

Kommunikasjonsforeningens vurdering av personvernrisiko etter GDPR ved bruk av Facebook som kommunikasjonskanal

1 BAKGRUNN

Datatilsynet offentliggjorde i september 2021 tilsynets egne interne vurdering av hvorvidt Datatilsynet som behandlingsansvarlig skulle opprette en bedriftsside på Facebook.¹ Tilsynets vurdering ble foretatt i mars 2020 og har deretter blitt supplert med enkelte nye avklaringer. Datatilsynets konklusjon var at Datatilsynet som behandlingsansvarlig fant at personvernrisikoen ved tilsynets tilstedeværelse på Facebook i form av opprettelse av en bedriftsside, var for høy. Datatilsynet besluttet derfor å ikke opprette en bedriftsside.

Kommunikasjonsforeningen har besluttet å selv vurdere hvorvidt Kommunikasjonsforeningen som behandlingsansvarlig for personopplysninger etter GDPR skal fortsette å ha en bedriftsside på Facebook. Sentral for vurderingen er vurdering av Kommunikasjonsforeningens ansvar etter GDPR, risiko for personvernet ved fortsatt tilstedeværelse samt viktigheten og nødvendigheten for Kommunikasjonsforeningen i å være til stede på Facebook.

Kommunikasjonsforeningen har foretatt en grundig vurdering av Kommunikasjonsforeningens interesse i, og nødvendigheten av, bruk av Facebooktjenester vurdert mot personvernrisiko. Kommunikasjonsforeningen har herunder også vurdert personvernrisikoreduserende tiltak, hvorav flere er i ferd med å innføres.

I tillegg til dette har Advokatfirmaet Ræder AS v/ advokat Vebjørn Søndersrød blitt bedt om å bidra til Kommunikasjonsforeningens vurderinger.

Innledningsvis presiseres det at Datatilsynet vurdering er en vurdering av hvordan Datatilsynet som behandlingsansvarlig selv vurderer sitt ansvar etter GDPR. Tilsynets vurdering er slik sett ikke en vurdering primært foretatt i egenskap av å være tilsynet på området personopplysninger og GDPR. Samtidig har Datatilsynet like fullt lagt vekt på at Datatilsynet er tilsynet på området, hvilket leder til at Datatilsynets vurdering av seg selv som behandlingsansvarlig er streng og ment å være «best i klassen».

Datatilsynet har presisert at det ikke nødvendigvis er «ulovlig» eller feil av andre virksomheter å ha en bedriftsside på Facebook.²

Det er prinsipielt sett fullt mulig for Kommunikasjonsforeningen, etter en dokumentert vurdering, å lovlig konkludere med et Kommunikasjonsforeningen mener at Kommunikasjonsforeningen under GDPR kan fortsette å ha en bedriftsside på Facebook.

¹ https://www.datatilsynet.no/contentassets/8561465062b04a6b904c8c3573a24687/risikovurdering_skal-datatilsynet-ha-side-pa-facebook_.pdf

² Se <https://www.datatilsynet.no/aktuelt/aktuelle-nyheter-2021/datatilsynet-velger-a-ikke-bruke-facebook/> under ”Spørsmål og svar».

2 INNLEDENDE OM GDPR OG FACEBOOK I RELASJON TIL BEDRIFTSSIDE

Basert på EU-domstolens praksis samt Datatilsynets vurdering kan det legges til grunn at Kommunikasjonsforeningen har et felles behandlingsansvar for personopplysninger etter GDPR art. 26 med Facebook, for personopplysninger som samles inn og behandles i forbindelse med sluttbrukeres interaksjoner med Kommunikasjonsforeningens Facebook-side. Facebook har egne vilkår som beskriver det felles behandlingsansvaret for personopplysninger samlet inn gjennom Kommunikasjonsforeningens Facebook-side, kalt «informasjon om sideinnsikt»³.

Datatilsynet har i tilsynets egne vurdering valgt å gjennomføre en DPIA etter GDPR art 35 hvilket har ledet til at Datatilsynets vurdering har blitt et omfattende og svært ressurskrevende dokument. Advokatfirmaet Ræder oppfatter at Datatilsynet i tilsynets vurdering har vurdert personvernrisikoen ved de registrertes bruk av Facebook generelt, det vil si totaliteten for en registrert ved å ha en Facebook-konto.

