

PEILING:  
AVG READY  
OR NOT?

MAART 2018

# Hoe goed zijn organisaties voorbereid op de AVG?

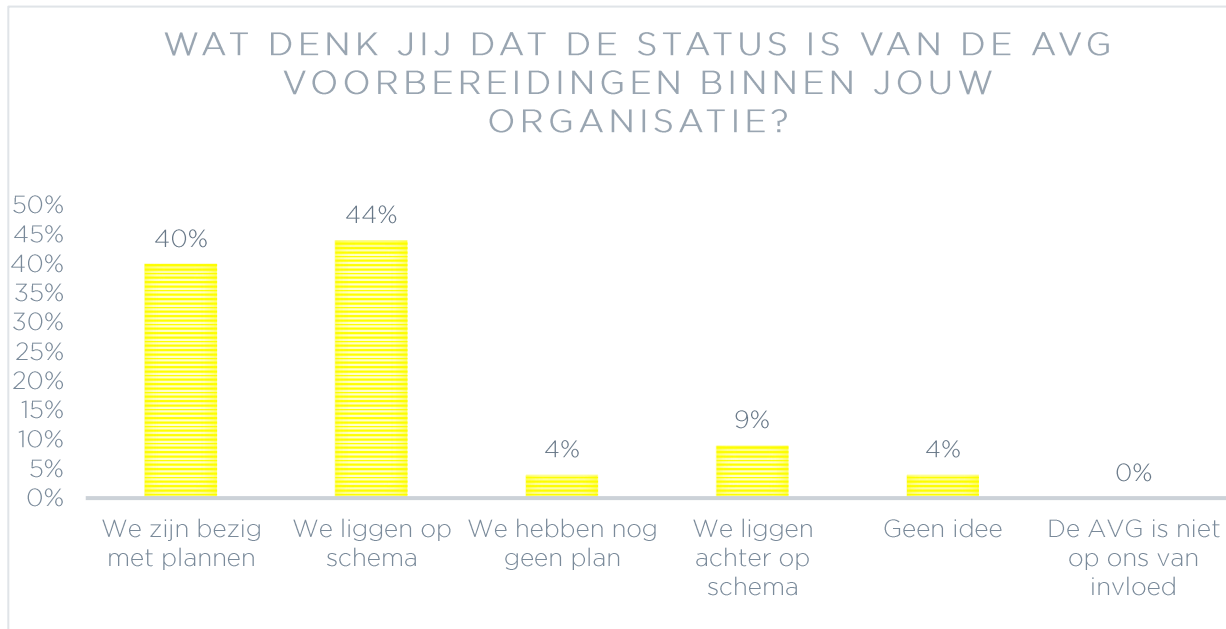
Over minder dan drie maanden, vanaf 25 mei 2018, zal de Algemene Verordening Gegevensbescherming gehandhaafd gaan worden. De veranderingen zijn ingrijpend voor organisaties, zowel technisch als juridisch. Wat is de stand van zaken in de voorbereiding op deze nieuwe Europese wetgeving in Nederland? Wij vroegen het 80 organisaties en de resultaten lees je in dit rapport.

