

Hoeren en stemmachines

Wat doe je als je bedrijfsgeheimen op internet worden gepubliceerd? Het overkwam Diebold, een bedrijf dat stemmachines produceert. Interne e-mails waarin beschreven werd dat de stemmachines ondeugdelijk waren, verschenen door een hack bij Diebold op diverse websites. Diebold besloot wild om zich heen te gaan slaan. Iedereen kreeg een sommatiebrief, inclusief websites die hyperlinks naar de geheime informatie maakte. Dat werkt dus niet. Daar kan de vader van Paris Hilton over meepraten.

Bij bedrijfsgeheimen speelt nog een additioneel probleem: ze zijn niet beschermd. Wij kennen in Nederland niet een recht op bescherming van know how of bedrijfsgeheimen. Dat betekent dat je beschermt bent totdat het geheim naar buiten komt. In dit opzicht worden privé-personen beter beschermd. Die kunnen een beroep doen op het recht op privacy als hun diepste geheimen worden geopenbaard. Al kent dat recht ook zijn beperkingen.

Een voorbeeld. Stel je bent CIO van een gerenommeerd bedrijf en je gaat weleens naar de hoeren. Op een avond kom je een columniste in de kroeg tegen, waarvan bekend is dat zij een open huwelijk heeft. Je hebt wat gedronken, je wordt wat overmoedig en vindt dat de columniste en jij eigenlijk wel het een en ander met elkaar gemeen hebben. Je vertelt haar over je hoerenbezoek. Zij reageert niet geschokt, maar verbaast zich er wel over dat je deze vertrouwelijke informatie met haar deelt.

Enige weken later sla je de krant open en wat blijkt: de columniste heeft jouw hele verhaal tot een smeulige column verwerkt. Dezelfde krant brengt het verhaal als groot nieuws op de voorpagina. Zo'n bekende CIO ben ik toch ook weer niet, denk je. Toch wordt je slachtoffer van een mediahete, die enkele weken aanhoudt. De vraag is: mag dit zomaar?

Duidelijk is dat hoerenbezoek een bijzonder persoonlijke aangelegenheid is. Daar staat echter de vrijheid van meningsuiting tegenover. Welke van de twee hoogwaardige belangen in een bepaalde situatie voorgaat, is afhankelijk van een afweging van verschillende factoren. Wat is je maatschappelijke positie? Is er een (publiek) belang gediend bij het openbaar maken van de feiten? Hoe lang duurt de schending van de privacy voort?

De bovenstaande casus is niet geheel hypothetisch, getuige de berichtgeving over het Amsterdamse gemeenteraadslid Rob Oudkerk. Ik hoop voor zijn vrouw en kinderen dat de pers het verhaal los heeft gelaten bij de tijd dat deze column verschijnt, maar ik vrees het ergste. Mijn inschatting is dat de denkbeeldige CIO en daarmee ook Oudkerk best een kans zouden maken bij de rechter. Het belang bij openbaarmaking van de seksuele voorkeuren van Oudkerk lijkt mij gering. Toen een roddelblad in 2002 "onthulde" dat Ad Melkert er een voorkeur voor sadomasochisme op nahield, nam geen enkele serieuze krant het bericht over. Terecht.

Je kunt je alleen afvragen of het verstandig is in dit soort gevallen naar de rechter te stappen. Als er een rechtszaak komt, is er weer een nieuwe aanleiding om over de zaak te schrijven. Net als in het geval van bedrijfsgeheimen geldt bij inbreuken op de privacy dat als de geest eenmaal uit de fles is, hij er niet meer in wil.