
ONDERWORPEN AAN DE PRIVACYWETGEVING VOOR FIELDMARKETING

Een onderzoek naar relevante privacywetgeving in het vak van fieldmarketing

(GEANONIMISEERDE VERSIE)

Naam:	Madelijn van der Sande	Opdrachtgever:	X
Studentnummer:	1095766	Begeleider:	X
Product:	Afstudeerproduct		
Modulecode:	HBR-4-AS17-AS		
Inleverdatum:	18 juni 2019		
Instelling:	Hogeschool Leiden		
Opleiding:	Hbo-rechten		
Afstudeerbegeleider:	Dhr. Mr. A. Verhoeff		
Onderzoeksdocente:	Mw. Mr. M. Mesman		

Voorwoord

Met veel trots, opluchting en (goede) spanning presenteer ik mijn scriptie. Voordat de inhoud van mijn onderzoek gelezen wordt, wil ik van de gelegenheid gebruik maken om mijn dank uit te spreken. Als eerste aan mijn opdrachtgever, X. Hij heeft mij de kans gegeven om bij X af te studeren en zelfstandig te werken aan een onderwerp dat mij na aan het hart ligt. Ten tweede wil ik mevrouw Mesman bedanken. Zij heeft haar rol als onderzoeksdocente meer dan uitgebreid uitgevoerd en mij geholpen, tot het moment dat ik 'alleen' verder kon met mijn afstudeerbegeleider. Vervolgens wil ik mijn afstudeerbegeleider, meneer Verhoeff, bedanken. Hij heeft mij op de juiste momenten handvatten gegeven, die ik op een aantal momenten goed kon gebruiken. Tenslotte is het belangrijk om te vermelden dat mijn scriptie niet afgerond had kunnen worden zonder de hulp van alle werknemers van X die ik heb mogen interviewen. Iedereen bij X is tijdens mijn afstudeertraject buitengewoon behulpzaam geweest.

Bedankt allemaal!

- Madelijn van der Sande

Haarlem, 18 juni 2019

Samenvatting

Sinds de inwerkingtreding van de nieuwe privacywetgeving, De Algemene Verordening Gegevensbescherming, heerst bij veel organisaties de vraag of zij een rechtmatig privacybeleid voeren, zo ook bij opdrachtgever: X. X werft elke dag nieuwe klanten voor haar opdrachtgever, (NAAM BEKENDE KRANT). De 'core business' van X is het inschrijven van zoveel mogelijk klanten voor een abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT). Dit doet X met haar fieldmarketeers en haar sub-verwerker, (NAAM SUB-VERWERKER). Niet alleen voor klanten maar ook met het zicht op de sancties die verbonden zijn aan de onrechtmatige verwerking van persoonsgegevens, is het voor X van belang om een rechtmatig privacybeleid zo spoedig mogelijk te implementeren in de organisatie.

Het doel van dit onderzoek is om X van een advies te voorzien waarin de handvatten worden gegeven om een rechtmatig privacybeleid te voeren, met betrekking tot het werven van klanten en verwerken van persoonsgegevens van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT). Dit heeft geleid tot de volgende **centrale vraag**:

Welk advies kan worden gegeven aan X, op basis van wetgeving, literatuur, interviews en het bijwonen van een werkdag op straat, met betrekking tot haar privacybeleid, bij het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Om deze vraag te beantwoorden, is gebruik gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. De wet is geanalyseerd, er is literatuur gebruikt en er is een praktijkonderzoek uitgevoerd. Dit praktijkonderzoek bestond uit het afnemen van interviews met vijf fieldmarketeers van X en het meelopen met een werkdag op straat, waarbij de fieldmarketeers abonnees hebben gewonnen.