D  
D  
M  
A

D  
D  
M  
A

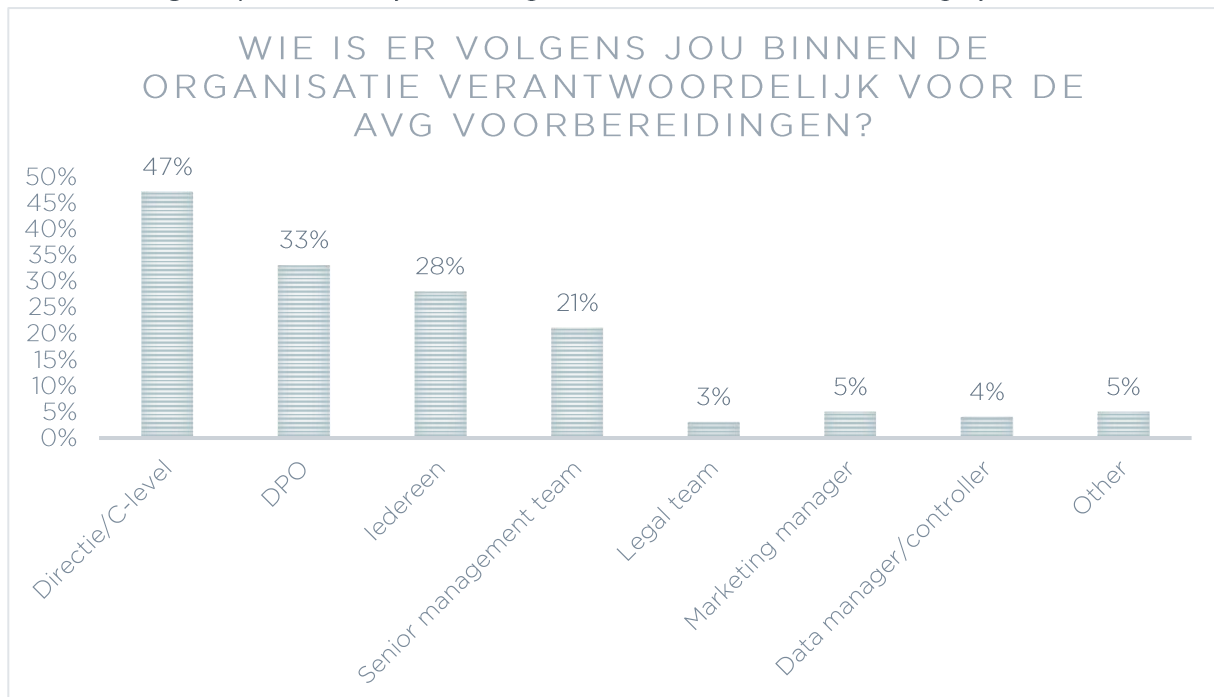
### Status van AVG voorbereidingen

Op de vraag hoe ver men denkt dat hun organisatie is met de AVG voorbereidingen, beantwoorde slechts 44% te denken op schema te liggen met de voorbereidingen. Dit is wel een verbetering ten opzichte van een half jaar geleden. Uit de eerste DDMA AVG Peiling, uitgevoerd in oktober 2017, bleek dat slechts 36% op schema lag met de voorbereidingen. Op dit moment is 40% is nog bezig plannen te maken voor de voorbereidingen en 9% geeft aan achter te liggen op schema. 4% geeft aan zelfs nog te moeten beginnen.



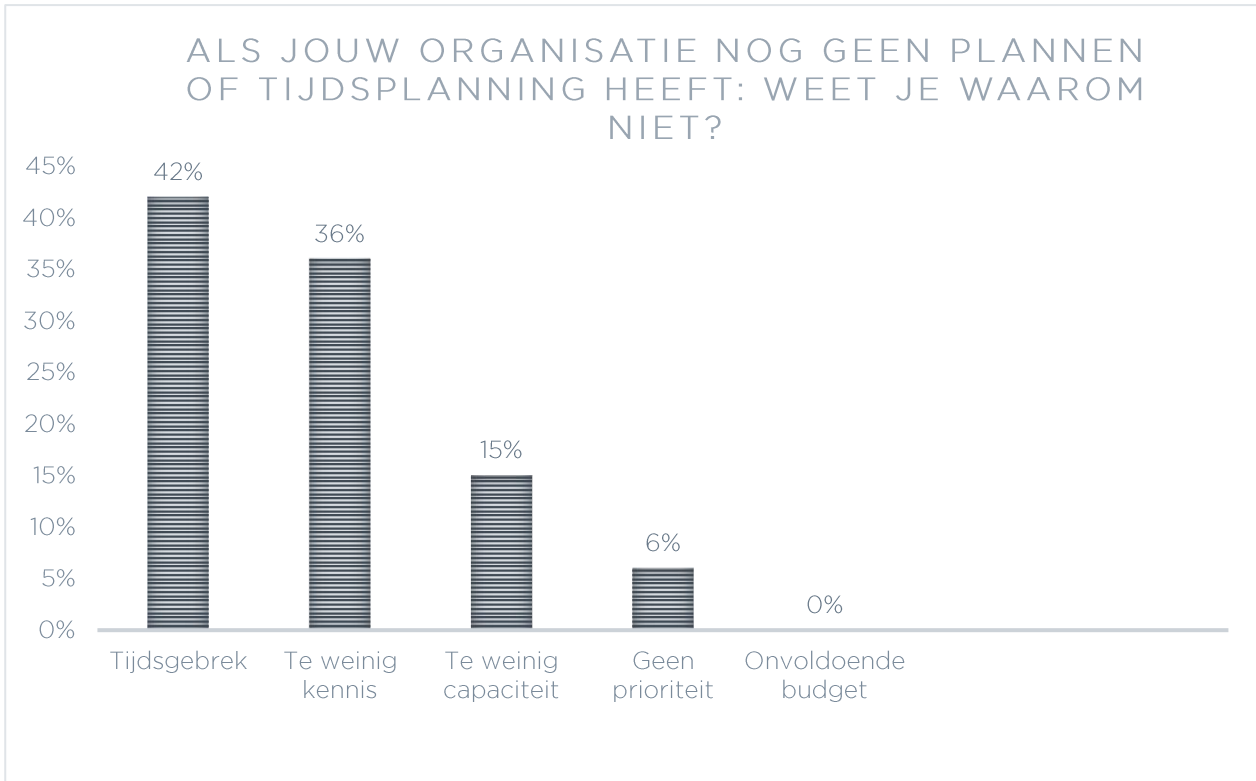
### Verantwoordelijkheden voorbereidingen AVG

