
De AVG anderhalf jaar later

‘Menselijke factor blijft belangrijkste risico’

De Autoriteit Persoonsgegevens gaat strenger handhaven op de AVG. Heeft de branche, anderhalf jaar na de invoering van de Europese privacy-verordening, zijn zaakjes op orde? Of is de aandacht voor de AVG inmiddels te veel weggezakt?

Guido de Kanter

“**H**et fenomeen verwerkingsregister is ten tijde van de invoering door bijna iedereen in de branche onderschat”, weet Jeroen Brouwer, beleidsadviseur arbeidsrecht bij brancheorganisatie ABU. “Men heeft vooraf niet aan zien komen hoeveel werk dat is. Bedrijven kwamen tot de ontdekking dat ze meer persoonsgegevens verwerkten dan ze aanvankelijk dachten. Dat gevoel leefde breed, merkte ik. En ook: hoe bouw je zo’n register op? Want als grote uitzendorganisatie werk je met grote hoeveelheden gegevens en heb je zoveel systemen—dus hoe systematiseer je dat logisch? Hoe zo’n register moet worden opgebouwd was een enorme zoektocht. En daar kwam het vullen dan nog bij.” In de aanloop naar de AVG heeft het flexbedrijven niet ontbroken aan ondersteuning. De brancheverenigingen ABU en NBBU ontwikkelden allerhande instrumenten om hun leden te informeren en op weg te helpen inzake de AVG. Zoals handboeken, modelovereenkomsten, voorlichtingsbijeenkomsten en ondersteuning door hun telefonische helpdesks. “Je ziet dat onze leden die eerste stap – implementatie– duidelijk wél hebben gemaakt”, signaleert Lucy Guardiola, juriste bij de NBBU. “Maar vervolgens moeten uitzendondernemingen bij elke stap in hun bedrijfsproces de AVG blijven meenemen. Via kanalen zoals onze website en de nieuwsbrief blijven we dan ook aandacht besteden aan de AVG, om het thema levend te houden.”

Dalende belangstelling

Ook cijfers van de ABU laten een daling zien van de belangstelling voor de AVG: “Het aantal vragen over de AVG dat wij



krijgen, had in 2018 een piek en zit nu weer op het niveau van 2017”, geeft Jeroen Brouwer aan. “Dat kan betekenen dat de aandacht voor de AVG wegzakt. Maar het is ook goed denkbaar dat er minder vragen worden gesteld, omdat men inmiddels beter op de hoogte is.” Brouwer constateert een verschuiving van basale vragen naar meer ingewikkelde. “Bijvoorbeeld over verhoudingen waarin meerdere partijen met elkaar in relatie staan. De klassieke situatie, waarin een uitzendbureau een uitzendkracht bij een opdrachtgever te werk stelt, die is redelijk uitgekristalliseerd. Maar je hebt veel varianten met doorlening: een uitzendbureau neemt iemand in dienst; die leent de werknemer door aan een ander uitzendbureau. En die leent hem uiteindelijk door aan een inlener. Dan heb je een vier-partijenconstructie. Daarbij spelen er echt nog vragen als: wie is er nu uiteindelijk verant-

woordelijk voor de persoonsgegevens en wie heeft welke verplichtingen?”

Het Flexhuis is een partij waarbij dit veelvuldig speelt. Deze managed service provider regelt voor zorginstellingen alle processen rondom externe arbeidskrachten, zoals zzp'ers, uitzendkrachten en gedetacheerden. De betreffende zorginstelling houdt hierbij nog maar één contractpartner over, namelijk Het Flexhuis. Wie is in een dergelijke constructie verantwoordelijk voor privacybescherming? “We hebben daar een schema voor gemaakt”,

vertelt Frederieke Schmidt Crans, operationeel directeur van Het Flexhuis. “Een uitzendbureau is verantwoordelijk voor de gegevens van zijn kandidaat. Daarnaast heb je de opdrachtgever. Die is zelf verantwoordelijk voor de gegevens die hij verwerkt van die kandidaat binnen zijn organisatie. En die opdrachtgever geeft ons opdracht om die gegevens voor hem te registreren. Daarmee zijn wij verwerker van die gegevens, maar dat doen wij voor de opdrachtgever en niet voor het uitzendbureau. Wij verwerken alleen de

‘Uitzenders moeten bij elke stap in hun bedrijfsproces de AVG blijven meenemen’



gegevens die nodig zijn bij de opdrachtgever. Of die wettelijk verplicht zijn, om iemand te werk te kunnen stellen. Zo voldoen wij aan de AVG. Het gaat er steeds om: waar gebruik je het voor en welk doel dient het? Er mag veel, mits je er maar een doelomschrijving voor hebt.”

