



27 november 2025

De spelregels voor AI-gedreven marketing en dataverzameling

Overzicht van de relevante (toekomstige) regelgeving

**DDMA
NEXT**



27 november 2025

Allisha Hosli
Legal Counsel
CAICO



Sara Mosch
Legal Counsel
Team Lead

**DDMA
NEXT**

Agenda

01

Overzicht bestaande
en toekomstige
regels

01.1

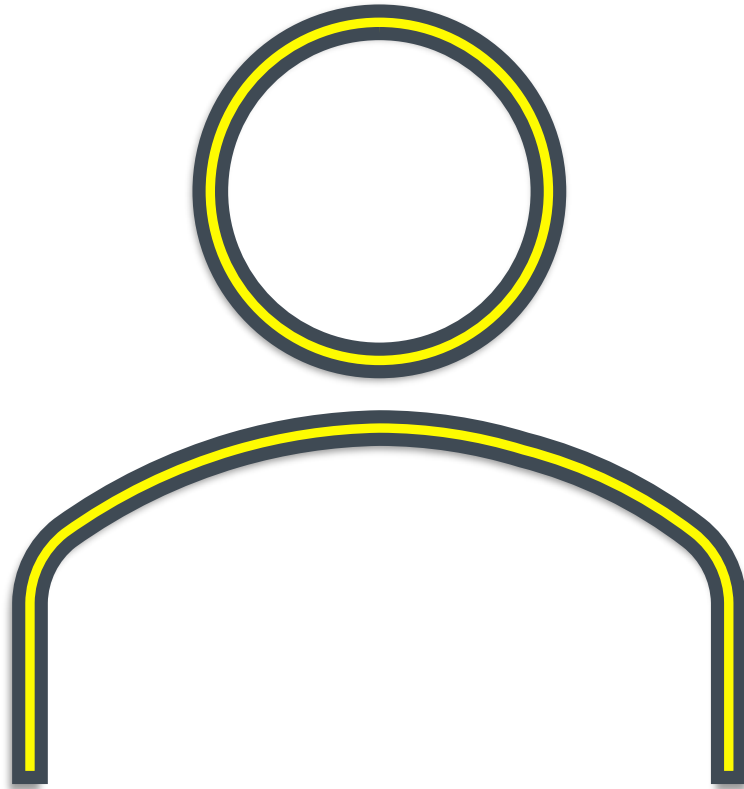
Eventuele
oplossingen
herstellen
vertrouwen