Op de vraag wie er verantwoordelijkheid is voor de voorbereiding op de AVG, is directie/C-level het vaakst aangegeven als verantwoordelijk, gevolgd door de Data Protection Officer. Opvallend is dat op de derde plek 'iedereen binnen de organisatie' als medeverantwoordelijk wordt gezien voor de voorbereidingen op de AVG. Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.



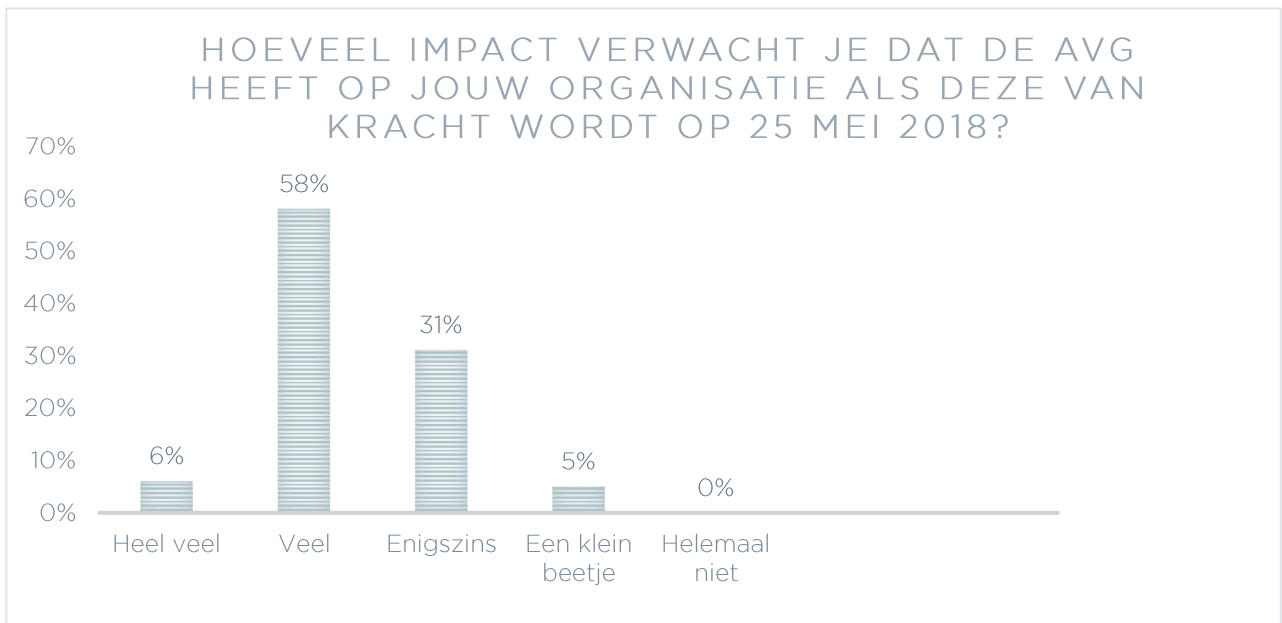
### Oorzaken voor ontbreken van (tijds)planning

De meest genoemde oorzaken voor het ontbreken van plannen en/of een tijdsplanning, zijn een gebrek aan tijd (42%), kennis (36%) en capaciteit (15%). Slechts 6% geeft aan dat het nog niet voldoende prioriteit heeft gekregen.



