discussie rondom RFID en privacy concentreert zich op de vraag of een RFID-systeem dat met betrokkenen in aanraking komt, uit moet gaan van het principe van *opt-in* of dat van *opt-out*.

Bij *opt-in* staat de RFID-tag standaard uit, of wordt standaard bij het point-of-sale (de kassa) gedeactiveerd. De betrokkene kan er vervolgens voor kiezen de RFID-tag te activeren bij het point-of-sale. Bij *opt-out* staat de RFID-tag standaard aan, maar kan de betrokkene ervoor kiezen de RFID-tag bij het point-of-sale uit te schakelen.

Vooralsnog wordt wetgeving die een verplichting aan leveranciers of verkopers oplegt om de RFID-chip onklaar te maken na de verkooptransactie (een opt-in regime) niet overwogen. De belangrijkste reden die de wetgever hiervoor geeft is dat de functionaliteit van de RFID-chip ook na de aanschaf van een product voor betrokkenen reden kan zijn om de chip niet onklaar te maken, bijvoorbeeld als de chip informatie bevat die de moeite waard is thuis uit te lezen.<sup>11</sup>

Nu vooralsnog geen opt-in regime wordt overwogen is het zaak om aan de betrokkene duidelijk te maken dat een product RFID bevat. Hier kan een logo systeem aan bijdragen. Wat relevant is om te vermelden is dat een logo systeem voor een effectief opt-out regime welhaast noodzakelijk is, maar een eventuele latere keuze voor een opt-in regime niet in de weg staat.

<sup>8</sup> Een goed voorbeeld is de AH bonuskaart: het gaat bij de bonuskaart niet zozeer om het feit dat de gebruikte methode om de consument te identificeren een barcode is, maar om het gebruik en doelstellingen van het systeem als geheel.

<sup>9</sup> Zie bijvoorbeeld de kamervragen van het kamerlid Vos (PVDA), Tweede Kamer, vergaderjaar 2007–2008, Aanhangsel, 851

<sup>10</sup> De aanbeveling heeft de volgende werktitel: "Draft Recommendation on the implementation of privacy, data protection and information security principles in applications supported by Radio Frequency Identification (RFID)"

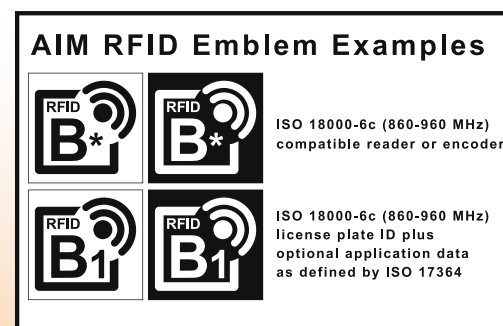
<sup>11</sup> Antwoorden op de Kamervragen van het kamerlid Vos (PVDA), Tweede Kamer, vergaderjaar 2007–2008, Aanhangsel, 851

## 7. INTERNATIONALE DIMENSIE

Voor het succes van een logo systeem is mondiale, of op zijn minst Europese, harmonisatie van doorslaggevend belang. Gezien het grensoverschrijdende karakter van RFID-toepassingen (voornamelijk waar dit grensoverschrijdende handel betreft), is internationale afstemming en standaardisatie onontbeerlijk.

### 7.1 MONDIAAL

Het verdient grote voorkeur dat de ontwikkeling van een logo systeem op mondiaal niveau plaatsvindt. Een belangrijke eerste stap is een internationaal gedragen standaard voor een logo systeem. ISO lijkt de aangewezen organisatie om hierbij tot een mondiale standaard te komen.<sup>12</sup> In ISO verband wordt reeds gewerkt aan een logo systeem voor RFID. De ISO normcommissie ISO/IEC JTC1 SC31 (Automatic Identification and Data Capture Techniques) heeft in juni 2008 een 'proposal for a new work item' goedgekeurd dat was ingebracht door AIM Global, de branchevereniging voor de automatische identificatie industrie.<sup>13</sup> Doel van dit work item is het creëren van een universeel RFID logo systeem. Hoewel het work item werd goedgekeurd werd het concept logo systeem dat tegelijkertijd door AIM werd ingebracht niet geaccepteerd als de universele standaard voor een consumentenlogo.



Afbeelding: Voorbeelden van het AIM Global RFID Emblem.  
Bron: AIM Global

Het door AIM voorgestelde logo systeem dient een tweeledig doel: 1) het voorlichten van de betrokkene over de aanwezigheid van RFID (attending) en 2) het duidelijk maken wat de technische eigenschappen van de RFID-toepassing zijn.<sup>14</sup>

Het AIM logo systeem is met name voor deze tweede doelstelling ontwikkeld. Het logo systeem geeft veel informatie over het type RFID en de technische specificaties daarvan. Het logo is echter minder geschikt als logo gericht op consumenten, omdat de betrokkene geen inzicht heeft in de betekenis van de verschillende coderingen die in het logo zijn opgenomen.

### 7.2 REGIONAAL (EUROPA)

Hoewel een mondiaal systeem sterk de voorkeur geniet, valt het niet uit te sluiten dat er op mondiaal niveau niet, of niet op tijd, consensus ontstaat. In een dergelijk geval zal in ieder geval binnen Europa moeten worden gestreefd naar de ontwikkeling van een geharmoniseerd logo systeem.

Inmiddels zijn de eerste ontwikkelingen op dit gebied van start gegaan. Naast Nederland is met name Duitsland actief op het gebied van RFID etikettering. Zo heeft het Duitse Informationsforum RFID een prijsvraag gelanceerd voor de ontwikkeling van een RFID-logo (met enkel een attenderingsfunctie). Dit heeft halverwege oktober geleid tot het volgende logo:



Het Duitse logo-ontwerp is op 24 november 2008 besproken tijdens een stakeholder bijeenkomst in Brussel met de Europese Commissie. Voornaamste conclusie was dat in Europees verband verder samengewerkt zal worden aan een RFID logo systeem. Een en ander moet zijn beslag gaan krijgen via een nog op te zetten 'Thematisch RFID Netwerk'. In het voorjaar van 2009 zal de Europese Commissie haar aanbeveling over RFID en privacy presenteren, waarin naar alle waarschijnlijkheid ook de invoering van een logo systeem zal worden genoemd.<sup>15</sup>

Inmiddels heeft de Europese Commissie CEN aangewezen als de organisatie die de primaire verantwoordelijkheid draagt binnen Europa voor standaardisatie-initiatieven op het gebied van security en privacy bij RFID. Het verdient daarom de voorkeur om eventuele initiatieven tot de ontwikkeling van een Europees logo systeem via CEN te laten verlopen.<sup>16</sup>

### 7.3 NATIONAAL

Het invoeren van een specifiek nationaal logo wordt sterk afgeraden. Handel is in onze huidige geglobaliseerde economie haast per definitie internationaal. Dit betekent dat voor verschillende landen verschillende logo's zullen ontstaan (of wellicht zelfs dat Nederland als enige land tot het voeren van een RFID-logo overgaat). Een wildgroei aan logo's en labellingsvereisten zal tot hogere kosten voor het bedrijfsleven leiden, die uiteindelijk worden doorberekend aan de betrokkene. Daarnaast ontstaat de kans dat de betrokkene geconfronteerd wordt met uiteenlopende logo's, waardoor verwarring bij de betrokkene ontstaat.

Geconcludeerd kan worden dat de ontwikkeling van een nationaal logo dat niet internationaal gestandaardiseerd wordt, naar alle waarschijnlijkheid zal zorgen voor belemmeringen voor de internationale handel, een nadelige invloed heeft op de ontwikkeling van de Europese interne markt en tot verwarring bij de betrokkenen zal leiden.

<sup>15</sup> "Recommendation on the implementation of privacy, data protection and information security principles in applications supported by Radio Frequency Identification (RFID)"

<sup>16</sup> Standardisation mandate to the European standardisation organisations CEN, CENELEC and ETSI in the field of information and communication technologies applied to Radio Frequency Identification (RFID) and systems.