Certificering

De AVG is complex, de gevolgen van onjuist handelen potentieel ingrijpend. En de flexbranche is extra vatbaar voor risico's door de gevoeligheid van de data waarover men beschikt en de verwevenheid met opdrachtgevers. Een keurmerk ligt dan ook voor de hand, maar is er nog niet. In dat gat springt de Stichting AVG Garant. Een initiatief van Theo van Leeuwen, directeur van Bureau Cice-

ro, dat een auditerende organisatie in de flexbranche is. Doel van de Stichting AVG Garant is om een AVG privacy-norm op te stellen en bedrijven in de flexbranche te certificeren. “Die norm is tot stand gekomen in samenwerking met brancheorganisaties”, vertelt Gerrit van Rooij. Van Rooij is eigenaar van PIAdvice, een adviesbureau op het gebied van de bescherming van persoonsgegevens. Hij is als woordvoerder betrokken bij de Stichting AVG Garant. “De norm ligt nu ter goedkeuring bij de Raad voor Accreditatie. Ondertussen zijn we bezig om auditeurs te trainen om bedrijven te gaan auditen. Vanaf november gaan we met Bureau Cicero voorlichtingsbijeenkomsten houden.” In juni werd bekend dat de Autoriteit Per-

soonsgegevens 3,4 miljoen euro extra krijgt uit de rijksbegroting om zich het komende jaar beter te kunnen richten op handhaving van de AVG. Boetes waren er tot nu toe onder andere voor het Haga Ziekenhuis, dat er inmiddels zelfs twee heeft, en de vervoersdienstverlener Uber.

Controle flexbranche

De Autoriteit Persoonsgegevens heeft nog geen boetes uitgedeeld in de flexbranche, weet Jeroen Brouwer: “De afspraken van de Autoriteit Persoonsgegevens zijn in principe openbaar, dus we weten dat het in onze sector nog niet gebeurd is.” Toch heeft de Autoriteit Persoonsgegevens in 2014 wel twee grote partijen in de branche, Randstad en Adecco, onderzocht in het kader van de Wet bescherming persoonsgegevens, de voorloper van de AVG. Uit dat onderzoek bleek dat Randstad en Adecco al tijdens het intakegesprek een kopie maakten van het identiteitsbewijs van potentiële werknemers en dit toevoegden aan het dossier. Iets dat pas mag als de werknemer daadwerkelijk voor het uitzendbureau aan de slag gaat en het uitzendbureau feitelijk de werkgever van de uitzendkracht wordt. Daarnaast vroegen beide uitzendbureaus uitzendkrachten die zich ziek meldden naar de aard en oorzaak van de ziekte en registreerden dit in een systeem. Tot slot bleek uit het onderzoek van de Autoriteit Persoonsgegevens dat de uitzendbureaus persoonsgegevens langer dan noodzakelijk bewaren: soms meer dan 13 jaar (Randstad) of zelfs 24 jaar (Adecco).

Adecco en Randstad hebben na een berisping door de Autoriteit Persoonsgegevens hun werkwijzen aangepast en een boete is uitgebleven. “De sector is zeker in beeld bij de Autoriteit Persoonsgegevens”, stelt Gerrit van Rooij dan ook. “De vraag is niet of een uitzendorganisatie gecontroleerd gaat worden, maar wanneer.” Gevraagd of hij een advies heeft voor flexbedrijven, antwoordt Jeroen Brouwer: “Blijf het onder de aandacht brengen, dus ook bij nieuwe medewerkers die de hype in 2018 niet hebben meegemaakt. Als je vaststelt dat de menselijke factor het belangrijkste risico is, dan is het van belang om het bewustzijn op peil te houden. En het verloop in de uitzendbranche is natuurlijk ook best groot. Sommige medewerkers zijn na een paar jaar weer weg. Je moet ook zorgen dat ook bij nieuwe werknemers de kennis op peil is. Om daarbij te helpen hebben we als ABU een privacy-app ontwikkeld met veertig vragen over de AVG. Steeds meer uitzendcrachten gebruiken deze app bij de training van nieuwe medewerkers.” **X**



AANTAL KLACHTEN IS EXPLOSIEF GESTEGEN

Op 9 september publiceerde de Autoriteit Persoonsgegevens haar klachtenrapportage over de eerste helft van 2019. In deze periode bedroeg het aantal klachten 15.313, een stijging van 59 procent ten opzichte van de voorafgaande periode, de tweede helft van 2018. De grote meerderheid van de klachten, 46 procent, betrof zakelijke dienstverleners. De overheid (14 procent) en de IT-sector (13 procent) kwamen op de tweede en derde plaats.

De Autoriteit Persoonsgegevens rondde in de eerste helft van 2019 meer dan 10 duizend klachten af. Hieronder vallen onder andere de bijna 8 duizend telefonische klachten die de Autoriteit direct in het gesprek met de klager heeft afgerond. Schriftelijke klachten loste de Autoriteit Persoonsgegevens op door overtreders een brief te versturen met normuitleg, te bemiddelen of een zogenaamd ‘normoverdragend gesprek’ te voeren (16 procent). In andere gevallen (29 procent) hebben medewerkers van de Autoriteit Persoonsgegevens mensen op weg geholpen om zelf een klacht in te dienen bij de organisatie waarover de klacht gaat. Er lopen momenteel 68 onderzoeken naar aanleiding van wat de Autoriteit Persoonsgegevens noemt ‘een veelvoud aan klachten’.

Het aantal informatieverzoeken nam in de eerste helft van 2019 juist af ten opzichte van het halfjaar daarvoor, met wel 72 procent: van 13.018 naar 3.707. In 2018 werden 20.881 datalekken gemeld. Vergeleken met de jaren daarvoor steeg het aantal meldingen fors. In 2016 ontving ze 5.849 meldingen en in 2017 waren dat er 10.009. In 2018 is het aantal ten opzichte van 2017 dan ook meer dan verdubbeld.