

DATA, RECHT EN ETHIEK REM OF HEFBOOM?

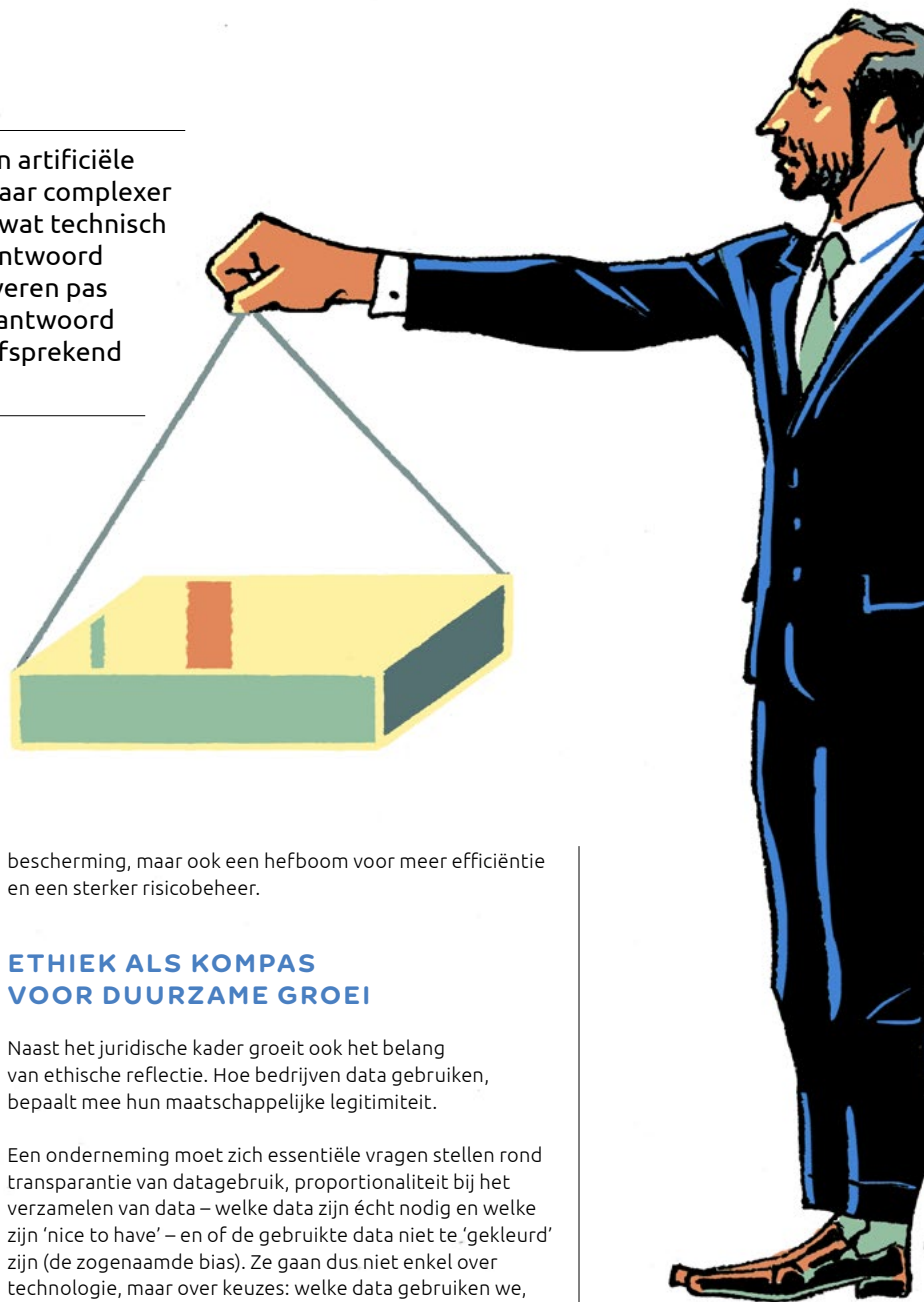
Nu ondernemingen volop inzetten op data en artificiële intelligentie, en het regelgevende kader almaar complexer wordt, draait de vraag niet langer alleen om wat technisch mogelijk is, maar ook om wat wenselijk, verantwoord en maatschappelijk aanvaardbaar is. Data leveren pas duurzame waarde als ondernemingen er verantwoord en ethisch mee omgaan. Ethiek is een vanzelfsprekend onderdeel van goed databeheer.