# ANALYSE ONTWIKKELING EN

## 8. IMPLEMENTATIE LOGO SYSTEEM

In dit hoofdstuk wordt aan de hand van de hierboven besproken achtergrondinformatie gekeken of een logo systeem haalbaar is en zo ja, in welke vorm. Hiertoe worden in dit hoofdstuk de mogelijke opties en vereisten voor een logo systeem opgesomd en wordt gekeken hoe de inkleding van deze vereisten gestalte moet krijgen.

### 8.1 HERKENBAARHEID

Het belangrijkste punt voor het succes van een RFID logo systeem is de herkenbaarheid van de boodschap die met het systeem overgedragen wordt. Met andere woorden, de betrokkene moet de boodschap begrijpen die het logo tracht over te brengen. In deze paragraaf wordt gekeken in welke vorm een RFID logo systeem het meest herkenbaar is voor de betrokkene.

#### ATTENDERING

Attendering is de simpelste vorm voor een RFID logo systeem. Bij dit systeem bestaat er één universeel symbool dat aangeeft dat een object RFID bevat, of dat op een plaats RFID aanwezig is. Het RFID-logo kan op een product geplaatst worden of in de verpakking (idealiter op de plek waar de chip daadwerkelijk zit), maar in veel gevallen zou een algemene attendering ook kunnen volstaan (bijvoorbeeld in de winkel, op het schap, of bij het point-of-sale). Bij de attendering kan nog een onderscheid worden gemaakt tussen de attendering op de aanwezigheid van een RFID-tag (het apparaat dat informatie uitzendt) en/of de aanwezigheid van een RFID-reader (het apparaat dat informatie verzamelt).

Dit onderscheid is van belang, omdat het feit dat ergens een RFID-tag in zit, nog niet betekent dat deze ook daadwerkelijk continu wordt uitgelezen. Uitleesmomenten zijn alleen op die plaatsen waar een reader aanwezig is. Het attenderen op de aanwezigheid van leesapparaten kan bijdragen aan het bewustzijn van de betrokkene dat gegevens uitgelezen kunnen worden op specifieke plekken en momenten.

Voordeel van een attenderingssysteem is dat het herkenbaarheid bij de betrokkene (bij goede vermarkting) potentieel hoog is. Een betrokkene hoeft via het logo systeem geen aanvullende informatie te krijgen over de technische specificaties van RFID of de werking van RFID binnen een bepaalde toepassing. Hierdoor kan het logo eenvoudig en herkenbaar zijn.

Echter, dit is ook direct het nadeel van een attenderingssysteem. Omdat het logo op zichzelf geen aanvullende informatie verschaft over de technische werking, doelstellingen en/of toepassingen van het RFID-systeem, zal deze informatie op een andere manier alsnog aan de betrokkene ter beschikking moeten worden gesteld.



Bron: Bleijh Concepts & Design

#### INFORMEREN

Een informatief systeem geeft naast een attendering ook aanvullende informatie over de toepassing van RFID aan de betrokkene. Dit kan informatie zijn over de technische werking (is er sprake van een passieve of een actieve tag, wat is de leesafstand, wat is de frequentie) en/of de toepassing (betalen, logistiek, marketing, toegangscontrole et cetera). Het voordeel van een informatief systeem is dat het de betrokkene meer informatie biedt om beslissingen op te baseren dan een enkele attendering. Een groot nadeel echter is dat om daadwerkelijk toegevoegde waarde te bieden aan de betrokkene, alomvattendheid van het systeem noodzakelijk is. Met andere woorden, het systeem moet alle (technische) verschijningsvormen van RFID dekken, alsmede alle mogelijke toepassingen. Het lijkt praktisch onhaalbaar om al deze informatie over te brengen aan de betrokkene in de vorm van enkele beeldmerken.



Afbeelding: concept voor een informatief logo systeem voor RFID. Bron: Bleijh design

De hier weergegeven voorbeeldlogo's illustreren dit punt. Om welke toepassingen gaat het? En hoe wordt de toepassing technisch ingevuld? Deze vragen worden niet adequaat beantwoord. Hierdoor ontstaat het risico dat de betrokkene het logo systeem verkeerd interpreteert en hieraan verwachtingen of voorstellingen ontleent die niet overeenkomen met de werkelijkheid.

#### KEURMERK

Een keurmerk vervult allereerst een attenderingsfunctie. Naast attendering vervult een keurmerk bovenal een 'vertrouwensfunctie'. De betrokkene moet bij het zien van het logo er op kunnen vertrouwen dat aan een aantal kwaliteitseisen wordt voldaan. Vanuit het oogpunt van herkenbaarheid en consumentenvertrouwen is dit dus een voordeel van een keurmerk boven een attenderingssysteem en een informatief logo systeem. Nadeel van een keurmerk is dat niet direct duidelijk is op welke kwaliteitseisen het keurmerk toeziet.

### 8.2 POSITIONERING

De positionering van een logo systeem heeft betrekking op het 'gevoel' dat een logo systeem oproept bij de betrokkene. Het beeld dat een betrokkene krijgt bij het zien van een bepaald logo kan een volledig ander beeld zijn dan hetgeen met het logo getracht wordt over te brengen. De interpretatie van het logo is niet alleen afhankelijk van de 'vorm' van het logo, maar ook van de manier waarop het logo in de markt gezet wordt en de manier waarop verschillende partijen bewust of onbewust de perceptie van het logo beïnvloeden.

*Een goede positionering is cruciaal voor het succes van een RFID logo systeem.*

Bij de positionering van een RFID logo systeem spelen de belangen van de verschillende partijen een voorname rol. Voor toepassers van RFID is het van belang dat een logo systeem niet per definitie door de betrokkene als waarschuwing wordt gezien. Een dergelijk positionering zou RFID ten onterechte afspiegelen als een voor consumenten 'gevaarlijke' technologie. Vanuit het oogpunt van consumentenbescherming is het echter ook van groot belang dat een RFID logo systeem geen 'doekje voor het bloeden' wordt. Met andere woorden, de introductie

# ANALYSE ONTWIKKELING EN 8. IMPLEMENTATIE LOGO SYSTEEM

van een RFID logo systeem ontslaat bedrijven niet van hun verplichtingen om een goed (privacy)beleid voor RFID toepassingen te ontwikkelen. Een logo systeem kan een remmende werking hebben op de ontwikkeling van dergelijke policies. Bij de introductie van een logo systeem is het dus zaak om het logo (of logo's) dusdanig te positioneren dat recht wordt gedaan aan de belangen van alle stakeholders.

Hierbij speelt het ontwerp van het logo een belangrijke rol. Verschillende design elementen kunnen een bepaalde associatie (positief of negatief) oproepen bij de consument.



Afbeelding: De Duitse burgerrechtenorganisatie FoeBuD staat afwijzend tegenover RFID-technologie. Deze houding is duidelijk weerspiegeld in de wijze waarop zij hun voorstel voor een 'RFID-Warn und Gefahrenzeichen' positioneren. Het ontwerp roept duidelijke associaties met gevaar op door de kleurstelling, vorm en de gelijkenis met het logo voor radio-activiteit. Bron: FoeBuD EV

Zelfs de kleur van een logo kan reeds een positieve of een negatieve associatie oproepen. Bij de positionering van een RFID-logo dient daarom terdege rekening te worden gehouden met de associaties dat een logo bij de consument oproept.