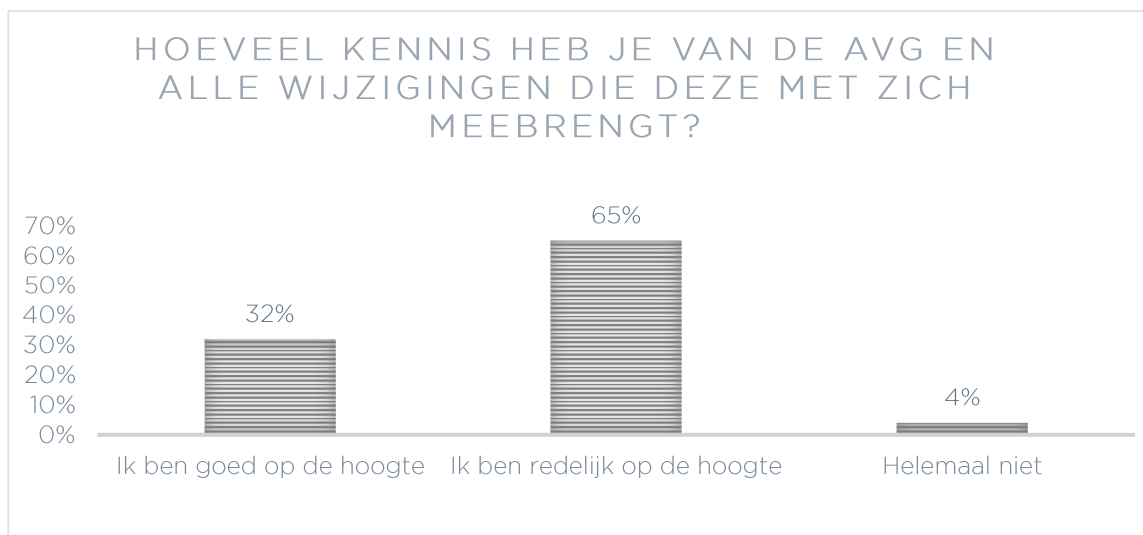
### Impact op de organisatie

Dat de AVG van impact zal zijn op organisaties, is inmiddels bij de meeste bedrijven wel doorgedrongen. 64% van de bedrijven verwacht dat de AVG veel tot heel veel impact zal hebben op hun organisatie. Slechts 5% zegt dat het maar een klein beetje impact zal hebben.



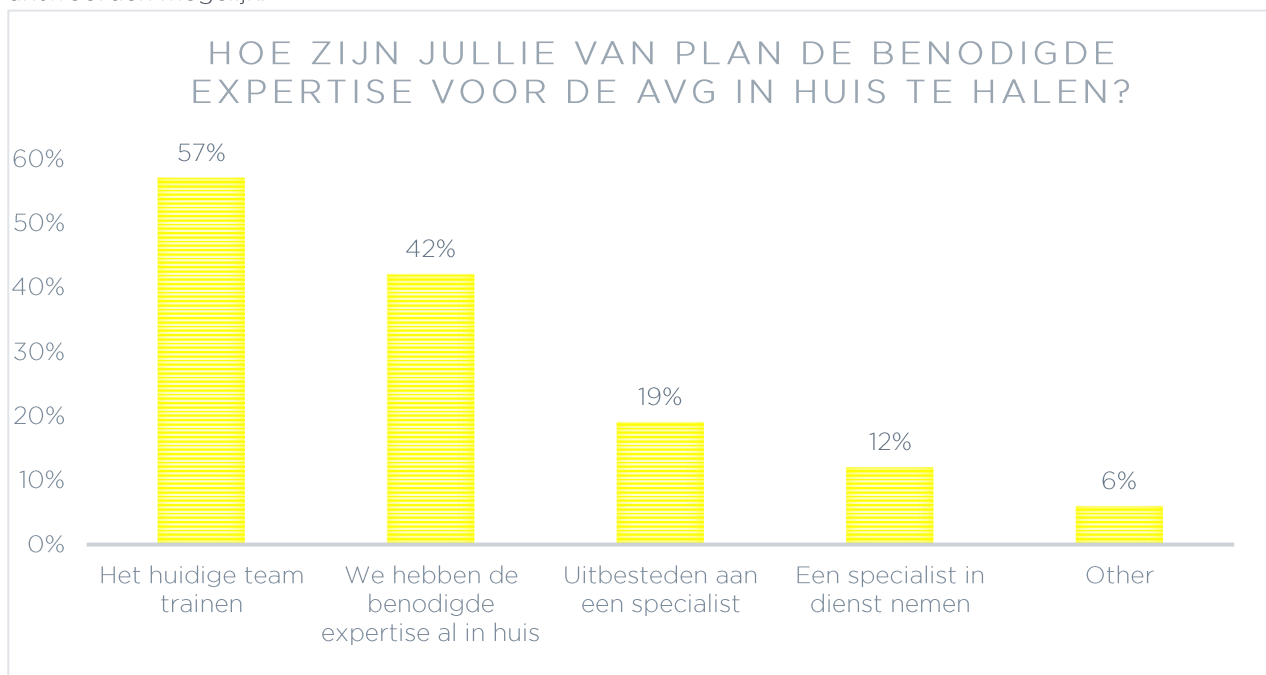
### **Kennisniveau ondervraagden**

65% van de ondervraagden stelt 'redelijk' op de hoogte te zijn van alle wijzigingen die de AVG met zich meebrengt. Slechts 1 op de 3 van de ondervraagden stelt 'goed' op de hoogte te zijn.