02

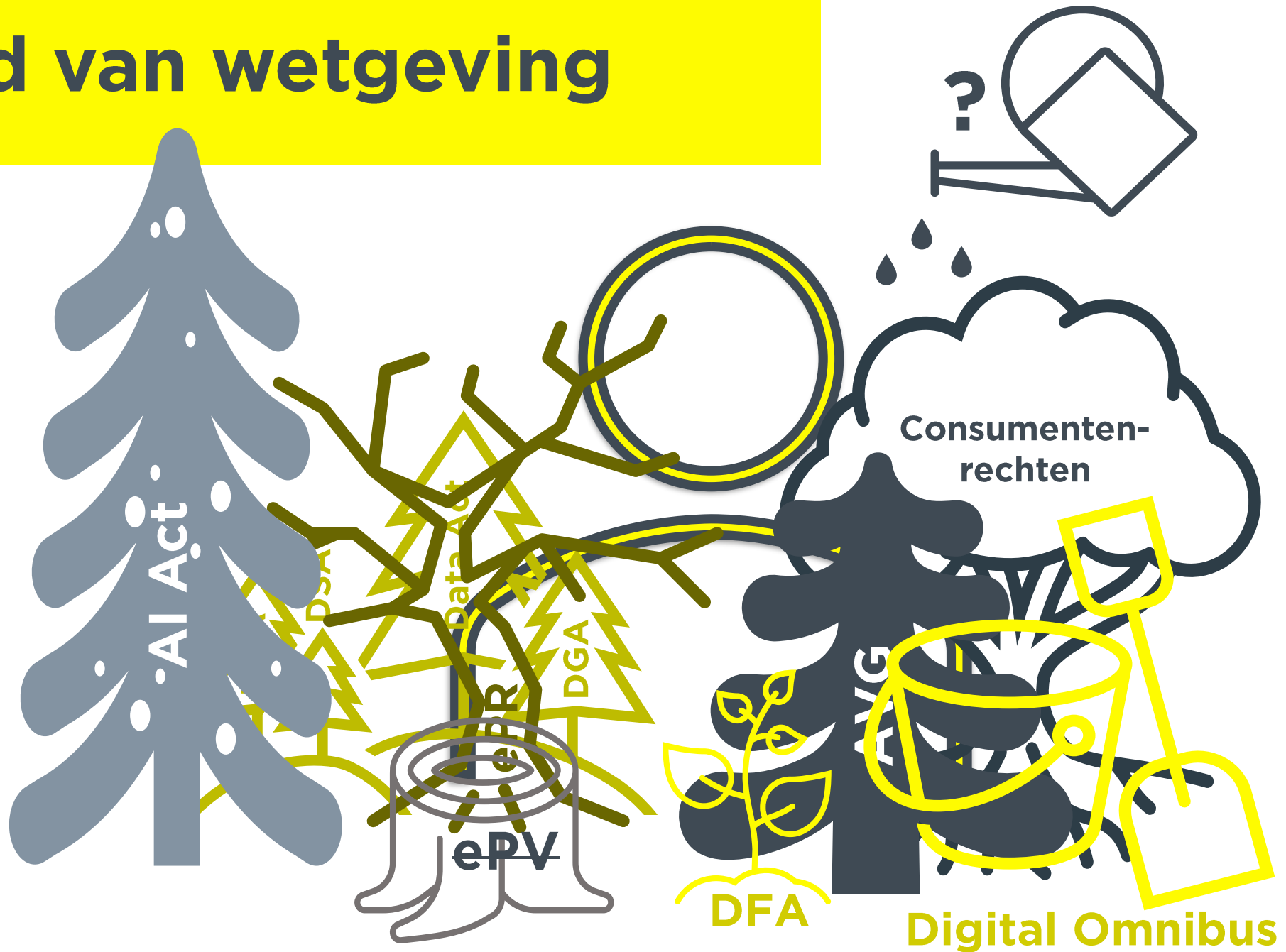
AI begrijpen temt
uitdagingen

Zonder overzicht lijkt verandering chaos. Met overzicht wordt het ineens voorspelbaar.

Woud van wetgeving



Woud van wetgeving



Waarom steeds nieuwe wetgeving?

- ▶ Speelveld moet eerlijker gemaakt worden
- ▶ AI brengt risico's zoals discriminatie en fouten met zich mee, veiligheidsnormen zijn noodzakelijk
- ▶ Digitale wereld is explosief gegroeid, vrije markt werkt niet als er geen regels zijn voor de grootste spelers
- ▶ Consumenten worden gestuurd in keuze/worden misleid – bescherming tegen oneerlijke beïnvloeding
- ▶ Frustratie van consumenten bij bv websitebanners voor toestemming
- ▶ Vertrouwen van consumenten daalt.....

Vertrouwen consument daalt

▀ Onderzoeken waarin blijkt dat vertrouwen daalt in:

Datagebruik door bedrijven – Eurobarometer, EDPB/EDPS

Tracking & online advertenties – IAB Europe, Nielsen

Big Tech-platformen – Reuters, Pew

AI-systemen – OECD, EPRS

Data security – ENISA, Cisco

Informatie & media op platforms – Edelman, Reuters

Vertrouwen consument



37% geeft aan dat vertrouwen in een organisatie de belangrijkste voorwaarde is om persoonlijke gegevens te delen

Vertrouwen consument herstellen



Te veel regels!?

- ▶ Commercieel belang vs belangen consument overlaten aan markt?
 - Ethische benaderen, anders blijven we in vicieuze cirkel
 - Oplossingen uit de markt, “nieuwe” technologieën

Trust takes years to build, seconds to break, and forever to repair.