Afbeelding: Verschillende kleuren roepen verschillende emoties op. Bron: Bleijh Concepts & Design

Een ander belangrijk aandachtspunt voor de positionering van een uniform RFID logo systeem dat onafhankelijk is van specifieke toepassingen of sectoren, is dat de associatie die het logo systeem oproept bij de betrokkene niet zozeer aan de aanwezigheid van RFID wordt gekoppeld, maar eerder aan de toepassing. Het risico ontstaat vervolgens dat associaties die betrokkenen hebben bij een bepaalde toepassing 'afstralen' op andere toepassingen in volledig andere sector, zowel in positieve als in negatieve zin. Er moet gewaakt worden voor het risico dat een bepaalde toepassing de positionering van het logo systeem gaat domineren. Hieronder worden de uitdagingen voor de positionering van verschillende logo systemen nader uiteen gezet per type logo systeem.

## ATTENDERING

Een attendering is in feite niet meer dan een neutrale aanduiding dat een object RFID bevat, of dat RFID op een bepaalde plaats aanwezig is. Echter, deze op zichzelf neutrale boodschap kan zowel positief als negatief uitgelegd worden door de betrokkene. De vormgeving en positionering van een attenderings-logo door toepassers van RFID zelf, alsmede de invloed van (andere) partijen uit het maatschappelijk middenveld, zullen uiteindelijk de interpretatie door de betrokkene in aanzienlijke mate sturen.

Het is zaak om bij een attenderingssysteem het logo dusdanig te vermarkten dat niet de indruk wordt gewekt dat het om een waarschuwing gaat. Ook moet voorkomen worden dat ten onrechte de suggestie wordt gewekt dat het gebruik van het logo de toepassing per definitie veilig of acceptabel maakt. Veeleer moet de attendering werken

als een beslismoment cq. 'trigger' voor de betrokkene op basis waarvan hij of zij zijn acties kan baseren. Zo kan een attendering bij een schilderij in een museum voor de betrokkene betekenen dat er meer informatie opgevraagd kan worden over het schilderij, terwijl een attendering op een paar schoenen de betrokkene bewust maakt van het feit dat hij of zij een keuze heeft om wel of niet de RFID-tag te accepteren.

## INFORMATIEF

Bij de positionering van een informatief logo systeem is het van groot belang dat de betrokkene weet uit welke elementen het logo systeem is opgebouwd en wat deze verschillende elementen betekenen. Hierbij speelt het probleem dat een informatief logo systeem alomvattend moet zijn om effectief te zijn. Het lijkt onmogelijk om een korte, krachtige beeldtaal voor RFID te ontwikkelen die alle eigenschappen van verschillende RFID-toepassingen weet te vangen. Wanneer er onduidelijkheid bestaat over de elementen waaruit een logo systeem is opgebouwd en hoe deze elementen geïnterpreteerd moeten worden door de betrokkene ontstaat er een aanzienlijk risico dat de betrokkene onnodig verward wordt door het logo systeem. Een waarschijnlijke reactie van de betrokkene zal zijn dat deze het logo systeem per definitie als een waarschuwing interpreteert. Dit maakt een goede, neutrale positionering van een informatief RFID-systeem dat toegevoegde waarde moet bieden aan de betrokkene eigenlijk onmogelijk.

## KEURMERK

Een keurmerk is bij uitstek geschikt om vertrouwen te wekken bij de betrokkene. Wanneer een keurmerk vanuit een organisatie wordt gelanceerd welke veel vertrouwen geniet bij de betrokkene (zoals de centrale overheid, de Consumentenautoriteit of de Consumentenbond), zal de betrokkene het logo systeem waarschijnlijk positief ontvangen.

Echter, gezien de vele verschillende criteria die spelen bij een gerechtvaardigd vertrouwen in RFID zal het waarschijnlijk voor de betrokkene onduidelijk zijn op basis van welke criteria een keurmerk is verleend.<sup>17</sup> Hierdoor ontstaat het risico dat de betrokkene een verkeerd beeld krijgt van de eigenschappen van het systeem waar hij vertrouwen aan ontleent. Slechts wanneer een keurmerk alomvattend is (met andere woorden alle criteria omvat die bij het vertrouwen van de betrokkene een rol kunnen spelen) kan het systeem voldoen aan de verwachtingen van de betrokkene. Wanneer dit niet het geval is, zal de betrokkene teleurgesteld worden in de waarde van het systeem en het vertrouwen er in snel opzeggen.

Om een gerechtvaardigd vertrouwen te kunnen ontleen aan een keurmerk moet de betrokkene de garantie hebben dat RFID-toepassers voldoen aan de vereisten waarop het keurmerk is gebaseerd. Dit betekent dat een effectief handhavingsapparaat noodzakelijk is. Wanneer dit handhavingsapparaat niet effectief werkt, kan de betrokkene geconfronteerd worden met toepassingen die niet voldoen aan de vereisten, maar desalniettemin het keurmerk voeren. Er zijn slechts enkele incidenten nodig om het vertrouwen in een keurmerk volledig te ondermijnen.

## 8.3 TOEPASSINGSNIVEAU

Een RFID logo systeem kan op diverse plaatsen worden ingezet. Voorbeelden zijn: een algemene attendering binnen een fysieke ruimte (vergelijk de bordjes cameratoezicht), markeren van RFID leesapparaten (readers), markeren van RFID tags op producten (vergelijk het GS1 EPCglobal logo) en het informeren via folders bij bijvoorbeeld een kassa of informatiebalie. Een logo systeem, als onderdeel van een breder pallet aan maatregelen, is een waardevol hulpmiddel om RFID op diverse niveaus zichtbaar te maken.

<sup>17</sup> Zie voor een bespreking van deze problematiek: LNV Consumentenplatform (2007), Het etiket, waar staat dat voor? 9 november 2007 en Valk, van der, W.D.M., Zeijden, van der, P.Th. (2002), Keurmerken, erkenningsregelingen en certificaten: Klare wijn of rookgordijn? EIM, Zoetermeer.

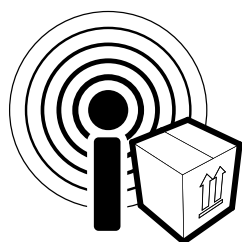
De Consuwijzer heeft een aparte pagina in het leven geroepen waar consumenten kunnen zien wat een keurmerk inhoudt: [www.consuwijzer.nl/keurmerken](http://www.consuwijzer.nl/keurmerken).

# ANALYSE ONTWIKKELING EN

## 8. IMPLEMENTATIE LOGO SYSTEEM

### PRODUCTNIVEAU

De 'dekking' van een RFID logo systeem is het beste wanneer elk product dat een RFID-tag bevat van een logo wordt voorzien. Daar waar RFID-toepassingen met de betrokkene in aanraking komen is een etikettering op productniveau dus het meest wenselijk. Een dergelijke ambitieuze aanpak kan echter wel zijn weerslag hebben op de introductie van RFID, omdat bedrijven extra kosten moeten maken voor het aanbrengen van een RFID logo op het product of de verpakking. Aanvankelijk zullen deze kosten met name door de partijen aan het eind van de keten gedragen moeten worden, omdat een logo niet noodzakelijkerwijs al bij de productie aangebracht wordt. Bij producten speelt verder de complicatie dat er over het algemeen beperkte ruimte beschikbaar is op de verpakking of het product. Uitgebreide logo systemen op een verpakking zijn dus moeilijk te realiseren.



Aanwezigheid product  
Bron: Bleijh Concepts & Design



Aanwezigheid leesapparatuur  
Bron: Bleijh Concepts & Design

### AANWEZIGHEID LEESAPPARATUUR

Hoewel een logo op productniveau wenselijk kan zijn, is het uiteindelijk voor de betrokkene ook van belang om te weten waar en wanneer er daadwerkelijk informatie uitgelezen (kan) worden. Een enkele attendering op een product zal de betrokkene alleen bewust maken van het feit dat er informatie uitgelezen kan worden. Indien de leesapparatuur ook gemarkeerd wordt, kan de betrokkene ook zien wanneer er een uitleesmoment (kan) zijn. Dit geeft de betrokkene meer inzicht in de momenten waarop gegevens (kunnen) worden verwerkt en daarmee meer mogelijkheden tot controle over deze gegevens.