Door de resultaten uit onderhavig onderzoek te bestuderen, is er antwoord gegeven op de centrale vraag. X verwerkt de volgende persoonsgegevens van klanten: de naam, het adres (en woonplaats), het telefoonnummer, de geboortedatum, de financiële gegevens en de email. Door deze persoonsgegevens te verwerken, kan de klant optimaal gebruik maken van het abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT). Uit interviews is gebleken dat de fieldmarketeers weinig tot geen kennis hebben over de verwerking van persoonsgegevens van klanten van (NAAM BEKENDE KRANT). In de trainingen die X haar fieldmarketeers aanbiedt, wordt enkel aandacht besteed aan het zo snel mogelijk (leren) verkopen van een abonnement aan een klant en niet aan de juridische basiskennis waar de fieldmarketeers wel over dienen te beschikken.

Vervolgens gaat er binnen en zelfs voorafgaand aan het werkproces van X (het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)) een aantal dingen fout. Voordat het

werkproces begint, had er door X al een aantal handelingen verricht moeten worden, namelijk het opstellen en laten tekenen van een geheimhoudingsovereenkomst door zowel de fieldmarketeers als de sub-verwerker en had er een sub-verwerkersovereenkomst opgesteld moeten worden. Binnen het werkproces van X missen er ook handelingen of worden handelingen niet correct uitgevoerd. Zo is de beveiliging van de iPads niet optimaal, kan de klant geen privacyverklaring lezen (van (NAAM BEKENDE KRANT) en X) en worden de voorwaarden niet op correcte wijze aangevinkt, waardoor er niet op rechtmatige wijze een abonnement wordt afgesloten.

Geconcludeerd is dat X een onrechtmatig privacybeleid voert met betrekking tot het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT). Om een rechtmatig privacybeleid zo spoedig mogelijk te implementeren in de organisatie, worden de volgende aanbevelingen gedaan:

1. Zorg dat er op de laatste pagina van het inschrijfformulier van de iPad beschreven staat wat de rechten van betrokkene zijn;
2. Controleer de iPad maandelijks op updates voor optimale beveiliging en geef elke fieldmarketeer een eigen inlogcode;
3. Zorg dat er op het inschrijfformulier van de iPad een leesbare privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT) staat;
4. Voeg op het inschrijfformulier van de iPad ook een privacyverklaring van X toe;
5. Zorg dat een deel van de trainingen gewijd wordt aan het uitleggen of lezen van de gedragscodes die van belang zijn voor de fieldmarketeers;
6. Geef in de trainingen uitleg over het omgaan met de iPad;
7. Een deel van de werkzaamheden van de fieldmarketeers is het verwerken van persoonsgegevens. Geef in de trainingen aan wat dat inhoudt;
8. Breng de fieldmarketeers, door middel van de trainingen, op de hoogte van het feit dat de verplichte voorwaarden (van het inschrijfformulier op de iPad) besproken moeten worden met de klant en de klant zelf deze voorwaarden moet aanvinken en zijn/haar toestemming moet geven;
9. Laat de fieldmarketeers een geheimhoudingsovereenkomst tekenen;
10. Laat (NAAM SUB-VERWERKER) een geheimhoudingsovereenkomst tekenen;
11. Laat (NAAM SUB-VERWERKER) de sub-verwerkersovereenkomst tekenen.

Een volledige uitwerking van de aanbevelingen staat beschreven in hoofdstuk 9.

Inhoudsopgave

Titelblad	
Voorwoord	
Samenvatting	
Inhoudsopgave	
Afkortingen	1
Hoofdstuk 1 INLEIDING	2
1.1. Aanleiding onderzoek en probleemanalyse	2
1.2. Doelstelling en vraagstelling	4
1.3. Operationaliseren van begrippen	6
1.4. Onderzoeksmethoden	7
1.5. Leeswijzer	9
Hoofdstuk 2 VERWERKING VAN PERSOONGEGEVENS	10
2.1. Persoonsgegevens	10
2.2. Verwerking van persoonsgegevens	12
2.3. Deelconclusie	16
Hoofdstuk 3 VERPLICHTINGEN VAN X	17
3.1. De verwerkingsverantwoordelijke	17
3.2. X de verwerker	17
3.3. De verwerkersovereenkomst	19
3.4. Deelconclusie	23
Hoofdstuk 4 WELKE PERSOONGEGEVENS HEEFT X NODIG?	24
4.1. Om gebruik te kunnen maken van het abonnement	24
4.2. Deelconclusie	25
Hoofdstuk 5 KENNIS VAN DE WERKNEMERS VAN X	26
5.1. De fieldmarketeers	26
5.2. Wat was opvallend?	27
5.3. Deelconclusie	29