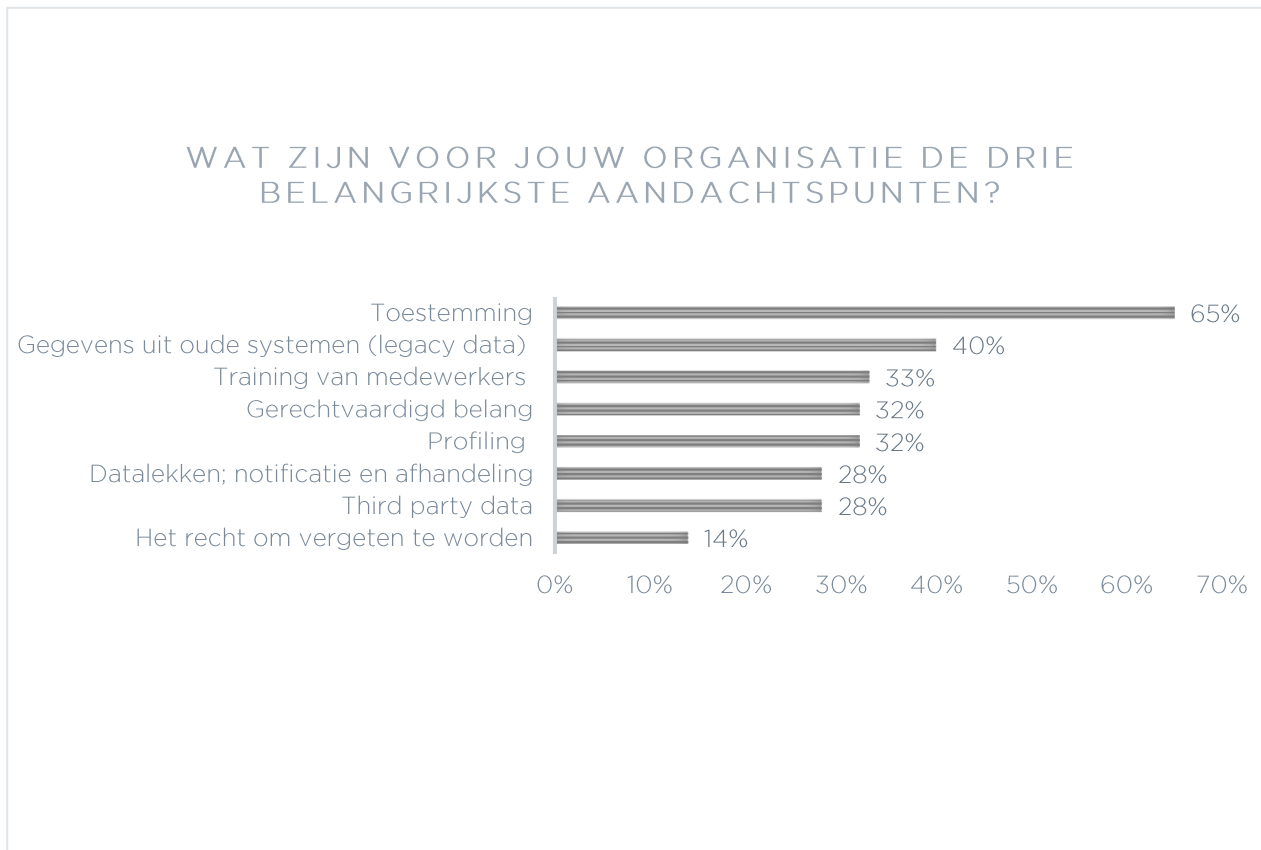
### **Expertise in huis halen**

Op de vraag hoe men de kennis in huis wil halen, wordt het vaakst genoemd dat men van plan is het huidige team te trainen. Een deel (42%) geeft aan de kennis al in huis te hebben. Het aantrekken van een specialist (extern of intern) wordt beduidend minder vaak genoemd. Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.