### COMBINATIE MET BESTAANDE LOGO SYSTEMEN

Zoals eerder aangegeven dient de toepassing van een RFID logo systeem zoveel mogelijk complementair te zijn aan de toepassing van reeds bestaande logo systemen voor RFID. Hoewel maximale zichtbaarheid en toepassing van één uniform logo systeem het uitgangspunt dient te zijn, kan het zinvol zijn reeds bestaande logo's voorrang te geven bij de plaatsing. Wanneer bijvoorbeeld een bestaand RFID-logo effectief de boodschap kan overbrengen dat in een product RFID aanwezig is en hiermee de doelstellingen uit hoofdstuk gerealiseerd kunnen worden, dan is het waarschijnlijk niet direct zinvol om twee logo's op een product te plaatsen. In dergelijke gevallen kan het zinvol zijn om in aanvullende informatie over de RFID-toepassing de relatie tot het 'algemene' RFID logo duidelijk te maken (bijvoorbeeld via een folder of website). Er zal uiteindelijk per sector en per toepassing gekeken moeten worden in hoeverre de plaatsing van het logo (of de logo's) zich moet verhouden tot reeds bestaande beeldmerken of andere wijzen van attendering.

### 8.4 INVOERING

Vanuit het oogpunt van internationale harmonisatie is het verstandig om qua invoering van een logo systeem het mondiale en/of Europese standaardisatie- en besluitvormingsproces te volgen. Uiteraard kan Nederland, wanneer daar een wens vanuit de politiek en de markt toe bestaat, een voortrekkersrol in deze discussie vervullen. Gezien het feit dat RFID nog niet op grote schaal in onze samenleving is geïntroduceerd (de meeste applicaties zijn nog een aantal jaren weg), lijkt een omvangrijke lancering op dit moment niet zinvol. Bij nieuwe RFID-toepassingen zou het logo systeem via een 'soft launch' geïntroduceerd kunnen worden. De bewustwording rondom het logo kan dan langzaam groeien. Het lijkt niet verstandig om de betrokkene nu al op brede schaal voor te lichten over een logo dat slechts op een enkele plaats gevoerd moet worden.

### 8.5 TOEZICHT

Wil de betrokkene een gerechtvaardigd vertrouwen kunnen ontlenen aan een RFID logo systeem, dan moet deze er op kunnen vertrouwen dat het logo systeem bij zoveel mogelijk toepassingen van RFID wordt gevoerd. Ook moet de betrokkene erop kunnen vertrouwen dat wanneer er aan het logo kwaliteitseisen zijn verbonden, zoals in het geval van een keurmerk, er wordt toegezien op de naleving van deze kwaliteitseisen. Toezicht van overheidswege kan hierbij een steun in de rug zijn, maar is geenszins een noodzakelijke voorwaarde voor effectief toezicht. Daarnaast houdt het College bescherming persoonsgegevens reeds toezicht op de zorgvuldige verwerking van persoonsgegevens. Ongeacht de vorm van het toezicht zal de invulling ervan afhankelijk zijn van de keuze voor het type logo systeem. Daarom worden hieronder de verschillende aspecten van toezicht per logo systeem besproken.

### ATTENDERING

Het toezicht op een volledig dekkende uitrol van een attenderingssysteem is bepaald geen sinecure. Bij de handhaving speelt als eerste complicerende factor dat er verschillende spelers actief zijn in de diverse ketens waarbinnen RFID gebruikt wordt of gebruikt gaat worden. Het kan hiermee problematisch zijn aan wie de verantwoordelijkheid toegewezen moet worden om zorg te dragen voor de etikettering. Is dit per definitie de fabrikant of juist de retailer? Dergelijke antwoorden zijn niet eenvoudig te geven. Vaak wordt RFID toegepast binnen een keten waarbij bepaalde schakels in de keten geen invloed hebben op de werking van het systeem, of zich zelfs in het geheel niet bewust zijn van de aanwezigheid van RFID. Met name voor kleine spelers aan het eind van de keten (buurtwinkels, kleine zelfstandigen et cetera) die zelf geen RFID gebruiken, maar mogelijk wel van hun toeleveranciers producten ontvangen die RFID-chips bevatten, kan het moeilijk zijn om zorg te dragen voor de etikettering. Een mogelijke verplichte etikettering zou voor deze partijen zelfs onbillijk kunnen zijn, omdat het op aanzienlijke kosten jaagt voor een systeem waar zij zelf part noch deel aan hebben. Met betrekking tot de verantwoordelijkheid voor de etikettering kan dit probleem worden opgelost door de partij aan te wijzen die het doel en de middelen voor de RFID toepassing bepaalt. Een dergelijke constructie sluit mooi aan bij het begrip 'verantwoordelijke' dat in de Wbp wordt gehanteerd. Een tweede complicerende factor is de veelvoud aan toepassingen en verschijningsvormen, hetgeen een omvangrijk en kundig handhavingsapparaat vergt. Het lijkt voor de handhaving daarom zinvol om waar mogelijk aan te sluiten bij reeds binnen de branche bestaande handhavingsarrangementen.

# ANALYSE ONTWIKKELING EN

## 8. IMPLEMENTATIE LOGO SYSTEEM

### INFORMATIEF

Informatieve systemen kennen dezelfde handhavingsproblematiek als attenderingssystemen. Bij informatieve systemen ontstaat met betrekking tot de handhaving nog een extra probleem: verschillende partijen kunnen verschillende doeleinden hebben met dezelfde RFID-chip. Zo kan de fabrikant van een product logistieke doeleinden nastreven met de chip, terwijl de winkelier dezelfde chip uiteindelijk gebruikt voor marketing doeleinden. Het is zelfs mogelijk dat verschillende winkeliers verschillende doeleinden hebben met RFID op een bepaald product. Het is onduidelijk wie in dergelijke gevallen de uiteindelijke verantwoordelijkheid draagt voor het logo systeem en de informatie die het moet overbrengen. Het gevaar wat dan ontstaat is dat alle informatie maar wordt gegeven om in ieder geval niet te kort te schieten in de informatievoorziening. Het is echter maar zeer de vraag of een betrokkene gediend is bij een overvloed aan informatie. Bij het gebruik van RFID in de mobiele telefoon (NFC) speelt de complicatie dat de toepassing afhankelijk is van de concrete context. Zo zal de NFC chip het ene moment worden gebruikt als OV-chipkaart en het volgende moment als betaalpas.

### KEURMERK

Het succes van een keurmerk is volledig afhankelijk van de effectiviteit van de handhaving. Wanneer een betrokkene niet kan vertrouwen op de waarborgen die uit moeten gaan van het keurmerk, heeft een keurmerk voor RFID-toepassingen geen zin. De handhaving van een keurmerk voor RFID-toepassingen zal naar alle waarschijnlijkheid zeer problematisch zijn. Er spelen een drietal moeilijkheden bij effectieve handhaving van zo'n keurmerk.

De eerste moeilijkheid bij de handhaving van een RFID-keurmerk betreft de verschillende verschijningsvormen en de enorme scope van de toepassingen. Dit betekent dat omvangrijke toetsingscriteria opgesteld moeten worden die voor de toetsing een zeer omvangrijk handhavingsapparaat vergen. Dit brengt substantiële kosten met zich mee. Een tweede moeilijkheid bij de handhaving van een keurmerk is dat een keurmerk niet slechts informeert over de aanwezigheid en de toepassing van RFID, maar ook een oordeel velt over de betrouwbaarheid/veiligheid/wenselijkheid ervan. Echter, de toepassing van RFID staat niet op zichzelf, omdat RFID over het algemeen deel uit maakt van een breder (bedrijfs)proces (bijvoorbeeld een logistiek systeem, een betaaltoepassing of een marketingtoepassing). Wil een keurmerk zinvol zijn, dan moeten dus ook de overige onderdelen van het systeem (communicatie netwerken, achterliggende databases) en de bijbehorende procedures getoetst worden. Een derde moeilijkheid heeft betrekking op de sanctionering. Een belangrijke sanctie bij keurmerken is het wegnemen van het keurmerk. Echter, in het geval van een RFID-keurmerk is het verwijderen van het logo contra-productief. Wanneer het logo wordt verwijderd wordt er niet langer geattendeerd op de aanwezigheid van RFID. Een andere veelvoorkomende sanctie is 'naming and shaming', echter, hierbij bestaat het gevaar dat de negatieve associatie die het bedrijf of de organisatie krijgt door het 'namen en shamen', afstraalt op het keurmerk zelf. Slechts sanctionering van overheidswege in de vorm van bijvoorbeeld boetes lijkt effectief.