Etter Advokatfirmaet Ræders vurdering er det forsvarlig og tilstrekkelig at Kommunikasjonsforeningen vurderer ansvaret som behandlingsansvarlig samt personvernrisiko basert på den (mer)behandling av personopplysninger gjennom Facebookplattformen Kommunikasjonsforeningens bedriftsside leder til. Mer konkret angitt er det her tale om Facebooks leveranse av tjenesten «sideinnsikt» i tillegg til behandling av personopplysninger som inngår i tekst Kommunikasjonsforeningen velger å publisere på Kommunikasjonsforeningens bedriftssider.

Dette leder til at Kommunikasjonsforeningens vurdering, etter Advokatfirmaet Ræders syn, forsvarlig kan gjøres vesentlig kortere enn Datatilsynets vurdering på 36 sider.

Etter dette mener Advokatfirmaet Ræder at Kommunikasjonsforeningens vurdering forsvarlig kan bestå av:

Hvilken personvernrisiko vil fortsatt drift av Kommunikasjonsforeningens bedriftsside medføre for sluttbrukere av Kommunikasjonsforeningens bedriftsside, hvorvidt denne risikoen kan forsvares og hvorvidt Kommunikasjonsforeningen skal innføre tiltak for å redusere risikoen. Vurderingstemaene i denne vurderingen vil være nært beslektet med vurderingen av hvorvidt personvernrisikoen ikke veier tyngre enn Kommunikasjonsforeningens berettigede interesser i å operere en bedriftsside etter GDPR art 6(1)(f). I tillegg må Kommunikasjonsforeningens etterlevelse av GDPR art 26 om felles behandlingsansvar også vurderes.

3 KOMMUNIKASJONSFORENINGENS BRUKERE OG KOMMUNIKASJONSFORENINGENS BEDRIFTSSIDE

Per 14. oktober 2021 var følgende tilfellet:

- Antall følgere på siden: 8654
- Antall liker på siden: 8199
- Antall medlemmer i den lukkede FB-gruppa: 1489

³ https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum

Kommunikasjonsforeningens **formål** ved bruk av bedriftsside er å spre fagstoff og informasjon fra foreningen. Kommunikasjonsforeningen treffer både medlemmer og andre gjennom siden. Siden brukes også til å spre informasjon om arrangementer.

Innhold som deles på FB er det samme innholdet Kommunikasjonsforeningen deler overalt ellers. Alt som deles på Facebook, deles også i nyhetsbrev, nettside, LinkedIn. Medlemmene og andre kan velge selv om de vil følge Kommunikasjonsforeningen eller ikke.

Typiske poster er:

- Deling av fagartikler og PR-prat-innlegg (kronikker), samt nye podkast-episoder.
- Deling av informasjon om nytt styre, om foreningens seminarer el.
- Deling av lenker der daglig leder eller andre uttaler seg i andre medier.

Hyppighet: 3-5 poster pr uke.

Sjelden noen andre legger ut noe på siden. Respons på egne innlegg i form av likerklikk og trafikk til nettsiden, få kommentarer.

Kommunikasjonsforeningens vurdering av verdien ved å bruke en bedriftsside er:

- Viktigste sosiale medier-kanal for å få trafikk til nettsiden.
- Her når foreningen videre ut enn bare til medlemmene.
- Foreningen skal vise viktigheten av kommunikasjonsfaget – vanskelig å gjøre det uten å være på Facebook, hvor en stor andel av befolkning er og som også er en viktig kommunikasjonskanal for mange virksomheter.
- Medlemmene sier i medlemsundersøkelsen at de vil at foreningen skal dele relevante ting i sosiale medier.

Hva gjelder Kommunikasjonsforeningens **medlemmer** er det innhentet statistikk for disse og som viser følgende:

- Snittalderen er 42 år.
- Medlemmene er høyt utdannede.⁴
- Medlemmene jobber selv med kommunikasjon.⁵
- Mange av medlemmene har sosiale medier som arbeidsoppgave.⁶
- Medlemmene har lang ansiennitet i kommunikasjonsarbeidet.⁷

Det er tale om voksne høyt utdannede brukere med høy gjennomsnittlig kunnskap om sosiale medier og om Facebook og hvor en stor del har som jobb å bruke Facebook. Medlemmene har frivillig valgt å opprette en Facebook-konto og har frivillig valgt å bruke denne, herunder frivillig valgt å interagerer med Kommunikasjonsforeningen bedriftsside.