VAN VERPLICHTING NAAR STRATEGISCHE KEUZE

De vele regels rond data en artificiële intelligentie worden vaak als last ervaren. Op voorwaarde dat ze geen onnodige administratieve lasten met zich meebrengen, ligt hun meerwaarde in het vertrouwen dat ze helpen opbouwen. Het VBO steunt de voorstellen van de Europese Commissie om de digitale regelgeving af te stemmen op de realiteit van de bedrijven. De zogenaamde Digitale Omnibussen proberen een aantal regels (denk aan de AI Act, Data Act en GDPR) te transformeren in een coherent, duidelijker en werkbaar Europees kader. Zo wordt het Europese kwaliteitslabel praktisch haalbaar, zonder verlies aan concurrentiekracht.

De vraag is niet langer of ondernemingen zich met dataregelgeving moeten bezighouden, maar hoe ze dat strategisch kunnen doen en er de kwaliteit, veiligheid en betrouwbaarheid van hun processen mee versterken – op een moment waarop die aspecten belangrijker zijn dan ooit.

Onderzoek toont aan dat compliance ook economische voordelen kan opleveren, onder meer door een betere cybeveiligheid en het voorkomen van incidenten.¹ Regelgeving is dus niet alleen een vorm van



bescherming, maar ook een hefboom voor meer efficiëntie en een sterker risicobeheer.

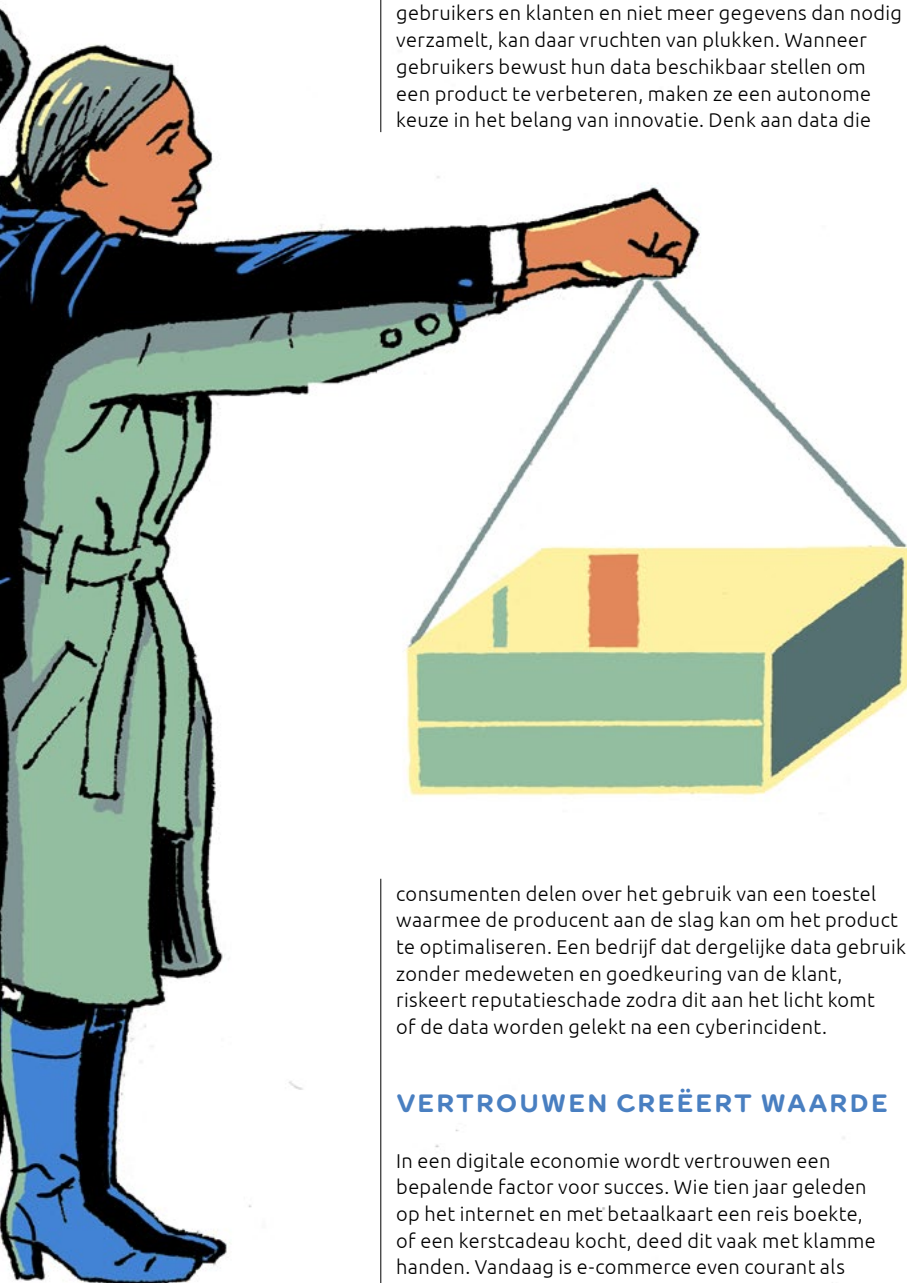
ETHIEK ALS KOMPAS VOOR DUURZAME GROEI

Naast het juridische kader groeit ook het belang van ethische reflectie. Hoe bedrijven data gebruiken, bepaalt mee hun maatschappelijke legitimiteit.

