

# PMP AVG-QuickScan

Onze online quickscan is een snelle manier om na te gaan of jouw organisatie slim inspeelt op de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG).

Denk hierbij aan vragen als:

- Doe je dat optimaal?
- Opereer je onder de maat?
- Schiet je door?

De scan laat zien jouw aanpak. Met die typering weet je of jullie organisatie de juiste koers aanhoudt om aan de AVG te voldoen. Zo niet, dan is het verstandig om je bakens te verzetten. Onze quickscan laat je zien waar je vooral op moet letten.

De scan bestaat uit elf meerkeuzevragen en duurt maar tien minuten.

Succes!























































*Kies het antwoord dat op dit moment van toepassing is op jouw organisatie of het antwoord dat er het dichtstbij in de buurt komt. Tijdens het beantwoorden van de vragen bestaat er geen goed of fout antwoord.*

- 1. Bij wie binnen jouw organisatie ligt de meeste verantwoordelijkheid voor privacy?**
  - a. Onze afdelingshoofden/lijnmanagers/directeuren
  - b. Bij onze juristen – die geven aan wat wel en niet mag
  - c. Wij hebben niemand die specifiek bezig is met privacy
  - d. Daar hebben wij speciaal iemand voor benoemd – onze Privacy Officer/FG/DPO, etc.
  
- 2. Hoe denkt jouw organisatie in het algemeen over privacy?**
  - a. Privacy is zorgen dat de organisatie voldoet aan de AVG
  - b. Privacy wordt altijd zo overdreven
  - c. Privacy vinden we lastig, omdat het de organisatie zo beperkt
  - d. Privacy zien wij als een mix van risicomanagement en kwaliteitsbeleid
  
- 3. Wat kenmerkt jullie privacybeleid?**
  - a. De managementcyclus en bestuursrapportages
  - b. Onze regels, protocollen, procedures, etc.
  - c. Dat wij ons er weinig van aantrekken
  - d. Ons verwerkingsregister is in orde en alle datalekken gaan naar de Autoriteit Persoonsgegevens
  
- 4. Wat is op privacyvlak de inbreng van jullie directie/bestuur?**
  - a. Die heeft geen tijd voor privacy
  - b. Een sturende rol om onze organisatie op hoger niveau te krijgen
  - c. Een temperende rol ter voorkoming van privacydiscussies
  - d. Die heeft een goedkeurende rol, zonder inhoudelijke betrokkenheid
  
- 5. In hoeverre heeft jouw organisatie grip op privacy?**
  - a. Op privacyvlak zijn wij nog vrijwel blanco
  - b. Wij letten met z'n allen goed op dingen zoals toestemming, grondslagen, doelbinding en bewaartermijnen
  - c. Wij brengen onze gegevensverwerkingen goed in kaart voor het verwerkingsregister dat we moeten bijhouden
  - d. Onze grip op privacy zit in allerlei dingen, zoals risicoanalyses, informatiekwaliteitschecks, trainingen en informatiebeveiligingsmaatregelen
  
- 6. Wanneer doet een afdeling binnen jouw organisatie het volgens jou goed op privacygebied?**
  - a. Als de afdeling de AVG gebruikt voor het realiseren van duurzaam databeleid en de bewaking/het vasthouden ervan
  - b. Goede vraag - daar hebben we het nog niet over gehad
  - c. Als de afdeling niet op een vervelende manier in aanraking komt met de Autoriteit Persoonsgegevens en er alles aan doet om dat tegen te gaan
  - d. Als de afdeling voldoet aan de AVG volgens de modellen van instanties zoals de NOREA en de VNG
  
- 7. In hoeverre informeert jouw organisatie haar doelgroepen over de privacybeleidsvoering?**
  - a. Wij verstrekken informatie aan onze doelgroepen bij de verkrijging van persoonsgegevens over wat we doen met de gegevens. Dit doen we o.a. met een privacyverklaring op de website