⁴ 79% av de som svarte på lønnsundersøkelsen 2020 har mer enn 4 års utdanning utover videregående skole

⁵ 81% av de som svarte på lønnsundersøkelsen har kommunikasjonstitler. Mer enn 50 % av registrerte i medlemsbasen tilhører stillingsgrupper med kommunikasjonstitler (for eksempel kommunikasjonsrådgiver).

⁶ 41% har i lønnsundersøkelsen 2020 oppgitt at sosiale medier er 1 av 7 hovedarbeidsoppgaver.

⁷ 83% av de som svarte på lønnsundersøkelsen 2020 har mer enn 7 års ansiennitet fra kommunikasjonsarbeid.

4 KOMMUNIKASJONSFORENINGENS BERETTIGEDE INTERESSER I BRUK AV FACEBOOK BEDRIFTSSIDE OG TILHØRENDE BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER.

4.1 KOMMUNIKASJONSFORENINGENS BERETTIGEDE INTERESSER I BRUK AV FACEBOOK BEDRIFTSSIDE SOM KOMMUNIKASJONSKANAL

Facebook er et sentralt medium. Over 3.5 millioner nordmenn har konto på Facebook. En bedriftsside på Facebook gir mulighet til enveiskommunikasjon (publisere innhold og nyheter), gir mulighet til toveiskommunikasjon ved at sluttbrukere kan svare Kommunikasjonsforeningen eller kommentere, og gir mulighet til flerveiskommunikasjon ved at sluttbrukere kan diskutere seg imellom på f.eks. en bedriftsside.

Facebook kan fungere godt som eneste medium for en virksomhet, eller som et supplement til kanaler som egen hjemmeside, medlemsblad eller andre sosiale medier som for eksempel Twitter eller LinkedIn.

Kommunikasjonsforeningen er en «faglig interesseorganisasjon for kommunikasjonsmedarbeidere» og har som «hovedoppgave [...] å posisjonere kommunikasjonsfaget og styrke kommunikasjonsfolks kompetanse». ⁸ Det ligger i Kommunikasjonsforeningens mandat og interesseområde å bruke, og også diskutere med medlemmer, de til enhver tid effektive og/eller populære kanaler for kommunikasjon. Facebook som sosial medium er i seg selv faglig sett av interesse for Kommunikasjonsforeningen og medlemmene. Facebook er per i dag de facto en sentral kommunikasjonskanal.

Formidling og diskusjon er opplagt viktig for Kommunikasjonsforeningen og det kan uten videre legges til grunn at Kommunikasjonsforeningens medlemmer er (svært) aktive brukere av sosiale medier, inkludert Facebook, også som en del av sin jobb.

Kommunikasjonsforeningen kan videre legge til grunn at deres medlemmer per i dag *forventer* at Kommunikasjonsforeningen skal være tilstede på Facebook.

Kommunikasjonsforeningen ønsker etter en vurdering å ikke avslutte bruk av Facebook, men isteden gå frem som et godt eksempel. Mange av medlemmene er der og vil sitte med spørsmål om hvordan de skal forholde seg til Facebook.

Beskrivelsen over utgjør samtidig beskrivelsen av de berettigede interessene Kommunikasjonsforeningen har i å behandle personopplysninger relatert til Kommunikasjonsforeningens bedriftsside på Facebook jf. GDPR art 6(1)(f), og som behandles med et felles behandlingsansvar med Facebook jf. avtalen med Facebook og GDPR art 26.

4.2 EFFEKTEN AV EVENTUELL DEAKTIVERING AV KOMMUNIKASJONSFORENINGENS BEDRIFTSSIDE

Dersom Kommunikasjonsforeningen avsluttet bruk av Facebook ville dette være opptreden som er vanskelig forenlig med foreningens mandat og medlemmenes interesser.