Hoofdstuk 6 HET WERKPROCES VAN X	31
6.1. Werkdag op straat	31
6.2. Deelconclusie	33
Hoofdstuk 7 AANDACHTSPUNTEN BINNEN HET WERKPROCES	34
7.1. Aandachtspunten binnen het werkproces	34
7.2. Deelconclusie	37
Hoofdstuk 8 CONCLUSIE	38
8.1. Deelconclusies vormen de conclusie	38
8.2. Beantwoording centrale vraag	39
8.3. Terugkoppeling naar de doelstelling	40
8.4. Bruikbaarheid onderzoek	40
Hoofdstuk 9 AANBEVELINGEN	41
BIJLAGEN	45
BIJLAGE I Interview dhr. X	45
BIJLAGE II Interview dhr. X	47
BIJLAGE III Interview dhr. X	50
BIJLAGE IV Interview dhr. X	52
BIJLAGE V Interview dhr. X	55
BIJLAGE VI Interview dhr. X	58
BIJLAGE VII Interview jurist (NAAM BEKENDE KRANT)	59
BIJLAGE VIII Foto iPad	60
BIJLAGE IX Verwerkersovereenkomst	61
BIJLAGE X Wetgeving voor fieldmarketing	71
BIJLAGE XI Voorbeeld sub-verwerkersovereenkomst	72
BRONNENLIJST	79

Afkortingen

AP

Autoriteit Persoonsgegevens

AVG

Algemene Verordening Gegevensbescherming

(NAAM SUB-VERWERKER)

(NAAM SUB-VERWERKER)

CFM

Reclame Code voor Fieldmarketing

DDMA

Data Driven Marketing Association

X

X

FEDMA

Federation of Direct Marketing Associations

GFM

Gedragscode voor Fieldmarketing

NGP

Nederlandse Gedragscode voor het gebruik van Persoonsgegevens in het kader van direct marketing

(NAAM BEKENDE KRANT)

(NAAM BEKENDE KRANT)

Wbp

Wet bescherming persoonsgegevens

Hoofdstuk 1: Inleiding

De AVG, de nieuwe privacywetgeving die organisaties aardig heeft wakker geschud op het gebied van privacy. Voor elke organisatie, dus ook voor opdrachtgever, X, betekent deze nieuwe wetgeving dat het huidige privacybeleid onder de loep genomen moet worden. X heeft zich niet enkel te houden aan de nieuwe privacywetgeving, maar ook aan andere wetgeving en gedragscodes die gelden voor de fieldmarketingbranche.

1.1. Aanleiding onderzoek en probleemanalyse

Op 25 mei 2016 is de Algemene Verordening Gegevensbescherming (hierna te noemen: AVG) in werking getreden. Sinds 25 mei 2018 is de AVG van toepassing. Deze wet zorgt dat in de hele Europese Unie (hierna te noemen: EU) dezelfde privacywetgeving geldt. De nieuwe privacywet, de AVG, vervangt de Wet bescherming persoonsgegevens (hierna te noemen: Wbp). De digitale wereld ontwikkelt zich elke dag verder en de Wbp was daarom niet meer accuraat. De komst van nieuwe en strengere privacywetgeving was onvermijdelijk. ¹