- b. Wij communiceren via de website dat wij privacy belangrijk vinden en dat wij ons bij de verwerking van persoonsgegevens aan de wet houden
  - c. Naast het verstrekken van informatie aan de doelgroepen, informeert onze organisatie aan de hand van artikel 13 en 14 AVG en een jaarverslag
  - d. Wij informeren onze doelgroepen niet over ons privacybeleid
- 8. Bespreekt jouw organisatie AVG-oplossingen met de vertegenwoordiging van de doelgroepen? Denk aan: persoonsvertegenwoordiging, ondernemingsraad, klantenpanel etc.**
- a. Het is niet onze cultuur om over dit soort dingen te praten met onze PV/OR
  - b. De PV/OR wordt geïnformeerd en misschien om commentaar gevraagd op de gevonden oplossingen
  - c. De PV/OR praat mee en wordt ook altijd gevraagd om toestemming voor gegevensverwerkingen – los van de oplossingen
  - d. De PV/OR praat mee en wordt altijd gevraagd om met de gevonden oplossingen in te stemmen
- 9. Is jouw organisatie in staat om verzoeken of klachten op AVG-gebied soepel en op tijd af te handelen?**
- a. Alle medewerkers kunnen de verzoeken behandelen
  - b. Wij oefenen hier regelmatig mee en weten hoe we contact moeten leggen met de betrokkenen bij de desbetreffende loketpunten
  - c. Daar hebben we nog nooit over nagedacht
  - d. We kunnen de verzoeken of klachten wel behandelen, maar het gaat nog niet soepel of tijdig
- 10. Hoe beschermen we personen in verband met de bescherming van hun persoonsgegevens?**
- a. Binnen onze organisatiecultuur hebben dat soort dingen geen prioriteit
  - b. Wij drillen de organisatie op privacyrechten, zoals het recht op inzage, het recht op correctie, het recht van verzet en het recht om vergeten te worden
  - c. Daarvoor hebben we contactpunten/loketten en hebben we alvast werkafspraken gemaakt, zodat we verzoekers meteen kunnen helpen
  - d. Binnen de organisatie hebben we afgesproken dat we hier wel een mouw aan passen als de situatie zich voordoet
- 11. In hoeverre vormt analyse van persoonsgegevens voor jouw organisatie een probleem? Denk hierbij aan analyse van verzuimgegevens, werkprestaties, koopgedrag, tevredenheidscoring, etc.**
- a. Geen probleem – dit soort dingen doen we gewoon
  - b. Dat doen we alleen als we toestemming hebben van de personen van wie we de gegevens gaan analyseren
  - c. Dit soort dingen doen wij niet vanwege de AVG
  - d. Dat kunnen wij AVG-conform organiseren, volgens de principes van data protection by design

### Goed gedaan!

*Dit is het einde van de quiz. Vergelijk jouw antwoorden met de bijpassende fruitsoorten in onderstaande tabel. Check daarna welke fruitsoort je het vaakst gekozen hebt. Deze fruitsoort bepaalt jouw profiel.*

1	A		7	A	
	B			B	
	C			C	
	D			D	
2	A		8	A	
	B			B	
	C			C	
	D			D	
3	A		9	A	
	B			B	
	C			C	
	D			D	
4	A		10	A	
	B			B	
	C			C	
	D			D	
5	A		11	A	
	B			B	
	C			C	
	D			D	
6	A		(12)	A	
	B			B	
	C			C	
	D			D	
Aantal					
Aantal					
Aantal					
Aantal					

Komen er meerdere winnaars uit? Beantwoord dan de extra vraag hieronder.

**12. Hoe zou jij het AVG-volwassenheidsniveau van de organisatie omschrijven?**

- We zijn op een prettige manier bezig met de AVG en merken dat we grip krijgen op onze informatiestromen en dat scheidt ook vertrouwen bij onze doelgroep. We merken dat het begint te renderen.
- We hebben het juridisch perfect geregeld maar voelen wel de zware administratieve belasting.
- Daar hebben we nog nooit bij stilgestaan, hoezo volwassenheidsniveau?
- We zitten aan het begin van de volwassenheidsladder en proberen de volgende trede te bereiken.

## Cowboy-gedrag (je hebt het meeste 🍎 geantwoord)

**Jouw score:** de uitgangspositie om te voldoen aan de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is niet optimaal omdat je organisatie nog te onbezonnen opereert.