Kommunikasjonsforeningen ville også miste muligheten til å påvirke informasjonsbildet innenfor faget kommunikasjon, herunder begrense muligheten for kvalitetssikret informasjon

⁸ <https://www.kommunikasjon.no/om-oss>

om faget i Norge. Det vil også være uheldig dersom foreningen forlot et medium en stor del av foreningens medlemmer jobber med eller igjennom.

5 NÆRMERE OM NØDVENDIGHETEN AV BEHANDLINGEN AV PERSONOPPLYSNINGER

En bedriftsside på Facebook leder til innsamling av bruk av personopplysninger i funksjonen sideinnsikt. Denne funksjonen kan ikke slås av.

Innsikt er av Facebook beskrevet slik:

«Innsikt: Når du driver og administrerer en side med Facebook, får du gratis og ubegrenset tilgang til publikums- og annonseinnsikt. Innsikt-fanen inneholder sideoversikten din, inkludert engasjement og hvilke handlinger folk har utført på siden din.»⁹

Facebook beskriver innsikt også slik:¹⁰

«Sideinnsikt er et effektivt verktøy som hjelper deg med å få en bedre forståelse av personene som liker siden din og innleggene som øker engasjementet. På Sideinnsikt-fanen på siden kan du se ting som interesser og alder for sidens publikum. Du kan også se innsiktsdata for handlingene folk utfører på siden din (f.eks. antall klikk på handlingsknappen), og engasjementsmålinger for innlegg. Du kan bruke denne informasjonen til å få en bedre forståelse av publikummet ditt og hvilket innhold som mest sannsynlig vil engasjere dem.».

En nærmere beskrivelse av datapunkter som behandles finnes på https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum. I korte trekk samler Facebook inn data om brukeres interaksjoner med bedriftssiden samt demografiske data og statistikk over hvem brukerne er. Kommunikasjonsforeningen har et felles behandlingsansvar med Facebook for denne innsamlingen og bruken.

Det følger også av avtalen med Facebook at:

«Sideadministratorer har ikke tilgang til personopplysningene som behandles som en del av hendelsene, men bare til den aggregerte sideinnsikten. Hendelser som brukes til å opprette sideinnsikt, lagrer ikke IP-adresser, nettkapsel-ID-er eller andre identifikatorer som er knyttet til personer eller enhetene deres, bortsett fra FB-bruker-ID-en til personer som er logget inn på Facebook.

Hendelsene som logges av Facebook for å opprette sideinnsikt, er helt og fullt definert av Facebook og kan ikke angis, endres eller på annen måte påvirkes av sideadministratorer.»¹¹

I tillegg må Kommunikasjonsforeningen regne med at Facebook samler inn data og bygger videre på sluttbrukeres eksisterende profiler hos Facebook herunder bruker profilene som grunnlag for utplassering av annonser. Imidlertid er dette behandling Facebook alene er behandlingsansvarlig for.

⁹ <https://nb-no.facebook.com/business/help/412634305818063?id=939256796236247>

¹⁰ https://nb-no.facebook.com/business/help/464618030623795?id=939256796236247&helpref=page_content

¹¹ https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum under ”Databehandling for sideinnsikt».

I tillegg kommer at personopplysninger i sluttbrukeres innlegg og kommentarer vil behandles. Kommunikasjonsforeningen har felles behandlingsansvar med Facebook også for dette.

6 DELT BEHANDLINGANSVAR, AVTALEN MED FACEBOK, INFORMASJONSPLIKT OG SLETTING

Kommunikasjonsforeningen har etter GDPR art. 26 om felles behandlingsansvar sammen med Facebook ansvar for at det inngås en avtale om fordeling av ansvar etter GDPR herunder, men ikke begrenset til, utøvelse av de registrertes rettigheter (nr. 1) samt oppfyllelse av informasjonsplikten etter GDPR art. 13 og 14, at det vesentligste innhold av avtalen gjøres kjent for de registrerte (sluttbrukerne) (nr. 2) og at de registrerte uavhengig av avtalen alltid kan utøve sine rettigheter (som innsyn, retting, sletting) mot hver av avtalepartene (nr. 3).