Een onderneming moet zich essentiële vragen stellen rond transparantie van datagebruik, proportionaliteit bij het verzamelen van data – welke data zijn écht nodig en welke zijn 'nice to have' – en of de gebruikte data niet te 'gekleurd' zijn (de zogenaamde bias). Ze gaan dus niet enkel over technologie, maar over keuzes: welke data gebruiken we, met welk doel en binnen welke grenzen?

¹ Cybersecurity economics and the benefits of GDPR, p 10.

DE WAARDE VAN DATA EN AI HANGT IN GROTE MATE AF VAN HOE ZE WORDEN GEBRUIKT.



Bedrijven die die vragen expliciet opnemen in hun governance, creëren duidelijkheid voor zichzelf én hun stakeholders. Ethiek is dan geen bijkomende laag, maar een kompas richting innovatie en besluitvorming, en mogelijk een beslissende factor voor investeerders om voor de onderneming te kiezen.

Een bedrijf dat duidelijk inzet op de veiligheid van zijn data, daarover transparant communiceert naar gebruikers en klanten en niet meer gegevens dan nodig verzamelt, kan daar vruchten van plukken. Wanneer gebruikers bewust hun data beschikbaar stellen om een product te verbeteren, maken ze een autonome keuze in het belang van innovatie. Denk aan data die

consumenten delen over het gebruik van een toestel waarmee de producent aan de slag kan om het product te optimaliseren. Een bedrijf dat dergelijke data gebruikt zonder medeweten en goedkeuring van de klant, riskeert reputatieschade zodra dit aan het licht komt of de data worden gelekt na een cyberincident.

VERTROUWEN CREËERT WAARDE

In een digitale economie wordt vertrouwen een bepalende factor voor succes. Wie tien jaar geleden op het internet en met betaalkaart een reis boekte, of een kerstcadeau kocht, deed dit vaak met klamme handen. Vandaag is e-commerce even courant als een fysieke winkel binnenwandelen: een gevolg van

het vertrouwen van klanten in de beveiliging van hun (betaal)gegevens. Die medaille heeft ook een keerzijde: wanneer een bedrijf slachtoffer wordt van een datalek of cyberaanval lijdt het immense schade en riskeert het dat klanten en investeerders kiezen voor een betrouwbaarder alternatief.

Ondernemingen die proactief inzetten op vertrouwen, onderscheiden zich. Ze bouwen sterkere relaties op, verhogen hun aantrekkelijkheid en creëren een stabiele basis voor innovatie. Vertrouwen vertaalt zich zo rechtstreeks in competitiviteit. Het gaat dan niet alleen om naleving van regels, maar om geloofwaardigheid in de praktijk: transparantie, consistentie en verantwoordelijk handelen.

DE JUISTE BALANS ALS COMPETITIEF VOORDEEL

De uitdaging voor ondernemingen ligt in het vinden van een evenwicht tussen innovatie, concurrentiekracht en bescherming. Te veel rigiditeit kan innovatie afremmen – zeker in AI-tijden waar de snelheid van verandering exponentieel is –, terwijl een gebrek aan kader het vertrouwen ondermijnt.

Een coherent, proportioneel en helder regelgevingskader speelt een cruciale rol. Werkbare en duidelijke regels ondersteunen ondernemingen in plaats van ze af te remmen, maar dat is binnen Europa nog niet het geval. De intentie is vaak heel goed, de uitwerking kan beter.

Net daarom is de stem van de ondernemingen hierin onmisbaar. Zij moeten actief kunnen bijdragen aan het debat om mee een omgeving te creëren die innovatie ondersteunt en tegelijk de bescherming van personen en het verantwoord gebruik van data garandeert. Zo maakt Europa van zijn regelgevend kader geen nadeel, maar een echt kwaliteits- en vertrouwenslabel.

MEER DAN COMPLIANCE ALLEEN

Data, recht en ethiek gaan verder dan louter naleving. Ze raken de kern van het ondernemerschap: hoe creëer je waarde op een verantwoorde en duurzame manier? De start-upleuze 'do now, regulate later' ten spijt, zouden bedrijven er baat bij hebben de Europese datastrategie te integreren in hun businessmodel.

Bedrijven die hierin slagen, tonen dat vertrouwen, eerlijkheid en verantwoordelijkheid geen abstracte principes zijn, maar concrete bouwstenen van succes. Data, recht en ethiek zijn geen rem op innovatie, maar een voorwaarde om ze op lange termijn te laten renderen. ☐