### 8.6 KOSTEN

De introductie van een nieuw logo systeem voor RFID brengt kosten met zich mee. Deze kosten kunnen worden uitgesplitst naar introductiekosten en handhavingskosten. Het valt buiten de scope van dit onderzoek om deze kosten te kwantificeren. Er wordt slechts aangegeven waar kosten gemaakt dienen te worden.

<sup>18</sup> In deze rapportage wordt primair de term betrokkene gehanteerd wanneer er wordt gesproken over een persoon die in aanraking komt met RFID. Dit omdat een persoon in verschillende hoedanigheden (consument, patiënt, burger et cetera) in aanraking kan komen met RFID.

### INTRODUCTIE

De eerste stap bij de introductie is het daadwerkelijk conceptualiseren en creëren van het logo.<sup>18</sup> Naast de ontwikkeling van het logo zelf is het ook verstandig om een perceptie-onderzoek te doen (hoe interpreteert de Nederlander het logo).

Om de boodschap te kunnen begrijpen die met een RFID-logo wordt overgebracht, moeten betrokkenen eerst bekend worden gemaakt met het logo. Het vermarkten van een RFID logo systeem brengt dan ook kosten met zich mee. Omdat de doelgroep zo diffuus is (alle Nederlanders), moet een uitgebreide bewustwordingscampagne worden opgestart.

De kosten voor het ontwikkelen van een grootschalige media-campagne omvatten onder andere het ontwerpen van artwork (posters, advertenties en dergelijke), ontwikkelen van reclamecampagnes voor gedrukte media en internet, maken van reclamespots voor radio en televisie en overig promotie- en voorlichtingsmateriaal (bijvoorbeeld een website). Naast de vormgeving van de campagne zal ook mediatijd ingekocht moeten worden.

Alternatief is het geleidelijk invoeren van een logo systeem. In deze situatie kunnen veel van de kosten voor het vermarkten van het logo worden gedragen door het bedrijfsleven, waarbij de overheid een meer faciliterende rol vervult. De kosten voor het vermarkten zijn deels afhankelijk van de gekozen vorm van het RFID logo systeem. Het valt te verwachten dat de kosten voor de introductie van een informatief logo systeem hoger liggen dan die van een attenderingssysteem of keurmerk. De reden hiervoor is dat de betrokkene bekendgemaakt moet worden met meer informatie, meer logo's en hun onderlinge samenhang.

De kosten voor de introductie van een keurmerk zijn vergelijkbaar met die van een attenderingssysteem, met dien verstande dat in de achterliggende communicatie bij het logo ook een bespreking van de kwaliteitseisen meegenomen dient te worden.

### TOEZICHT EN HANDHAVING

Naast de introductie zal ook de handhaving van een logosysteem kosten met zich meebrengen. Bij de kosten voor handhaving speelt allereerst de vraag of het RFID logo systeem verplicht is, of dat het op vrijwillige basis wordt gevoerd. Uiteraard zijn er weinig tot geen handhavingskosten als er sprake is van een vrijwillig systeem.

Wanneer er sprake is van het verplicht zichtbaar maken van RFID-toepassingen (via hetzij een specifiek logo hetzij een generiek logo), dan is een vorm van toezicht en handhaving noodzakelijk. Deze handhaving kan gestalte via zelfregulering of via handhaving van overheidswege. Zelfregulering heeft als voordeel dat gebruik kan worden gemaakt van in de branche aanwezige expertise, initiatieven en handhavingsarrangementen. Wanneer een generiek logo systeem onderdeel is van een breder pakket van (branche specifieke) maatregelen om RFID zichtbaar te maken is een dergelijke handhaving makkelijker vorm te geven. Voordeel van een handhavingsapparaat dat door de overheid wordt gecoördineerd is dat aangesloten kan worden bij bestaande toezichthouders, waardoor meegelift kan worden op de handhavingsinfrastructuur en expertise van de toezichthouder.

Naast het type handhaving speelt bij een inschatting van de mogelijke kosten van een RFID logo systeem de gekozen vorm van het logo systeem wederom een voorname rol.



### Attendering

Wanneer wordt gekozen voor een attenderend systeem zal een organisatie moeten worden ingericht die de controle op de naleving van het logo systeem coördineert. Dit kan een nieuwe private organisatie zijn (een stichting), onderdeel vormen van een branchevereniging, een nieuwe afdeling bij een bestaande toezichthouder, of een volledig nieuwe toezichthouder.

De organisatie verzorgt de controles en dient als aanspreekpunt voor bedrijven en burgers. Ook zal een onafhankelijk klacht- cq. beroepsorgaan moeten worden ingesteld. Ongeacht de gekozen vorm zal een basisfinanciering voor deze organisatie moeten worden vrijgemaakt. De kosten voor het functioneren van een dergelijke organisatie (ongeacht het feit of het nu gaat om een attenderend, informatief of keurmerksysteem) in belangrijke mate afhankelijk van de omvang, frequentie en dichtheid van de controles.

### Informatief

Met de handhaving van een informatief keurmerk zullen ongeveer dezelfde kosten gemoeid zijn als met de handhaving van een attenderingssysteem. Extra kosten vloeien waarschijnlijk voort uit het feit dat naast een controle of er daadwerkelijk een logo gevoerd wordt, ook getoetst moet worden of de juiste informatie via het logo systeem wordt verstrekt.

### Keurmerk

Betrokkenen kunnen alleen op een keurmerk vertrouwen als de voorwaarden voor het keurmerk ook daadwerkelijk worden nageleefd. Om deze reden moet een keurmerk gehandhaafd worden en dat vergt middelen.

Uit hoofdstuk 5 kwam naar voren dat gezien de vele verschijningsvormen van RFID, alsmede de scope van de toepassingen, een RFID-keurmerk gebaseerd zou moeten worden op zeer brede criteria. Daarnaast speelt de complicatie dat RFID niet een op zichzelf staande technologie is, maar over het algemeen deel uitmaakt van een samenstelsel van technologieën en procedures die gericht zijn op het faciliteren van een bepaalde dienst of bedrijfsproces. Dit betekent dat een volledige toetsing / audit van elke toepassing waarbij RFID in aanraking komt met de betrokkene noodzakelijk is. Het gaat dan in feite om een integrale toetsing van de bedrijfsprocessen op onderwerpen als het omgaan met persoonsgegevens, de beveiliging van data, de kwaliteitsbewaking enzovoorts.

Het is moeilijk zo niet onmogelijk om een realistische schatting te geven van de kosten die hiermee gemoeid zijn, maar het is niet onrealistisch om te denken dat wanneer RFID gemeengoed wordt in onze maatschappij, de handhavingskosten van een keurmerk in de miljoenen euro's wellicht zelfs tientallen miljoenen euro's op jaarbasis zullen lopen.

Zoals aangegeven in het begin van deze rapportage vormt de introductie van RFID-technologie een onderdeel van een bredere maatschappelijke en technologische ontwikkeling, namelijk die van ambient intelligence. In een ambient intelligence omgeving zullen op tal van plaatsen onopvallend (persoons)gegevens worden verzameld. Veel van deze gegevens zullen worden verzameld met behulp van RFID-technologie, maar ook tal van andere technologieën zullen gebruikt worden om gegevens te verzamelen (denk onder andere aan biometrie, camera's en bewegingssensoren).