Markt-oplossingen (?)

Rathenau Instituut

De prijs van gratis internet

Richtingen voor toekomstig online-trackingbeleid



1

Contextueel adverteren

2

One-click browser consent

3

Data kluizen

4

Data trusts

1 Uit onderzoek blijkt..

- Rathenau Instituut Rapport: Handleiding voor beleidsmakers, dus indirect impact op regulering.
- Stelling: Contextueel is “effectief genoeg” en privacyvriendelijker
- DDMA geeft tegengeluid: is niet voor alle organisaties een oplossing.

2

Data kluizen

3

One-click browser consent

4

Data trusts

Browser-level-consent

- Cookiebanners verdwijnen, consent wordt gecentraliseerd, uniform en consistent.
- Implementatie moet nog worden uitgewerkt, zeker veel impact op 3th party data
- Organisaties verschuiven naar server-side oplossingen > gebrek aan transparantie

Pilots data kluizen

- Een technische opslagplek waar je eigen data bewaart en eigen zeggenschap over hebt.
- Werkt pas echt goed als heel veel partijen meedoen: maar grootschalige adoptie ontbreekt.

Pilots Data trusts

- Onafhankelijke organisaties die persoonlijke data beheren namens burgers
- Idee: machtsbalans herstellen tussen individuen en grote platforms/bedrijven.

Dus dan toch..

ZIE DEZE CARTOON DAN.
BEDRIJVEN HEBBEN ETHIEK!



Ethiek uitgangspuntenkaart DDMA

Durf

- Relevantie
- Klantgerichtheid
- Servicegerichtheid
- Contextuele integriteit
- Wenselijkheid
- Ketensamenwerking

Duidelijkheid

- Openheid
- **Uitlegbaarheid**
- Begrijpelijkheid
- Integriteit

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

- Betrouwbaarheid
- Veiligheid
- Zorgvuldigheid
- Dataproportionaliteit
- Ketenvaardigheid
- Deskundigheid
- Aanspreekbaarheid

Autonomie

- Eigenaarschap
- Grip
- Wederkerigheid
- Dialoog

Over uitlegbaarheid gesproken



- ▀ Het is mogelijk! En het geeft veel (merk)vertrouwen met zich mee.

Marcel Molenaar
(Country Manager
LinkedIn Benelux)

Ook met AI is merkvertrouwen belangrijk

*“AI versnelt en versterkt het werk van marketeers,
maar vertrouwen bouw je niet met een algoritme.”*

*“Vertrouwen ontstaat in de echte gesprekken
tussen collega's, klanten en experts binnen je
netwerk.”*

Meer over AI leren helpt met de **recente AI-uitdagingen!**

Te veel menselijkheid
toekennen

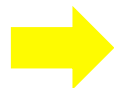
Kwalitatieve data

Vindbaarheid

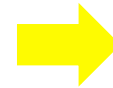
Adoptie

AI-geletterdheid

AI Act: AI-geletterdheid
verplichting voor
organisaties



Digital Omnibus: van
verplichting naar
verwachting



MAAR: vanuit een
ethisch oogpunt heb
je een simpele plicht

AI-geletterdheid

Organisaties die AI-systemen ontwikkelen of gebruiken, moeten sinds 2 februari 2025 zorgen dat hun werknemers 'AI-geletterd' zijn. Dat betekent dat zij ervoor moeten zorgen dat personeel genoeg weet en kan om AI op een verantwoorde manier in te zetten.



Een stapje terug...

ELIZA, 1966

De eerste chatbot (geautomatiseerde gesprekspartner) krijgt de naam Eliza. Ze heeft beperkte vaardigheden, maar gebruikers krijgen toch het gevoel met een mens te communiceren. De neiging om meer intelligentie toe te schrijven aan een machine dan die in werkelijkheid heeft, staat nu bekend als het Eliza-effect. Probeer Eliza uit op de P2000 hieronder.