Det følger av avtalen med Facebook at:

«Facebook Ireland gjør essensen i dette sideinnsikttillegget tilgjengelig for den opplysningen gjelder (artikkel 26(2) GDPR). Dette gjøres for tiden via Informasjon om sideinnsikt-dataene, som man kan komme inn på fra alle sider.»¹²

GDPR art. 26 nr. 1 og 2 er gjennom dette, gjennom avtalen for øvrig, og gjennom informasjon Facebook gir om behandling av personopplysninger, oppfylt.

Det heter samtidig videre i avtalen med Facebook at Facebook vil håndtere de registrertes utøvelse av deres rettigheter, også når rettighetene forsøkes utøvet mot Kommunikasjonsforeningen, ikke Facebook;

*«Hvis personene som opplysningene gjelder, utøver sine rettigheter under GDPR med hensyn til behandlingen av innsiktsdata, overfor deg (artikkel 26(3) GDPR), eller hvis du blir kontaktet av en tilsynsmyndighet om behandlingen av innsiktsdata, begge kalt en «forespørsel», skal du straks videresende all relevant informasjon knyttet til slike forespørsler til oss, og senest innen sju kalenderdager. Til dette formålet kan du sende inn dette skjemaet. **Facebook Ireland samtykker i å besvare forespørsler fra den opplysningen gjelder, i tråd med forpliktelsene våre under dette sideinnsikttillegget.** Du godtar å gjøre all rimelig innsats innen rimelig tid for å samarbeide med oss om å svare på en slik forespørsel. Du har ikke fullmakt til å handle eller svare på vegne av Facebook Ireland.»¹³*

Datatilsynet har i deres vurdering vurdert det slik at Datatilsynet som behandlingsansvarlig ikke er i stand til å oppfylle GDPR art 26(3). Datatilsynet har rent faktisk rett i at Kommunikasjonsforeningen ikke vil være i stand til å gi et registrert innsyn i alle behandlinger av vedkommendes personopplysninger som følger av en bedriftsside. Dette skyldes at det som beskrevet over følger av avtalen mellom Kommunikasjonsforeningen og Facebook blant annet *«Sideadministratorer har ikke tilgang til personopplysningene som behandles som en del av hendelsene, men bare til den aggregerte sideinnsikten.»*. Dette medfører også at Kommunikasjonsforeningen ikke vil være i stand til selv å etterkomme et legitimt krav fra en registrert om sletting eller retting av personopplysningene.

¹² https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum under "Side innsiktstillegg for behandlingsansvarlig"

¹³ https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum under "Side innsiktstillegg for behandlingsansvarlig"

Samtidig skal Kommunikasjonsforeningen ved henvendelser om de registrertes rettigheter varsel Facebook, hvoretter Facebook skal håndtere dem i tråd med GDPR og Facebooks forpliktelser etter avtalen.

Løsningen er således ikke optimal etter GDPR art 26(3). Imidlertid må det etter avtalen og GDPR legges til grunn at de registrerte får utøvet deres rettigheter, men da med Facebook som den behandlingsansvarlig som håndterer henvendelsene. Facebook har plikter både etter avtalen med Kommunikasjonsforeningen og etter GDPR til å håndtere henvendelser om innsyn, retting, sletting, stans i behandling av personopplysninger for markedsføringsformål med videre.

Det er en kjensgjerning at avtaler med Facebook ikke kan forhandles individuelt. Kommunikasjonsforeningen må således akseptere en løsning som ikke fremstår som optimal hva gjelder Kommunikasjonsforeningens og Facebooks ansvar etter GDPR art. 26(3).

Advokatfirmaet Ræders vurdering er at den løsningen Facebook har valgt, reelt sett i liten grad svekker de registrertes rettigheter ved at Facebook har påtatt seg ansvaret for å håndtere henvendelsers om de registrertes rettigheter.

Kommunikasjonsforeningen har samtidig besluttet å innføre flere tiltak som reduserer personvernrisikoen, som beskrevet under punkt 7, og som også vil redusere den ulempen som ligger i Facebooks avtalevilkår gjeldende GDPR art. 26(3).