Richting de toekomst ontstaan er met betrekking tot een RFID logo systeem dan ook waarschijnlijk een aantal knelpunten:

- 1) Er zullen momenten zijn waarbij (persoons)gegevens worden verwerkt zonder dat hierover wetenschap bij de betrokkene bestaat, maar waarbij geen RFID wordt gebruikt. Dergelijke verwerkingsmomenten worden niet gedekt door het RFID logo systeem, terwijl het effect op de betrokkene vergelijkbaar is.
- 2) Het aantal plaatsen waar logo's voor gegevensverwerkingen gevoerd zouden moeten worden, wordt dusdanig omvangrijk dat de betrokkene geconfronteerd wordt met een woud aan logo's. Een dergelijke situatie doet niet alleen afbreuk aan de zeggingskracht van het logo, maar is ook hinderlijk voor de betrokkene.
- 3) In het verlengde van het voorgaande kan met een zekere waarschijnlijkheid worden gesteld dat het enkel zichtbaar maken van een verwerkingsmoment richting de toekomst niet langer zal volstaan.

Het doel van het RFID logo systeem is het zichtbaar maken van onzichtbare verwerkingsmomenten die het gevolg zijn van het gebruik van RFID technologie. Hierbij dient nogmaals benadrukt te worden dat een logo een middel is om zichtbaarheid te creëren en geen doel op zichzelf dient te zijn. Er zal ook gewerkt moeten worden aan hulpmiddelen voor de betrokkene die meer inzicht verschaffen in het daadwerkelijke gebruik van gegevens en de mogelijkheden om hier bijvoorbeeld tegen in verzet te gaan. Richting de toekomst kan hierbij onder andere gedacht worden aan *privacy enhancing technologies* (PETs)<sup>19</sup> en *machine readable privacy policies*.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Voor een proof of concept van dit principe zie de 'RFID Guardian' ([www.rfidguardian.org](http://www.rfidguardian.org))

<sup>20</sup> Voor een proof of concept van dit principe zie de 'DIFR Privacy Coach' ([www.difr.nl](http://www.difr.nl))



# 10. CONCLUSIES

Het zichtbaar maken van RFID-toepassingen die met de betrokkene in aanraking komen is van groot belang voor een zorgvuldige en succesvolle toepassing van RFID in onze samenleving. Zichtbaarheid van RFID-toepassingen beschermt niet alleen de betrokkene (de consument, de burger, de patiënt et cetera), maar stelt deze ook beter in staat om mee te delen in de voordelen van RFID. Het zichtbaar maken van RFID-toepassingen door middel van een logo lijkt een geschikt middel, in een breder pallet van maatregelen. Echter, het zichtbaar maken van RFID-toepassingen door middel van een logo systeem is bepaald geen sinecure.

Voor dat wij de conclusies bespreken is het van belang om twee constatering te doen met betrekking tot het onderwerp van deze rapportage. De eerste is dat hoewel er wordt gesproken over RFID-toepassingen, het belangrijk is te beseffen dat RFID over het algemeen maar een klein onderdeel vormt van een groter geheel (een informatieverwerkend systeem met achterliggende databases) en dat de manier waarop binnen dit grotere geheel wordt omgegaan met persoonsgegevens wordt bepaald door de regels die in de Wet bescherming persoonsgegevens worden gesteld. De tweede constatering is dat hoewel een RFID logo systeem (in de toekomst) een waardevol hulpmiddel kan zijn bij het zichtbaarder maken van RFID-toepassingen, de introductie van een logo systeem géén panacee is en dus ook niet als zodanig geïmplementeerd moet worden.

## 10.1 DOEL

RFID is een technologie die een koppeling teweeg brengt tussen de fysieke wereld en de virtuele wereld. RFID vormt hiermee een sleutelrol in de ontwikkeling van ambient intelligence: een omgeving die door de rijkdom aan informatie ons leven veiliger, efficiënter, makkelijker en prettiger kan maken. RFID vervult hierbij de rol van intermediair tussen de toepasser van RFID (de winkel, het ziekenhuis, de sportschool) en de betrokkene (de betrokkene, de burger, de patiënt). Door middel van RFID kan informatie worden verkregen van de betrokkene (wie is deze persoon? welke producten koopt mijn klant? waar bevindt de patiënt zich?) of kan de betrokkene zelf informatie opvragen (wat zijn de eigenschappen van dit product? wat doet de winkelier met mijn gegevens?). Hoewel deze informatiestromen gericht zijn op het veiliger, aangenamer en eenvoudiger maken van het leven van de betrokkene, is het wel zaak dat de betrokkene weet heeft van deze informatiestromen en dat hij of zij er controle op kan uitoefenen. Het is daarom van belang dat de betrokkene op beide kanten van dit 'tweerichtingsverkeer' wordt geattendeerd: zowel op de mogelijkheid dat informatie over hem/haar verzameld kan worden, alsmede het feit dat de hij/zij zelf ook informatie kan opvragen. Hiervoor is zichtbaarheid van de aanwezigheid van RFID een vereiste. Een logo systeem kan hierbij helpen, maar is zeker niet de enige of zelfs de beste mogelijkheid.

## 10.2 VORM

Een logo systeem kan verschillende doelen nastreven. In het kader van deze rapportage gaat het om een attenderende functie, een informerende functie en een keurmerk functie. Elke invulling van het logo systeem biedt specifieke voordelen en nadelen.

Een *attenderend* systeem is het meest eenvoudig en daarmee meest laagdrempelige systeem om in te voeren. Een attenderend systeem doet niets anders dan de betrokkene attenderen dat RFID aanwezig is in een product, plaats of anderszins wordt gebruikt voor een bepaalde dienstverlening. Het feit dat de attenderende functie weinig zegt over de daadwerkelijke toepassing is het grootste nadeel van een attenderend systeem.

Een *informerend* systeem geeft naast de aanwezigheid van RFID ook aan om wat voor soort toepassing van RFID het

gaat. Hoewel dit een voordeel is boven een attenderend systeem, valt het sterk te betwijfelen of de invoering van een informatief systeem realistisch is. Door een veelvoud aan (technische) verschijningsvormen en uiteenlopende toepassingen lijkt het namelijk onmogelijk om een simpel logo systeem te creëren dat in een eenvoudige beeldtaal aan de betrokkene kan uitleggen wat de toepassing behelst, wat dit voor invloed heeft op de betrokkene, welke mogelijkheden dit de betrokkene biedt enzovoorts.

Een *keurmerk* heeft als voordeel dat het de betrokkene vertrouwen kan geven en bedrijven tot op zekere hoogte 'dwingt' om hun systemen goed in te richten. Echter, in de praktijk lijkt de toepassing van een keurmerk voor RFID zinloos. De primaire reden hiervoor is dat RFID nooit een op zichzelf staande technologie is, maar altijd in samenhang met achterliggende ICT-systemen gebruikt zal worden. Een keurmerk voor RFID wordt daarom welhaast per definitie een algemeen keurmerk voor de inrichting van de betreffende bedrijfsprocessen. Mede vanwege deze situatie zal ook de handhaving van een keurmerk problematisch en zeer kostbaar zijn. Voorts zijn veel sancties die normaliter bij een keurmerk toegepast kunnen worden (verwijderen keurmerk, naming and shaming) in het kader van een keurmerk voor RFID niet of minder van toepassing.

Uit de analyse komt een beeld naar voren dat een attenderend systeem de grootste kans van slagen heeft en uiteindelijk ook de meeste toegevoegde waarde heeft voor de betrokkene. Zowel een informerend systeem als een keurmerk zijn wat betreft ECP.NL in de praktijk niet haalbaar en niet wenselijk.