In de AVG zijn regels vastgesteld om natuurlijke personen te beschermen bij de verwerking van hun persoonsgegevens door organisaties. ² Om de waarborging van deze persoonsgegevens te garanderen, moeten organisaties bij de verwerking voldoen aan de zes basisbeginselen inzake de verwerking persoonsgegevens. ³ Tenslotte is de verwerking van persoonsgegevens van een betrokkene enkel rechtmatig als aan minimaal één van de in art. 6 AVG genoemde voorwaarden voor een rechtmatige verwerking is voldaan. De komst van de AVG heeft organisaties zich doen realiseren dat hun huidige privacybeleid opnieuw beoordeeld en waar nodig aangepast moest worden. Dit geldt ook voor opdrachtgever. De opdrachtgever is X (hierna te noemen X): een fieldmarketingbureau dat gespecialiseerd is in het face-to-face werven van nieuwe klanten of donateurs. ⁴ Op dit moment werven de werknemers van X voornamelijk klanten voor de (NAAM BEKENDE KRANT), oftewel (NAAM BEKENDE KRANT) (hierna te noemen: (NAAM BEKENDE KRANT)). Er werken (+/-) 280 medewerkers voor X. Het werk van (+/-) 260 werknemers, de fieldmarketeers, is erop gericht om op straat langslopende, potentiële klanten in te schrijven voor een krantenabonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT). ⁵ Als potentiële

¹ Overweging 6 AVG

² Art. 1 lid 1 AVG

³ Art. 5 AVG

⁴ "Over ons" <https://X.nl/overons/> (zoek op: over X)

⁵ (NAAM BEKENDE KRANT) is niet de enige opdrachtgever van X, maar elke week werken wel de meeste fieldmarketeers op straat om klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT) te werven. Vanwege de grootte van het onderzoek is daarom gekozen om enkel het privacybeleid, dat ziet op het inschrijven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT), onder de loep te nemen.

klanten kiezen om een abonnement af te sluiten, wordt de betreffende persoon, door middel van een iPad, ingeschreven in het klantenbestand van (NAAM BEKENDE KRANT). De persoonsgegevens van de klanten worden direct doorgestuurd naar (NAAM SUB-VERWERKER) (hierna te noemen: (NAAM SUB-VERWERKER)), die vervolgens de klantgegevens doorstuurt naar (NAAM BEKENDE KRANT). X wil tegenover de klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) de acties waarvoor hun persoonsgegevens nodig zijn, kunnen verantwoorden. X wil voor alle potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT), die op straat worden ingeschreven, een rechtmatig privacybeleid voeren, zodat klanten, die op straat de eerste kennismaking hebben met X, ervan verzekerd zijn dat hun persoonsgegevens rechtmatig verwerkt worden.

Om een rechtmatig privacybeleid voor de klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) te kunnen voeren, is het voor X niet voldoende om enkel te voldoen aan de AVG. Aangezien X een fieldmarketingbureau is, moeten zij zich tevens houden aan voor de fieldmarketingbranche specifieke regelgeving. Vervolgens heeft de opdrachtgever van X, (NAAM BEKENDE KRANT), de overeenkomst van opdracht met X op een wijze ingericht dat de werknemers van X, de fieldmarketeers, zich dienen te houden aan alle voor de fieldmarketingbranche geldende regelgeving en gedragscodes. Deze gedragscodes zijn opgesteld door organisaties, bij wie (NAAM BEKENDE KRANT) een lidmaatschap heeft, die ervoor zorgen dat de straatverkoop correct wordt uitgevoerd, de consument beschermd wordt en er correct omgegaan wordt met de persoonsgegevens die worden gebruikt van personen die door straatverkoop een abonnement afsluiten. (NAAM BEKENDE KRANT) heeft een lidmaatschap bij de Data Driven Marketing Association (hierna te noemen: DDMA) waarin de 'Reclame Code voor Fieldmarketing' (hierna te noemen: CFM) en de 'Gedragscode voor Fieldmarketing' (hierna te noemen: GFM) zijn opgenomen en de Federation of Direct Marketing Associations (hierna te noemen: FEDMA) waarin de 'Nederlandse Gedragscode voor het gebruik van Persoonsgegevens in het kader van direct marketing' (hierna te noemen: NGP) is opgenomen.