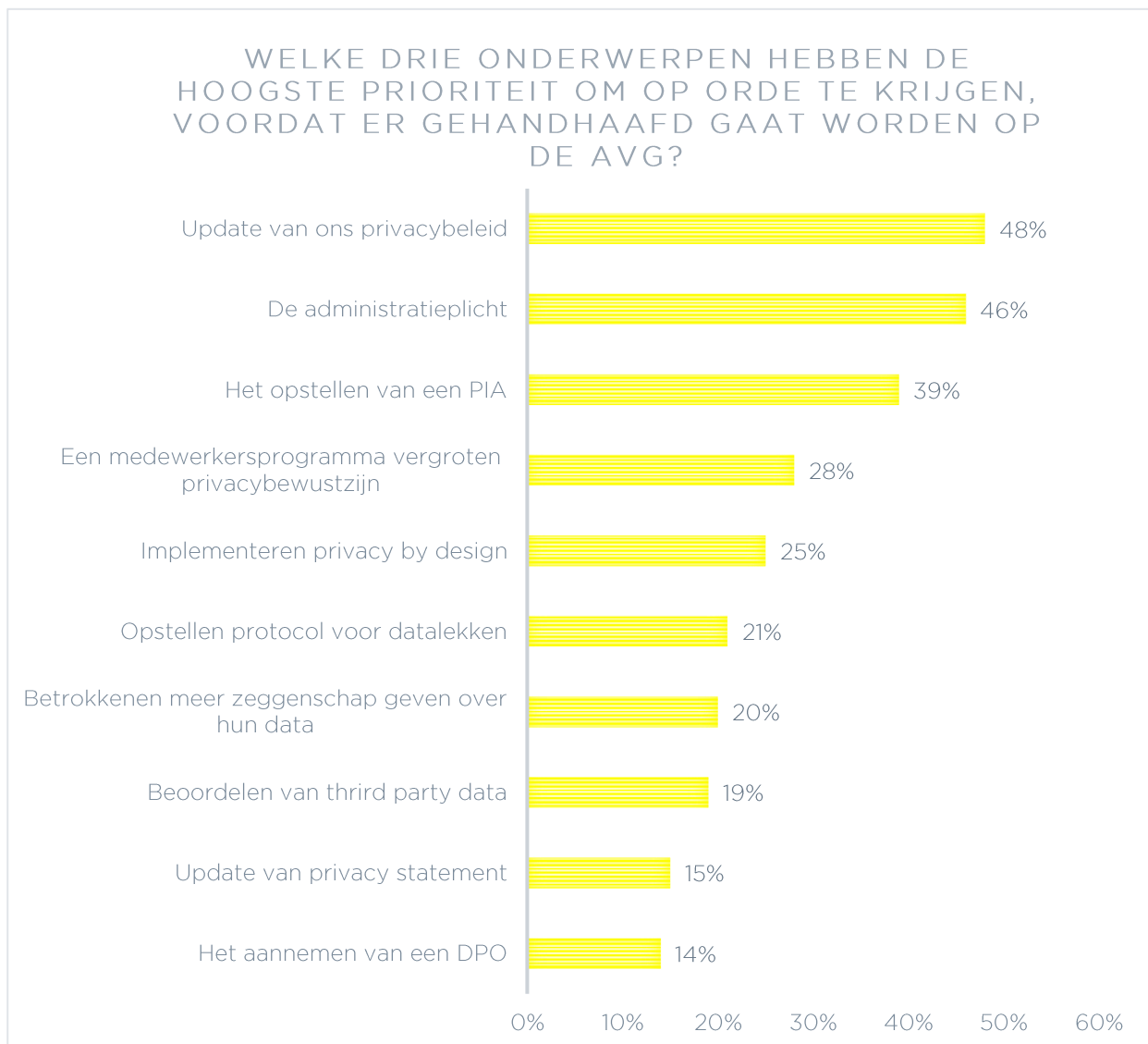
### Belangrijkste aandachtspunten

Zoals ook uit de vorige vraag bleek, staat het trainen van medewerkers hoog op de agenda. Het staat op plek drie als belangrijkste aandachtspunt. Het in kaart brengen en beoordelen van gegevens uit oude systemen (legacy data) wordt gezien als een belangrijk aandachtspunt bij het opstellen van het verwerkingenregister. Een ander onderdeel van de AVG dat als belangrijk aandachtspunt wordt gezien is het aantonen van toestemming. Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.



### Prioriteiten

Onderdelen van de AVG die als hoogste prioriteit worden gezien, zijn op de eerste plaats het updaten van het privacybeleid. Op de tweede plaats staat de administratieplicht en op de derde plaats het opstellen van een privacy impact assessment (PIA) voor marketingcampagnes. Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.



### Status van te nemen AVG maatregelen

Als gekeken wordt naar de maatregelen die genomen (moeten) worden voor de AVG, dan blijkt dat het aannemen van een DPO een hoge prioriteit had; 44% van de ondervraagden heeft al een DPO aangenomen als dit verplicht is.