## 10.3 RANDVOORWAARDEN

Wanneer we kijken naar de daadwerkelijke invoering van (attenderend) logo systeem, dan zijn een aantal aandachtspunten van belang.

### INVOERING

Het eerste aandachtspunt heeft betrekking op de plaatsen waar het logo systeem ingevoerd gaat worden. Hierbij dienen zichtbaarheid en transparantie de uitgangspunten te zijn. Voor de bescherming van de betrokkene en het vertrouwen in het gebruik van RFID-technologie is het van belang dat betrokkenen niet geconfronteerd worden met onzichtbare toepassingen. Uiteraard is invoer alleen zinvol daar waar een RFID-toepassing daadwerkelijk in aanraking komt met betrokkenen en er (nog) noodzaak bestaat om de aanwezigheid van RFID te verduidelijken. Als zodanig moet een RFID-logo worden gezien als een mogelijk hulpmiddel in een breder palet aan maatregelen.

### WETGEVING

Een belangrijke vraag heeft betrekking op de plicht om de aanwezigheid van RFID kenbaar te maken aan de betrokkene. Naar onze mening dient de aanwezigheid van RFID ten alle tijden kenbaar te worden gemaakt daar waar met behulp van RFID persoonsgegevens van betrokkenen worden verwerkt. Een en ander vloeit reeds voort uit bestaande wetgeving (onder andere de Wbp). Een logo systeem kan een nuttig middel zijn om (mede) invulling te geven aan deze plichten.

Het is raadzaam de verplichting tot het melden dat een RFID toepassing aanwezig is te beperken tot die partijen die het doel en de middelen bepalen voor de RFID toepassing, met andere woorden, de partijen die ook daadwerkelijk de RFID toepassing inzetten. Op deze manier worden kleine ondernemers en derde partijen die zich niet per definitie bewust zijn van de aanwezigheid van RFID in hun omgeving ontzien.

## 10. CONCLUSIES

Naar de mening van ECP.NL is het verplicht stellen van een logo systeem op zichzelf niet zinvol, omdat dan een middel centraal wordt gesteld in plaats van een doel (het zichtbaar maken van RFID). Naast een uniform logo systeem voor RFID kunnen ook bestaande logo systemen en moeten andere communicatiemiddelen worden ingezet om de betrokkene op de hoogte te brengen van de aanwezigheid van RFID. Uitspraken over het feit of de toepassing van RFID gebaseerd moet zijn op het principe van opt-in of opt-out vallen buiten de scope van deze rapportage. In dit kader moet overigens wel worden opgemerkt dat een attendering op de aanwezigheid van RFID een noodzakelijke voorwaarde is voor de invoering van een opt-out systeem.

### POSITIONERING

Een juiste positionering van een RFID logo systeem is cruciaal voor het succes ervan. Door de grote hoeveelheid bestaande logo's en druk vanuit verschillende stakeholders bestaat er een aanzienlijk risico dat een logo systeem verkeerd geïnterpreteerd wordt door de betrokkene. Goede voorlichting en positionering zijn daarom noodzakelijk. Deze positionering moet recht doen aan alle belanghebbenden. Ook de keuze voor het al dan niet verplichten van een uniform logo systeem zal zijn weerslag hebben op de perceptie door de betrokkene.

Met betrekking tot de positionering van een RFID-logo is het voorts van groot belang dat een beeld wordt gekregen van de perceptie die de betrokkene heeft/krijgt van een bepaald logo of logo systeem. Eventuele ontwerpen voor logo systemen zullen getoetst moeten worden bij de betrokkene om te bepalen of zij het gewenste effect bewerkstelligen.

### INTERNATIONALE DIMENSIE

Bij de invoering van een logo systeem voor RFID dient terdege rekening te worden gehouden met de internationale dimensie van een dergelijke exercitie. Zowel op mondiaal niveau als binnen de Europese Unie zijn er diverse ontwikkelingen die de noodzaak van internationale afstemming verder onderstrepen. Er moet voor worden gewaakt dat er geen nationale oplossing komt, maar dat alle initiatieven mondiaal, of op zijn minst Europees gecoördineerd worden. Een wereldwijde wildgroei aan RFID-logo's zorgt voor verwarring bij de betrokkene en zal zorgen voor hoge(re) kosten voor het bedrijfsleven.

Een goed aanknopingspunt voor deze coördinatie is het standaardisatie mandaat dat de Europese Unie aan CEN, ETSI en CENELEC heeft verleend op het gebied van veiligheid en privacy. Door aansluiting te zoeken bij de initiatieven van CEN op Europees niveau en ISO op mondiaal niveau kan optimale harmonisatie worden bereikt.

### TUJDSPAD EN IMPLEMENTATIE

RFID is (nog) niet alomtegenwoordig in onze maatschappij en daarnaast onderdeel van een bredere ontwikkeling van de informatiemaatschappij. Het lijkt daarom niet zinvol om nu reeds te beginnen met de grootschalige invoering van een RFID logo systeem en bijbehorende publiekscampagnes. De gefaseerde invoer van RFID zoals die momenteel plaatsvindt biedt de mogelijkheid om betrokkenen voor te lichten daar waar dat nodig is. Hierbij kan ook een onderscheid worden gemaakt naar verschillende toepassingen en productgroepen.

### 10.4 AFSLUITING

Het zichtbaar maken van RFID-toepassingen speelt een belangrijke rol bij de bescherming van de betrokkene en opent voor de betrokkene ook de mogelijkheid om de vruchten van de RFID-ontwikkeling te plukken. Deze beide elementen dragen bij aan het vertrouwen in en de acceptatie van RFID-technologie, noodzakelijke voorwaarden om de beloften van de ambient intelligence visie waar te maken. Een logo systeem kan een waardevol middel zijn bij het zichtbaar maken van RFID-toepassingen. Een logo systeem is echter geen panacee. De invoering van een logo systeem voor RFID-toepassing moet daarom deel uitmaken van een breder scala aan maatregelen. Ook moet terdege rekening worden gehouden met de risico's die een verkeerde positionering van het logo systeem met zich mee kan brengen voor de technologie, de toepassers en betrokkenen.

## 11. AANBEVELINGEN

Op grond van deze rapportage doet ECP.NL de volgende aanbevelingen:

### 11.1 ALGEMEEN

- Daar waar met behulp van RFID persoonsgegevens worden verwerkt, dient dit kenbaar, zichtbaar en transparant te zijn voor de betrokkene. Een RFID logo systeem moet gezien worden als een hulpmiddel bij het zichtbaar en transparant maken van RFID-toepassingen, niet als een doel op zich.
- De ontwikkeling van een RFID-logo systeem dient te worden beschouwd in het bredere kader van de ontwikkeling van ambient intelligence. Er dient een zoveel mogelijk techniek-neutrale aanpak te worden gekozen voor het zichtbaar maken van onzichtbare verwerkingen van gegevens.
- Nadruk moet worden gelegd op het intermediaire karakter van RFID. De betrokkene moet worden geattendeerd op het feit dat informatie over hem/haar verzameld kan worden, maar ook op het feit dat deze via RFID zelf ook de mogelijkheid heeft om informatie op te vragen.
- Een RFID-logo systeem moet worden ingekaderd in een breder regulerend kader aangaande ambient intelligence en de verwerking van persoonsgegevens. De Wet bescherming persoonsgegevens en de Telecommunicatiewet zijn hierbij vooralsnog de primaire aanknopingspunten.
- Een RFID-logo met enkel een attenderende functie heeft het meeste kans van slagen. De ontwikkeling en introductie van een RFID-logo systeem dient zich dan ook op deze vorm te concentreren.