**Typering:** zulke onbezonnenheid is roekeloos ('Cowboy-gedrag').

Je bevind je **rechtsonder** in het kompas.

### Uitleg:

Uit de gegeven antwoorden komt naar voren dat jouw organisatie privacy niet serieus neemt of in ieder geval nog niet werkelijk op dit thema stuurt. Daarvoor kunnen allerlei redenen zijn. Maar ondertussen verwerkt jouw organisatie persoonsgegevens zonder privacywaarborgen. Daarmee scheppen jullie risico's voor zowel de doelgroepen als jezelf.

- Personen kunnen hierdoor hinder of ernstiger nadeel ondervinden, door misstanden zoals illegale, slordige of onveilige gegevensverwerking;
- Jouw eigen organisatie is kwetsbaar voor fouten, klachten, schadeclaims, bestuurlijke boetes en reputatieschade.

De belangrijkste aanbevelingen die wij data cowboys kunnen geven zijn:

1. Evalueer de huidige koers op bestuursniveau – wil je werkelijk doorgaan op de huidige manier? Een AVG organisatie-impact analyse (quick scan) helpt doorgaans om privacy bespreekbaar te maken.
2. Cowboy-organisaties hebben als voordeel dat ze niet gehinderd worden door een erfenis aan privacyoplossingen. Dat maakt het makkelijker om over te schakelen. Besluit om dat ook te gaan doen.
3. Jullie valkuil is dat, wanneer jullie op zoek gaan naar oplossingen, jullie worden overdonderd door allerlei informatie over privacy en de AVG. De AVG verlangt geen papieren tijgers, maar effectieve oplossingen voor reële problemen. Wees kritisch en kies voor no-nonsens.

### Wat nu?

Je kunt aan de slag gaan met de aanbevelingen. Mocht je behoefte hebben om hierover te sparren; neem dan vrijblijvend contact met ons op. Meer informatie vind je [hier](#).



## Ontoereikend (je hebt het meeste 🍷 geantwoord)

**Jouw score:** de uitgangspositie om te voldoen aan de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is niet optimaal omdat jouw organisatie ontoereikend opereert.

**Typering:** jullie aanpak mist de nodige oplossingsgerichtheid. Kennelijk laat jouw organisatie zich leiden door richtlijnen en modellen die niet werkelijk onderdeel zijn van een AVG-conforme aanpak ('Ontoereikend').

### Uitleg:

Uit de gegeven antwoorden komt naar voren dat jullie organisatie tijd en energie steekt in de verkeerde dingen. Mogelijk vertrouwt je op aanbevelingen, richtsnoeren of modellen van anderen, zonder je af te vragen of deze werkelijk *passende* waarborgen bieden – zoals de AVG voorschrijft. Op die manier ontstaan schijnzekerheden, terwijl je ondertussen persoonsgegevens verwerkt zonder reële beschermingsmaatregelen. Daarmee scheppen jullie risico's voor zowel de doelgroepen als jezelf. Privacy problemen ontstaan niet *ondanks* maar *dankzij* de huidige koers.



- Personen kunnen hinder of ernstiger nadeel ondervinden door misstanden zoals illegale, slordige of onveilige gegevensverwerking;
- Je eigen organisatie is kwetsbaar voor fouten, klachten, schadeclaims, bestuurlijke boetes en reputatieschade.

De belangrijkste aanbevelingen die wij organisaties kunnen geven die verdwalen:

1. Evalueer jouw koers op bestuursniveau – wil je werkelijk doorgaan op de huidige manier? Een AVG-organisatie-impactanalyse helpt meestal om het verschil te leren begrijpen tussen papieren tijgers en reële oplossingen.
2. Durf te erkennen dat de aanpak ontoereikend was. Dat kan pijnlijk zijn, maar scheidt ook verheldering.
3. Werk aan eensgezindheid. Belangrijk is dat iedereen de omschakeling maakt. CIPP/E- en CIPM-bijspijkertrainingen kunnen nuttig zijn.