Hva gjelder Datatilsynets øvrige bekymringer om eksempelvis manglende innsyn i Facebooks algoritme samt manglende transparens i Facebooks totale behandling av personopplysninger, herunder mulig behandling for nye formål og også behandling for markedsføringsformål, er dette behandling som ligger utenfor avtalen om felles behandlingsansvar. Facebook kan anses som behandlingsansvarlig for dette alene.¹⁴ Behandling skjer for Facebooks formål alene.

Kommunikasjonsforeningen er samtidig innforstått med at enhver virksomhets bedriftsside øker muligheten for Facebook til å samle inn og utnytte personopplysninger på måter det kan stilles juridiske og etiske spørsmål ved.

7 OVERFØRING AV PERSONOPPLYSNINGER TIL TREDJELAND

Datatilsynet har i sin vurdering ikke vurdert EU-domstolens Schrems II avgjørelse. I korte trekk tilsier denne at EØS-virksomheters bruk av amerikanske eller amerikanskeide tjenester er problematisk fordi amerikanske myndigheter har rett til å kreve innsyn i personopplysninger på en videre måte enn EU domstolen aksepterer under Europeisk rett. All bruk av Facebook leder til at amerikanske myndigheter teoretisk sett kan kreve tilgang til personopplysninger etter amerikansk overvåkningslov.

Kommunikasjonsforeningen er kjent med problemstillingen, men viser samtidig til at Kommunikasjonsforeningens bedriftsside kan forventes å kun gi et marginalt bidrag til den totale mengden personopplysninger lagret om den enkelte sluttbruker. I tillegg kommer at det

¹⁴ Denne konklusjonen har ikke et sikkert juridisk grunnlag og kan lede til diskusjon. Det er mulig å diskutere om ansvaret kan strekke seg noe lengre, men Advokatfirmaet Ræder, i samråd med Kommunikasjonsforeningen, tolker det dithen at det ikke gjør det.

ikke er grunn til å forvente at datapunkter samlet inn i forbindelse med foreningens bedriftsside vil være spesielle kategorier, høyt beskyttelsesverdige, særlig privat eller «trigge» interesse hos amerikanske myndigheter. Det er tale om personopplysninger relatert til yrkesutøvelse for voksne mennesker.

Effektive tiltak for å opprettholde et tilsvarende beskyttelsesnivå som under EU GDPR, ved overføring til Facebook USA, finnes neppe. Imidlertid kan Kommunikasjonsforeningen iverksette tiltak for å redusere personvernulempen ved bruk av en amerikansk tjeneste, hvilket blir gjort, og som er beskrevet under punkt 8.

8 PERSONVERNRIKOREUSERENDE TILTAK BESLUTTET AV KOMMUNIKASJONSFORENINGEN

Kommunikasjonsforeningen avviser ikke Datatilsynets bekymring for Facebooks behandling av personopplysninger med manglende transparens, for formål som kan være vanskelig for den enkelte å innse, at Facebook raskt kan endre både vilkår, forretningsmodell og måten personopplysninger behandles på, manglende innsyn i algoritmen samt svakheten i hvordan GDPR art 26(3) om de registrerte utøvelse av deres rettigheter ved felles behandlingsansvarlig er regulert i Facebooks vilkår.

Vurderingen av tilstedeværelse på Facebook er ikke en ren juridisk vurdering. Politikk, etikk og medlemmers forventninger er like sentrale faktorer.

Kommunikasjonsforeningen har på denne bakgrunn grundig vurdert innføring av tiltak som reduserer personvernrisiko og ulemper.

Kommunikasjonsforeningen har besluttet følgende for å begrense foreningens bruk av Facebooks tjenester herunder redusere mengden personopplysninger Facebook behandler direkte eller indirekte som følge av foreningens aktivitet i Facebooktjenester:

- Bruk av Facebook pixel på Kommunikasjonsforeningens nettside kommunikasjon.no avvikles. Dette vil blant annet lede til stans i kobling av en persons interaksjon med Kommunikasjonsforeningens nettsider, til personens Facebookkonto.
- Kommunikasjonsforeningen minsker tilstedeværelse og bruk av Facebook der foreningen mener det ikke går vesentlig ut over tilbudet som gis eller funksjonen det har for foreningen.
- Kommunikasjonsforeningen vil parallelt jobbe for å styrke sine øvrige kanaler.
- All informasjon fra Kommunikasjonsforeningen deles i flere kanaler. Facebook vil ikke inneholde eksklusiv informasjon fra Kommunikasjonsforeningen hvilket gir medlemmene et reelt fritt valg i bruk, eller ikke bruk, av Facebook.
- Kommunikasjonsforeningen vil ikke bruke Facebooks markedsføringsmuligheter, eller kjøpe markedsføringstjenester (som eksempelvis FB Custom Audience, herunder måling av markedsføringseffekt).
- Bruk av Facebook Messenger avvikles.
- Kommunikasjonsforeningen vil gi tydeligere informasjon gjennom Kommunikasjonsforeningens bedriftsside, herunder tydeligere informere om at personopplysninger bør unngås delt gjennom side fra medlemmenes side og informere mer om behandling av personopplysninger.
- For å begrense mengden informasjon og ha kontroll over hva som deles på Facebook, vil Kommunikasjonsforeningen videre vurdere bruken av lokal- og studentlagenes FB-sider. Disse driftes per i dag av frivillige tillitsvalgte.

- Kommunikasjonsforeningen vil dele denne risikovurderingen med sine medlemmer.

9 INTERESSEAVVEIING, RISIKOVURDERINGER FOR PERSONVERNET OG KONKLUSJON

Basert på vurderingene og faktum beskrevet over kan Kommunikasjonsforeningen legge til grunn at de har behandlingsgrunnlag i GDPR art 6(1)(f) – berettigede interesser, for den behandling Kommunikasjonsforeningen har felles behandlingsansvar med Facebook for. De registrerte interesser og grunnleggende rettigheter og friheter går ikke foran Kommunikasjonsforeningens berettigede interesser.

Kommunikasjonsforeningen skal innføre personvernrisikoreduserende tiltak som beskrevet over. Disse understøtter at foreningen har behandlingsgrunnlag under berettigede interesser.

Det er sentralt for Kommunikasjonsforeningen som forening for kommunikasjonsfolk og for medlemmene som består av kommunikasjonsmedarbeidere, og hvor mange som en del av sitt arbeid bruker nettopp Facebook, at Kommunikasjonsforeningen bruker det per i dag viktige sosiale mediet Facebook der 3.5 millioner nordmenn har konto.

Kommunikasjonsforeningen ser også juridiske og etiske betenkeligheter ved bruk av bedriftsside på Facebook, hvilket det er gjort rede for over.

Hvilke medlemmer og brukere Kommunikasjonsforeningen har på foreningens bedriftssider er også sentralt.

Som dokumentert over er brukerne voksne, høyt utdannede personer. Brukerne er profesjonelle kommunikasjonsarbeidere med langt over gjennomsnittlig høy kunnskap om sosiale medier generelt og om Facebook spesielt. De kan antas å være godt kjent med de etiske og juridiske utfordringene bruk av Facebook leder til. De kan også antas å ha markert over gjennomsnittet høy kunnskap om den totale personopplysningsbehandling hos Facebook, og den spesielle personopplysningsbehandling knyttet til Kommunikasjonsforeningens bedriftsside. Mange av medlemmene er dessuten selv administratorer av bedriftssider og/eller innkjøpere av markedsføringstjenester fra Facebook.

Brukerne har alle frivillig valgt å opprette en Facebook-konto. Bruker har alle frivillig valgt å fortsette å bruke kontoen, og brukerne kan i stor grad antas å forstå hvilken behandling av personopplysninger om dem dette leder til. Til dette kommer at Kommunikasjonsforeningen sørger for at all informasjon fra foreningen spres i ulike kanaler slik at brukers valg om å bruke foreningens bedriftsside på Facebook innebærer bruk av reell valgfrihet.

Etter dette kan Kommunikasjonsforeningen konkludere med at personvernrisikoen ved fortsatt tilstedeværelse på Facebook i form av en bedriftsside kan aksepteres.

Rapporten er skrevet for Kommunikasjonsforeningen av Advokat Vebjørn Søndersrød i Advokatfirmaet Ræder AS.

Rapporten ble behandlet og vedtatt av sentralstyret i Kommunikasjonsforeningen på sentralstyremøtet 24.11.21.