ELIZA, 1966

The first chatbot (automated conversational partner) was called Eliza. Although her abilities were limited, users nevertheless felt as if they were communicating with a human being. The inclination to attribute more intelligence to a machine than it in fact has, is now known as the Eliza effect. Try Eliza on the P2000 below.



ELIZA, 1966

De eerste chatbot (geautomatiseerde gesprekspartner) krijgt de naam Eliza. Ze heeft beperkte vaardigheden, maar gebruikers krijgen toch het gevoel met een mens te communiceren. De neiging om meer intelligentie toe te schrijven aan een machine dan die in werkelijkheid heeft, staat nu bekend als het Eliza-effect. Probeer Eliza uit op de P2000 hieronder.

ELIZA, 1966

The first chatbot (automated conversational partner) was called Eliza. Although her abilities were limited, users nevertheless felt as if they were communicating with a human being. The inclination to attribute more intelligence to a machine than it in fact has, is now known as the Eliza effect. Try Eliza on the P2000 below.



Air Canada chatbot case highlights AI liability risks



Hoe menselijker een chatbot voelt, hoe menselijker het risico wordt.

An AI Customer Service Chatbot Made Up a Company Policy—and Created a Mess

When an AI model for code-editing company Cursor hallucinated a new rule, users revolted.



de Volkskrant

Alle opgeklopte verwachtingen ten spijt:
de nieuwe versie van ChatGPT blundert
als vanouds

AI-enthousiastelingen keken reikhalzend uit naar de
introductie van GPT-5, het nieuwste model achter
OpenAI's populaire chatbot ChatGPT. Die lancering liep
niet helemaal zoals verwacht. Wat valt er allemaal op?

Hoe gebruiken we kwalitatieve **data** op een **verantwoordelijke** & **veilige** manier?

[Home](#) > [Actueel](#) >

Let op: gebruik AI-chatbot kan leiden tot datalekken

06 augustus 2024 Thema's: [Datalekken](#), [Algoritmes](#), [AI en de AVG](#)

Groot datalek: DeepSeek lekt miljoen chatgesprekken van gebruikers

Door Daniël Verlaan · 31 januari 2025 · Aangepast: 31 januari 2025

'Regelrechte ramp voor je privacy'

Honderdduizenden gesprekken chatbot Grok te lezen via Google

Door RTL Nieuws · 22 augustus 2025 · Aangepast: 22 augustus 2025

68% of Organizations Experienced Data Leakage From Employee AI Usage

AI assistants to surpass humans in causing corporate data leaks

Tue, 25th Nov 2025

Data gebruik: privacy

- ▶ Welke klantdata mag je AI voeren
 - First party data: toestemming
 - Web scraping: gerechtvaardigd belang?
- ▶ Digital Omnibus:
 - ▶ AI training op basis van gerechtvaardigd belang
 - ▶ Bijzondere persoonsgegevens voor AI-ontwikkeling

AP legt Clearview boete op voor illegale dataverzameling voor gezichtsherkenning





AI

Google's VaultGemma sets new standards for privacy-preserving AI performance

Bedrijven trekken stekker uit cloud-AI: liever eigen server dan datalek!



Datalekken en AVG-risico's, stijgende licentiekosten en de afhankelijkheid van Amerikaanse cloudpartijen zetten Europese organisaties aan het denken. Steeds vaker klinkt de vraag: moet elke AI-taak écht via de cloud? Het antwoord verschuift richting nee.

Organisaties trekken hun AI terug naar eigen servers ("Lokale AI") om privacy, kosten en controle beter te borgen.

Data gebruik: grip krijgen

Public LLM

Snel inzetbaar + niet zelf documenteren
Minder controle, inputdata in gedeelde ecosysteem & IP inbreuk

Private LLM

Data afgeschermd, niet naar publieke training, meer grip
Grondslag, dataminimalisatie, verwijderverzoeken zelf inrichten + documentatieplicht



Google's VaultGemma sets new standards for privacy-preserving AI performance

Cloud omgeving

Certificeringen, experimenteren
Internationale doorgifte, afhankelijk van provider

Eigen server (on-premise)

Soevereiniteit, eigen security & compliance
Verantwoordelijk voor beveiliging, richting toezichthouder

Bedrijven trekken stekker uit cloud-AI: liever eigen server dan datalek!