### Wat nu?

Je kunt aan de slag gaan met de aanbevelingen. Mocht je behoefte hebben om hierover te sparren; neem dan vrijblijvend contact met ons op. Meer informatie vind je [hier](#).

## Doorgeschoten (je hebt het meeste geantwoord)

**Jouw score:** de uitgangspositie om te voldoen aan de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is niet optimaal omdat in jouw organisatie regels en procedures de boventoon voeren.

**Typering:** jullie organisatie wordt op deze manier gevangen in onnodige lasten en beperkingen ('Doorgeschoten').

### Uitleg:

Uit de gegeven antwoorden komt naar voren dat jullie organisatie zich op privacy organiseert door de nadruk te leggen op regels, procedures en controles. Nu zijn regels, procedures en controles in een bepaalde mate altijd nodig, maar in een goede AVG-aanpak voeren ze niet de boventoon. De AVG is mede bedoeld om gegevensverwerking en innovatie in goede banen te leiden. Ingewikkeld maken en belemmeringen opwerpen, dat doen jullie jezelf aan. Mogelijk laat jouw organisatie zich leiden door adviseurs die nog niet doorhebben dat de AVG een andersoortige aanpak voorschrijft.



- Personen worden op een overdreven manier beschermd – mogelijk zelfs in strijd met de AVG.
- Jouw organisatie doet zichzelf te kort door inefficiënties en beperkingen.

De belangrijkste aanbevelingen die wij organisaties kunnen geven die kampen met een privacypolitie:

- Verbreed de kennis over de AVG en begrijp vooral de bedoeling van deze wet.
- Voer reële risico-analyses uit op jullie bedrijfsvoering en bedenk in multidisciplinair verband hoe risico's evenwichtig kunnen worden beheerst (goed voor personen én goed voor je organisatie).
- Herijk op bestuursniveau privacyrollen en -verantwoordelijkheden aan de hand van de AVG en good practices op het gebied van privacy management. CIPM-trainingen zijn waarschijnlijk nuttig.

### Wat nu?

Je kunt aan de slag gaan met de aanbevelingen. Mocht je behoefte hebben om hierover te sparren; neem dan vrijblijvend contact met ons op. Meer informatie vind je [hier](#).

## Passend (je hebt het meeste geantwoord)

**Jouw score:** jouw organisatie is al goed op weg om aan de AVG te voldoen.

**Typering:** een risicogedreven aanpak maakt jouw organisatie uiteindelijk tot een organisatie waar personen met recht vertrouwen in kunnen stellen ('Passend').

### Uitleg

Uit de gegeven antwoorden komt naar voren dat jullie organisatie zich op privacy organiseert door de nadruk te leggen op risicobeheersing.

Risicobeheersing is de kernopdracht van de AVG – al het overige is van secundair belang. Onder risicobeheersing moet in de eerste plaats worden verstaan: het beschermen van personen tegen de risico's van de informatiemaatschappij. Maar tegelijkertijd resulteert slimme risicobeheersing ook in de bescherming van de eigen organisatie, terwijl er ruimte ontstaat voor veilige en betrouwbare gegevensverwerking en innovatie ('digitaal duurzaam' of 'privacy by design').



Je handelt conform artikel 5 lid 2 en de corresponderende artikelen van hoofdstuk IV AVG. Je bent in control en kan steeds met vertrouwen verantwoording afleggen over beleid en maatregelen. Of anders gezegd; je realiseert, als het goed is, *privacy compliance* conform de bedoeling van de AVG.

De belangrijkste aanbevelingen die wij organisaties kunnen geven die passend omgaan met de AVG:

1. Blijf koersvast en zorg structureel voor verdere optimalisering van de aanpak.
2. Wees selectief bij het gebruikmaken van deskundigheid, richtsnoeren, modellen, enzovoorts: passen deze werkelijk in jouw aanpak?
3. Ga niet voorbij aan formaliteiten, maar geef ze een functie in jullie risicogedreven aanpak.

### Wat nu?

Je kunt aan de slag gaan met de aanbevelingen. Mocht je behoefte hebben om hierover te sparren; neem dan vrijblijvend contact met ons op. Meer informatie vind je [hier](#).