Niet alleen voor haar opdrachtgever en de klanten van opdrachtgever, maar ook met het zicht op de sancties die verbonden zijn aan de onrechtmatige verwerking van persoonsgegevens, is het voor X van belang om een rechtmatig privacybeleid zo spoedig mogelijk te implementeren in de organisatie, aangezien de Autoriteit Persoonsgegevens (hierna te noemen: AP) is begonnen met sanctioneren.⁶ Bovendien neemt het aantal gevallen toe waarbij natuurlijke personen, wat de klanten van de (NAAM BEKENDE KRANT)

⁶ N. Waarlo, 'Uber krijgt boete voor verzwijgen groot datalek: hackers konden bij gegevens van 57 miljoen gebruikers', De Volkskrant, 27 november 2018. <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/uber-krijgt-boete-voor-verzwijgen-groot-datalek-hackers-konden-bij-gegevens-van-57-miljoen-gebruikers~b0809b6a/> (zoek op Uber)

zijn, een klacht indienen over de waarborging en verwerking van hun persoonsgegevens.⁷ X realiseert zich dat er hoogstwaarschijnlijk handelingen ontbreken of niet conform de privacywetgeving die geldt de fieldmarketingbranche, waaronder maar niet beperkt tot de AVG en de gedragscodes van de DDMA en de FEDMA, worden uitgevoerd waardoor er in de organisatie geen rechtmatig privacybeleid gevoerd kan worden ten behoeve van het werven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT). Om te voldoen aan de privacywetgeving die geldt voor de fieldmarketingbranche, wordt het huidige privacybeleid, met betrekking tot het werven van klanten van (NAAM BEKENDE KRANT), geanalyseerd en waar nodig aangepast, uitgebreid en verbeterd.

1.2. Doelstelling en vraagstelling

Het doel van dit onderzoek is om X van een advies te voorzien waarin de handvatten worden gegeven om een rechtmatig privacybeleid te voeren, met betrekking tot het werven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT), door aan te kaarten of er handelingen, bij het inschrijven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT), niet conform de privacywetgeving worden uitgevoerd en of er veranderingen doorgevoerd moeten worden zodat klanten van (NAAM BEKENDE KRANT), die als eerst contact hebben met X, ervan zijn verzekerd dat hun gegevens conform de huidige privacywetgeving worden verwerkt.

Het onderzoeken van het huidige privacybeleid van X, met betrekking tot het werven van nieuwe klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT), heeft geleid tot de volgende **centrale vraag**:

Welk advies kan worden gegeven aan X, op basis van wetgeving, literatuur, interviews en het bijwonen van een werkdag op straat, met betrekking tot haar privacybeleid, bij het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Om een volledig en concreet antwoord op de centrale vraag te formuleren, zijn zowel theoretisch-juridische als praktijkgerichte deelvragen geformuleerd.

Theoretisch-juridisch

Deelvraag 1: *Wat verstaat de AVG, op grond van wet- en regelgeving en literatuur, onder persoonsgegevens en de verwerking van persoonsgegevens?*

Deelvraag 2: *Welke verplichtingen heeft X ten aanzien van de verwerking van persoonsgegevens, bij het inschrijven van een klant in het klantenbestand van (NAAM*

⁷ 'Bijna 10000 mensen dienen privacyklacht bij autoriteit persoonsgegevens in.' 13 december 2018.
<https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/bijna-10000-mensen-dienen-privacyklacht-bij-autoriteit-persoonsgegevens#subtopic-5805> (zoek op: klacht privacy)

BEKENDE KRANT), op grond van de verwerkersovereenkomst met (NAAM BEKENDE KRANT) en wetgeving die van toepassing is op fieldmarketing?