Bij de meest genoemde prioriteit, het updaten van het privacy beleid (zie vorige grafiek), geeft ruim de helft aan daar dit jaar mee aan de slag te gaan of is er nog mee bezig en hoop het dit jaar af te ronden. Ook de tweede meest genoemde prioriteit, de administratieplicht (het verwerkingenregister), staat bij veel organisaties hoog op de agenda. Ondanks dat dit onderdeel van de AVG voor vrijwel alle organisaties verplicht is, heeft slechts 21% dit al op orde. Ruim de helft van de organisaties is hier nog mee bezig en heeft het als prioriteit voor dit jaar op de planning staan.

Opvallend is dat respectievelijk 23% en 26% aangeeft 'geen idee' te hebben wat de status is van het opstellen van een privacy impact assessment (PIA) en het implementeren van privacy by design. Ondanks dat het opstellen van de PIA in top drie van belangrijkste prioriteiten voorkomt.

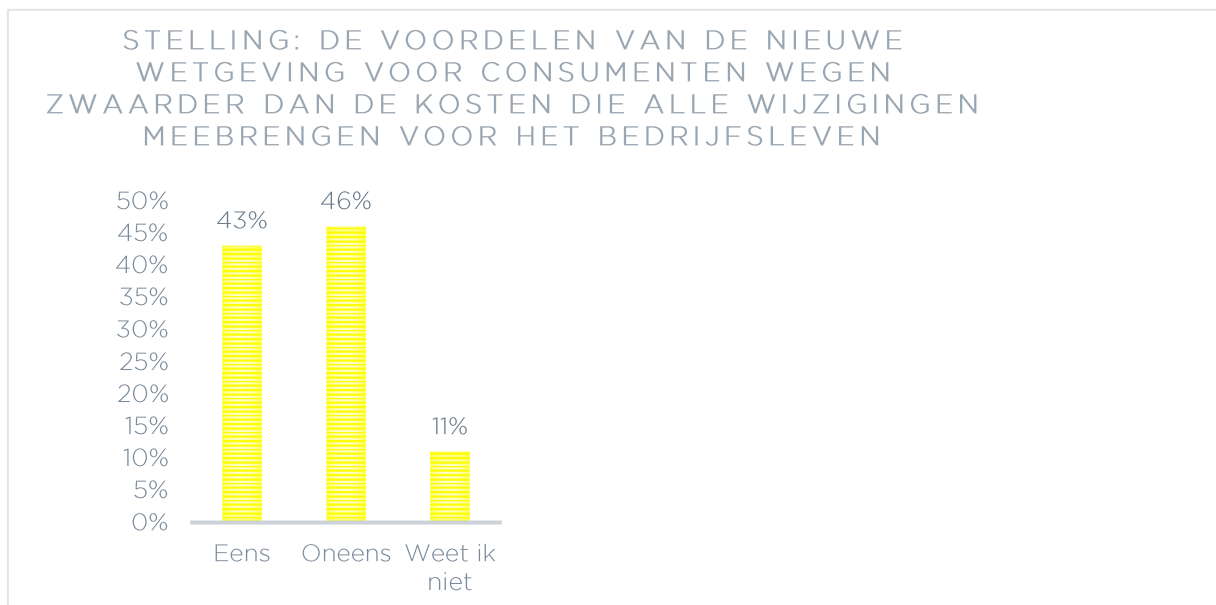
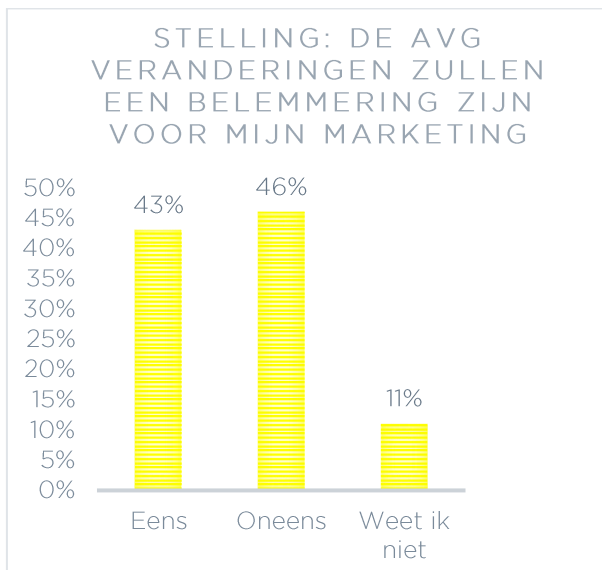
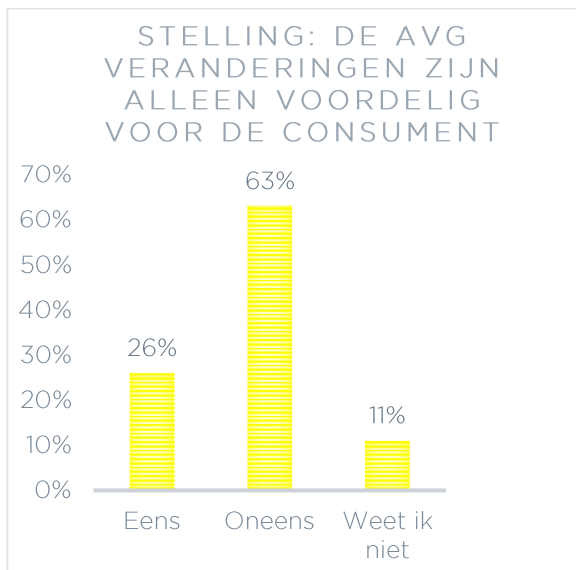
De vraag: Met welke AVG maatregelen zijn jullie al bezig?