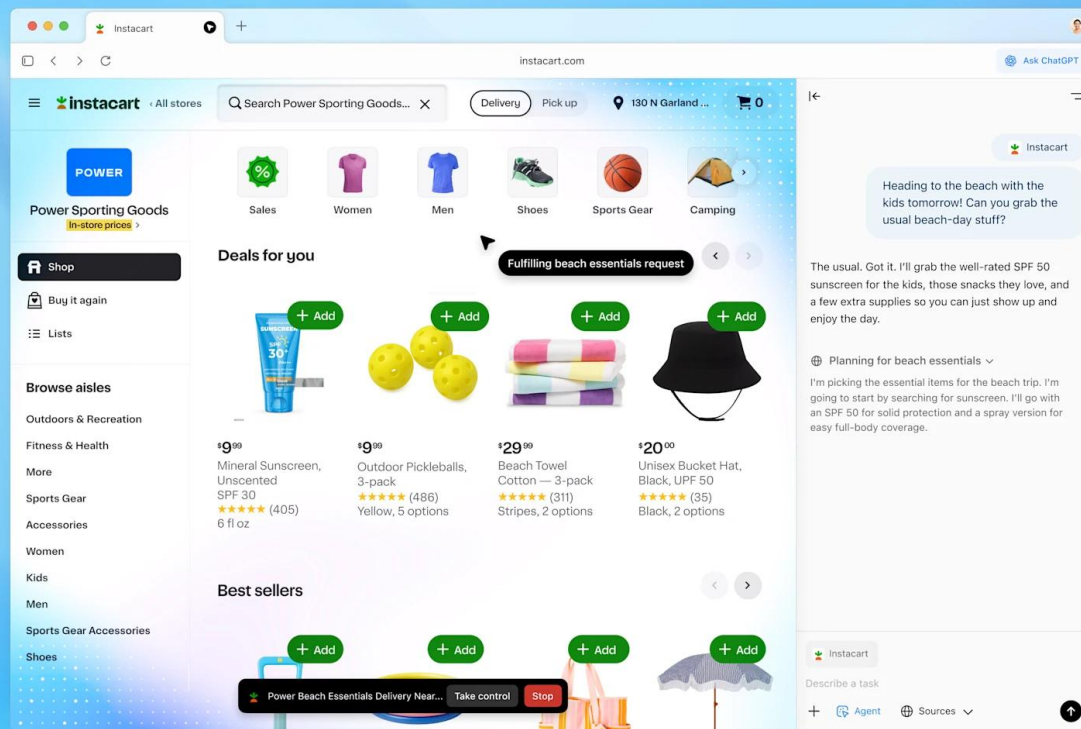
Datalekken en AVG-risico's, stijgende licentiekosten en de afhankelijkheid van Amerikaanse cloudpartijen zetten Europese organisaties aan het denken. Steeds vaker klinkt de vraag: moet elke AI-taak écht via de cloud? Het antwoord verschuift richting nee.

Organisaties trekken hun AI terug naar eigen servers ("Lokale AI") om privacy, kosten en controle beter te borgen.

October 21, 2025 Product

Introducing ChatGPT Atlas

The browser with ChatGPT built in.



“There will always be some residual risks around **prompt injections** because that’s just the nature of systems that interpret natural language and execute actions.”