Praktijkgericht

Deelvraag 3: *Welke persoonsgegevens van klanten, op grond van het houden van interviews en het onderzoek naar de technische middelen van X, bij het werven en inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT), verwerkt X?*

Deelvraag 4: *Wat is, op grond van het houden van interviews met de fieldmarketeers, de kennis van de fieldmarketeers over de verwerking van persoonsgegevens van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT)?*

Deelvraag 5: *Wat is, op grond van het houden van interviews en het bijwonen van een werkdag op straat, het werkproces van X bij de werving van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?*

Deelvraag 6: *Welke handelingen, voorafgaand en binnen het werkproces van X, die verricht worden bij het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT), zijn niet conform de bepalingen in de AVG en wetgeving die van toepassing is op fieldmarketing op grond van het analyseren van de technische middelen en het bijwonen van een werkdag op straat?*

1.3. Operationaliseren van begrippen

Ter verduidelijking zijn onderstaande begrippen geoperationaliseerd.

Betrokkenen

Personen van wie persoonsgegevens door een organisatie worden verwerkt.

Core-business

De kernactiviteit van een organisatie. De activiteit waar de organisatie zich voornamelijk mee bezighoudt.

Fieldmarketeer

Een werknemer van een fieldmarketingkantoor die zich in uitvoerende zin bezighoudt met fieldmarketing. In het geval van X houdt de fieldmarketeer zich bezig met het werven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT).

Fieldmarketing⁸

Het planmatig en systematisch aanprijzen van goederen, diensten of denkbelden buiten de eigen verkoopruimte, in de openbare ruimte of aan huis. Fieldmarketing omvat presentatie, promotie, activatie en directe verkoop waarbij sprake is van een standaard niet op de individuele ontvanger toegespitste inhoud. Wordt ook wel 'streetmarketing' genoemd.

⁸ Zie definitie in artikel 1, sub c CFM

1.4. Onderzoeksmethoden

Deelvraag 1: Bij de beantwoording van de eerste deelvraag is gebruik gemaakt van wetgeving en literatuur. De huidige privacywetgeving, de AVG, is onder de loep genomen. De handboeken *'De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar'*, *'Alles wat u moet weten over de verwerking van persoonsgegevens'* en *'Privacy wetgeving'*, zijn gebruikt. Als overige bron is de opinie van de groep gegevensbescherming artikel 29 gehanteerd en is een artikel uit de Staatscourant geanalyseerd. Tenslotte heeft de Handleiding Algemene verordening gegevensbescherming duidelijkheid geboden. In deze deelvraag zijn de volgende topics behandeld: persoonsgegevens (specifiek: 'iedere informatie', 'betreffende', 'geïdentificeerd of identificeerbaar' en 'natuurlijk persoon'), de verwerking van persoonsgegevens (specifiek: de beginselen inzake rechtmatigheid, behoorlijkheid en transparantie; doelbinding; minimale gegevensverwerking; juistheid; opslagbeperking; en integriteit en vertrouwelijkheid. Tevens de grondslagen waarop X haar verwerkingen baseert, toestemming en ter uitvoering van de overeenkomst, benoemd.

Deelvraag 2: Om na te gaan wat de verplichtingen zijn van X, is de verwerkersovereenkomst geanalyseerd die is afgesloten tussen (NAAM BEKENDE KRANT) & X. Op basis van de verwerkersovereenkomst, is wetgeving bestudeerd waar de fieldmarketeers zich dienen te houden, waaronder maar niet beperkt tot de gedragscodes van DDMA en de FEDMA. Andere wetgeving die is gebruikt is de AVG. De volgende handboeken zijn gebruikt: *'De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar'* en *'Handboek AVG Compliance in de praktijk.'* Verder is website van de Autoriteit Persoonsgegevens gehanteerd tezamen met de opinies van de groep gegevensbescherming artikel 29. Deze deelvraag kon niet louter op basis van wetgeving en literatuur beantwoord worden. Om deze reden zijn er antwoorden van een geïnterviewde toegevoegd. In deze deelvraag zijn de volgende topics behandeld: de verwerkingsverantwoordelijke, de verwerker en de verplichtingen die voortvloeien uit de verwerkersovereenkomst.