### 11.2 INTRODUCTIE

- Een correcte, neutrale positionering van een logo systeem is cruciaal voor het succes. Partijen dienen gezamenlijk zorg te dragen voor een verantwoorde introductie die recht doet aan de belangen van alle betrokkenen.
- Verantwoordelijkheid voor het zichtbaar maken van RFID-toepassingen (onder andere via een logo) dient primair te liggen bij de partij die het doel en de middelen voor de RFID-toepassing bepaalt.
- Naast het zichtbaar maken van RFID-toepassingen dient geïnvesteerd te worden in de ontwikkeling van aanvullende en alternatieve mechanismen die RFID zichtbaar maken en de betrokkene meer controle over het verwerken van diens persoonsgegevens kunnen geven.
- Met betrekking tot het tijdsplan voor een introductie dient rekening te worden gehouden met de penetratiegraad van RFID-technologie. Grootschalige bewustwordingscampagnes zijn op dit moment niet zinvol.
- Introductie van een RFID-logo systeem dient internationaal te worden gecoördineerd en afgestemd. Primaire aanknopingspunt hierbij zijn de ontwikkelingen binnen ISO en de Europese Unie. Nationale invoering van een RFID logosysteem wordt sterk afgeraden.
- Er dient gewaakt te worden voor een wildgroei aan (RFID) logo's. Afstemming op internationaal niveau alsmede tussen verschillende belanghebbenden is daarom blijvend noodzakelijk.

## 12. VERKORTE LITERATUURLIJST

Aarts, E., Marzano, S. (2003), *The new everyday view on ambient intelligence*, Rotterdam: Uitgeverij 010

Heuvel, van den, E., Nagel, K., Hof, van 't, C. en Schermer, B., *RFID bewustzijn van consumenten: Hoe denken Nederlanders over Radio Frequency IDentification?* Den Haag: Rathenau Instituut, Consumentenbond, ECP.NL, 2007

Hof, C., van 't (2007), *RFID and identity management in everyday life*, Brussels: European Community

LNV Consumentenplatform (2007), *Het etiket, waar staat dat voor?* 9 november 2007

Schermer, B. W., Durinck, M. (2005), *Privacyrechtelijke aspecten van RFID*, Leidschendam: ECP.NL

Schermer, B. W., Zwenne, G. J. (red.) (2006), *Privacy en andere Juridische Aspecten van RFID*, NVVIR, Elsevier Juridisch

Schermer, B. W. (2008), *Persoonsgegevens, Consumentenbescherming en Ambient intelligence*. Leidschendam: ECP.NL

Valk, van der, W.D.M., Zeijden, van der, P.Th. (2002), *Keurmerken, erkenningsregelingen en certificaten: Klare wijn of rookgordijn?* EIM, Zoetermeer

## 13 GECONSULTEERDE PARTIJEN

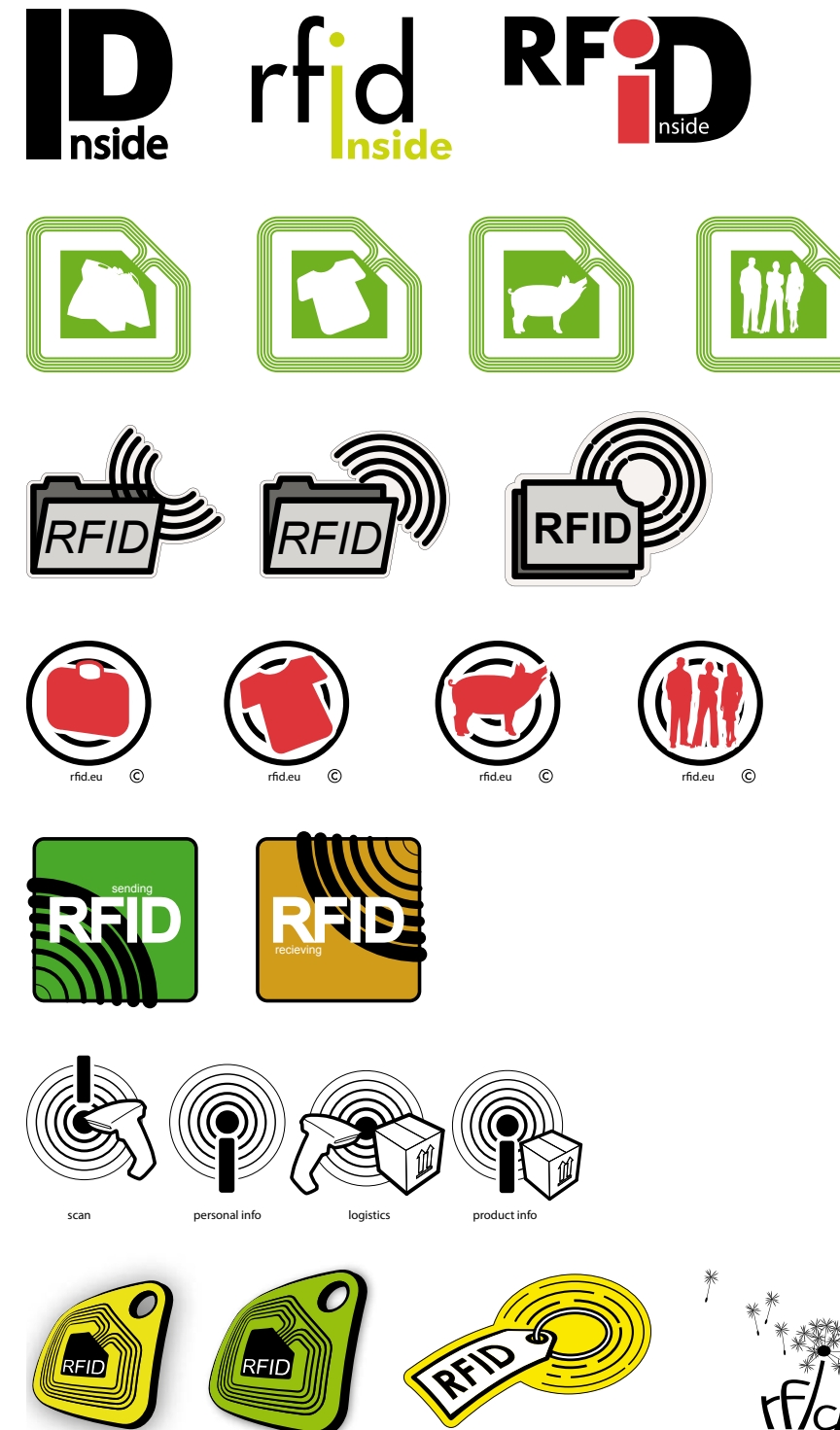
Bij het opstellen van deze rapportage zijn de onderstaande partijen geraadpleegd. De inhoud van dit rapport weerspiegelt niet noodzakelijkerwijs de individuele meningen van de partijen. ECP.NL dankt de betrokken partijen voor hun waardevolle bijdragen.

VNO-NCW  
 Capturetech  
 Centraal Bureau Levensmiddelenhandel  
 Centric  
 Consumentenbond  
 EPCglobal Public Policy Steering Committee  
 Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie  
 GS1  
 Informationsforum RFID  
 Ministerie van Economische Zaken  
 Nederlands Verpakkingscentrum

Nederland Normalisatie Instituut  
 Philips Packaging  
 NXP  
 Oracle  
 PHldata  
 RFID Platform Nederland  
 RFID Kenniscentrum  
 TNO  
 Universiteit Leiden  
 Vereniging van Nederlandse Bibliotheken

## 14. RFID-LOGO'S

Om de discussie rondom RFID etikettering te stimuleren en de gedachten te helpen bepalen bij de totstandkoming van deze rapportage, zijn diverse ontwerpideeën voor RFID-logo's aangedragen. Het verdient de nadruk te melden dat het hier slechts gaat om ideeën en niet om daadwerkelijk te gebruiken logo's.





## ECP.NL-EPN

Overgoo 11  
Postbus 262  
2260 AG Leidschendam

**T** (070) 419 03 09

**F** (070) 419 06 50

**E** [info@ecp.nl](mailto:info@ecp.nl)

**W** [www.ecp.nl](http://www.ecp.nl)