George Chalhoub
(assistant professor)

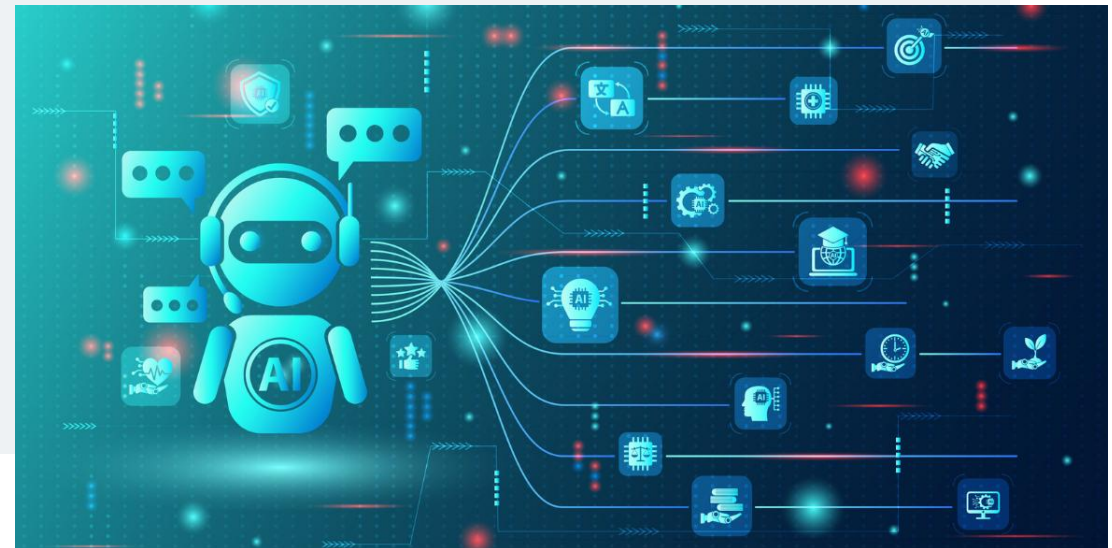
Muhammad Ehsan
(data scientist)

Als AI meer autonomie krijgt, worden dezelfde regels zwaarder...

“Agentic AI introduces privacy concerns that are fundamentally different from traditional software or machine learning systems.”

Agentic AI als versneller

- Meer datatoegang, meer kans op ongecontroleerde acties
- Combineert data uit veel systemen
- Moeilijker te auditen (accountability)
- Klassieke security schiet tekort
- Menselijke controle blijft belangrijk!



Hoe blijven we **vindbaar**?

5 augustus 2024

De impact van Generative Search op SEA en SEO: Zo bereid jij je optimaal voor

Achtergrond - 15 oktober 2025 - 06:22

Stop met de GEO romantiek: modern Search en media brengen merk en gebruiker samen

Vazghen Nikolian
(Forbes Councils
Member)

Marketing zal niet meer nodig zijn vanwege AI Agents

“To market products in an era where the buyer is not human, marketing teams may need to start thinking from the agent’s perspective.”

EXCLUSIVE RETAIL

Walmart Is Exploring Bringing Ads to Sparky, Its New AI Shopping Agent

The retailer is looking for revenue opportunities in the shift to chatbot-guided e-commerce

By [Suzanne Vranica](#) [Follow](#)

Nov. 25, 2025 3:12 pm ET



Share



Resize



8



Listen (2 min)



Sparky is part of a larger companywide AI push at Walmart. ALLISON DINNEN/EPA/SHUTTERSTOCK

[Walmart](#) [WMT 2.83%](#) ▲ is testing ads in its new AI shopping agent, Sparky. The effort could lead to the monetization of chat experiences, which are expected to transform the way people shop.

The world's largest retailer has quietly been exploring new ad formats with some

Hoe integreren we AI op een effectieve manier binnen onze organisaties?

AI Adoption

- AI-geletterdheid
 - AI-tools in kaart brengen + risico's + medewerkers
 - Welke kennis is nodig? Welke tools voor wat?
 - Specialisatie training, AI-officer, documentatie
 - Evaluatie, bijv. jaarlijkse enquête

Data op orde

Budget

Positief en inspirerend

Kennisgebrek, capaciteit
en datakwaliteit
remmen AI-adoptie

DDMO 2025



Vragen?

legal@ddma.nl



Allisha Hosli
Legal Counsel
DDMA



Isa Nieuwstad
Legal Counsel
DDMA



Sara Mosch
Senior Legal Counsel
DDMA



Kim Moolenaar
Paralegal
DDMA