Deelvraag 3: Om na te gaan welke persoonsgegevens X verwerkt van klanten, zijn de technische middelen bestudeerd die door X of (NAAM BEKENDE KRANT) worden aangedragen om potentiële klanten in te schrijven voor een krantenabonnement, namelijk de iPads die gebruikt worden. De interviews van de fieldmarketeers en de operationeel manager zijn gebruikt ter beantwoording van deze deelvraag. In deze deelvraag zijn de volgende topics behandeld: welke persoonsgegevens worden verwerkt en met welke reden.

Deelvraag 4: Deze deelvraag is geheel op basis van interviews met werknemers beantwoord. Er zijn vijf werknemers geïnterviewd, die verschillende posities hebben binnen het bedrijf, maar die wel allemaal op straat potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) inschrijven voor een krantenabonnement. Er zijn interviews afgenomen met, in volgorde van de hoogste naar de laagste positie, één assistent-vestigingsmanager, twee captains en twee promoters. In deze deelvraag zijn de volgende topics behandeld: de fieldmarketeer en wat opvallend was op basis van de antwoorden van de geïnterviewden.

Deelvraag 5: Bij de interviews die zijn afgenomen, zijn ook vragen betrokken waaruit afgeleid kon worden wat het werkproces van X is en welke handelingen zij verrichten om potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) in te schrijven voor een krantenabonnement. Vervolgens is er een werkdag bijgewoond van de vestiging x. Er is geanalyseerd wat de fieldmarketeers doen om een potentiële klant in te schrijven voor een krantenabonnement. In deze deelvraag zijn de volgende topics behandeld: het werkproces van X op basis van een tijdsindicatie en het werkproces van X op basis van het inschrijven van een klant voor een krantenabonnement van de (NAAM BEKENDE KRANT).

Deelvraag 6: Bij de laatste deelvraag is informatie uit deelvraag 5 gebruikt. De onderzoeksmethoden uit deelvraag vijf worden tevens bij deze deelvraag gebruikt, maar er is bij deze deelvraag gekeken of de verrichte handelingen binnen het werkproces ook conform wet- en regelgeving zijn. Dit is gedaan aan de hand van de AVG en de verwerkersovereenkomst. Vervolgens is gebruik gemaakt van de antwoorden die de geïnterviewden hebben gegeven. Deze antwoorden zijn gebruikt om na te gaan of er handelingen, voorafgaand en binnen het werkproces, correct worden uitgevoerd. Deze deelvraag is beantwoord aan de hand van de topic: aandachtspunten binnen het werkproces van X.

1.5. Leeswijzer

Dit onderzoek bestaat uit 9 hoofdstukken. Hoofdstuk 1 geeft een inleiding van het onderzoek. Hierin komen onder andere de probleemanalyse, de doelstelling, de centrale vraag en deelvragen en de onderzoeksmethoden aan bod. In hoofdstuk 2 is uitgebreid aan bod gekomen wat de wet verstaat onder persoonsgegevens en de verwerking van persoonsgegevens. Vervolgens is in hoofdstuk 3 behandeld wat de verplichtingen van X zijn op grond van de wet en de verwerkersovereenkomst. Hoofdstuk 2 en 3 vormen het juridisch kader. Hoofdstuk 4 borduurt verder op hoofdstuk 2 omdat hier beschreven is welke persoonsgegevens X verwerkt. Vervolgens is in hoofdstuk 5, naar aanleiding van interviews, aandacht besteed aan het kennisniveau van de fieldmarketeers. Om ook het werkproces van X in kaart brengen, is hier in hoofdstuk 6 aandacht aan besteed. Tenslotte eindigen de praktijkgerichte onderzoeksvragen in hoofdstuk 7 waar is uitgelegd welke handelingen voorafgaand en binnen het werkproces van X verbeterd of aangepast dienen te worden. Hoofdstuk 8 geeft een conclusie op basis van de in hoofdstuk 4 tot en met 7 besproken resultaten. Op basis van de resultaten zijn in hoofdstuk 9 aanbevelingen gedaan. Dit onderzoek wordt afgesloten met bijlagen en een bronnenlijst.