| Planning                    | Het aannemen van een DPO | Opstellen van PIA voor marketing-campagnes | Implementeren van privacy by design | Update n privacy beleid | Updaten privacy statement | Beoordelen 3 <sup>rd</sup> party data | De administratie - plicht | Medewerkers programma vergroten privacy bewustzijn |
|-----------------------------|--------------------------|--|-------------------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------------------|---------------------------|--|
| Hebben we al gedaan         | 44%                      | 14%  | 14%                                 | 28%                     | 26%                       | 14%                                   | 23%                       | 21%  |
| Dit jaar                    | 10%                      | 46%  | 44%                                 | 53%                     | 56%                       | 49%                                   | 51%                       | 51%  |
| Binnen 2 jaar               | 5%                       | 0%   | 0%                                  | 1%                      | 1%                        | 2%                                    | 4%                        | 4%   |
| Te doen, maar geen planning | 5%                       | 10%  | 10%                                 | 7%                      | 7%                        | 7%                                    | 5%                        | 7%   |
| Zit niet in planning        | 17%                      | 7%   | 6%                                  | 1%                      | 1%                        | 9%                                    | -                         | -  |
| Geen idee                   | 12%                      | 23%  | 26%                                 | 9%                      | 9%                        | 19%                                   | 17%                       | 17%  |
| Niet verplicht              | 6%                       | -  | -                                   | -                       | -                         | -                                     | -                         | -  |



### Belang van de AVG

Ondanks dat er bij een groot deel van de bedrijven nog werk aan de winkel is, zien zij wel het belang van de nieuwe regels in, met name voor de consument. Bijna de helft van de organisaties vindt dat de voordelen van de nieuwe wetgeving voor consumenten zwaarder wegen, dan de kosten die alle wijzigingen meebrengen voor het bedrijfsleven. Ruim 60% is het dan ook oneens met de stelling dat de AVG-veranderingen alleen voordelig zijn voor de consument. In hoeverre het een belemmering zal zijn voor marketing zijn de meningen verdeeld; 46% van de ondervraagden vindt van niet en 43% is bang van wel.



## DDMA AVG Hulplijn

Deze peiling laat zien dat organisaties nog volop bezig zijn om zich voor te bereiden op de nieuwe privacyregels. Om te voorkomen dat organisaties niet juist geïnformeerd worden over de AVG, is de vereniging voor data en marketing DDMA gestart met een mythbuster-campagne. Tijdens de campagne ontkracht DDMA tot 25 mei elke dag een belangrijke AVG-mythe. Om bedrijven verder op weg te helpen is een AVG-hulplijn in het leven geroepen waar organisaties terecht kunnen met vragen over de AVG bij datagebruik in marketing. Meer informatie over de campagne en de hulplijn is te vinden op de DDMA website.

Wil je weten waar jij staat in het proces richting de nieuwe privacywet? Doe DDMA's AVG status check of vraag de volledige privacy audit van het DDMA Privacy Waarborg aan. Het DDMA Privacy Waarborg is een privacyscan die in 2017 is aangescherpt aan de hand van de AVG. Met het Waarborg laat je zien dat je de privacywetgeving respecteert en zorgvuldig en transparant omgaat met persoonsgegevens.

Wil je meer informatie over DDMA lidmaatschap of het DDMA Privacy Waarborg? Neem dan contact op met de DDMA relatiemanagers Fenna Renkema ([fennarenkema@ddma.nl](mailto:fennarenkema@ddma.nl)) of Sanne Fontaine ([sannefontaine@ddma.nl](mailto:sannefontaine@ddma.nl)) via 020 4528413.