Hoofdstuk 2: Verwerking van persoonsgegevens

Om gebruik te kunnen maken van diensten, salaris te kunnen ontvangen en van een sportabonnement te kunnen genieten, worden persoonsgegevens verwerkt. Op elke mogelijke manier worden persoonsgegevens verwerkt, maar wat verstaat de wet precies onder persoonsgegevens, wanneer wordt er gesproken van persoonsgegevens en wanneer is er sprake van een verwerking? Deze vragen zullen in onderhavig hoofdstuk beantwoord worden aan de hand van de AVG en geraadpleegde literatuur. Er is een uitgebreid juridisch kader (hoofdstuk 2 en 3) geschreven omdat dit aansluit op het kennisniveau van de opdrachtgever.

2.1. Persoonsgegevens

In de AVG is het begrip 'persoonsgegevens' gedefinieerd, maar deze definitie is niet zonder slag of stoot tot stand gekomen. De definitie was aan veel discussie onderhevig. Dit verklaart waarom de groep gegevensbescherming artikel 29 haar opinie heeft gegeven over het begrip 'persoonsgegevens.'⁹ De wetgever heeft gekozen voor deze brede definitie van het begrip om te garanderen dat de persoonsgegevens altijd met een persoon in verband kunnen worden gebracht.¹⁰ Vervolgens moest uit de definitie blijken dat de persoonsgegevens altijd van een natuurlijk persoon moeten zijn, omdat zij enkel bescherming kunnen genieten, mocht er onrechtmatig omgegaan worden met hun persoonsgegevens. Tenslotte is het van belang dat de natuurlijke persoon in leven is.^{11 12}

De definitie van 'persoonsgegevens' die is opgenomen in de huidige privacywetgeving, art. 4 lid 1 AVG, is als volgt: *'alle informatie over een geïdentificeerde of identificeerbaar natuurlijke persoon ('de betrokkene'); als identificeerbaar wordt beschouwd een natuurlijke persoon die direct of indirect kan worden geïdentificeerd, met name aan de hand van een identifier zoals een naam, een identificatienummer, locatiegegevens, een online identifier of van een of meer elementen die kenmerkend zijn voor fysieke, fysiologische, genetische, psychische, economische, culturele of sociale identiteit van die natuurlijke persoon.'* De wetgever heeft gekozen de definitie uit de oude privacywetgeving, de Wbp, tevens in de AVG te gebruiken en deels uit te breiden, omdat de definitie alle elementen bevat die van belang als het gaat op persoonsgegevens van natuurlijke personen. Wat de wetgever echter nog vond ontbreken, was een uitleg en definitie van

⁹ Deze groep, wat een onafhankelijk Europees adviesorgaan is, is opgericht op grond van artikel 29 van de Richtlijn 95/46/EG waarvan de taken zijn omschreven in artikel 30 van de Richtlijn 95/46/EG en in artikel 15 van de Richtlijn 2002/58/EG

¹⁰ Groep gegevensbescherming artikel 29, 01248/07/NL WP136, p. 4

¹¹ Groep gegevensbescherming artikel 29, 013248/07/NL WP 136, p. 23

¹² Overweging 27 AVG

gepseudonimiseerde persoonsgegevens.¹³ Dit houdt in dat persoonsgegevens op een zodanige wijze worden verwerkt, zodat zij niet meer aan een bepaald persoon of specifieke betrokkene kunnen worden gekoppeld. De toepassing van pseudonimisering op persoonsgegevens kan de risico's voor de betrokkenen verminderen, omdat hun persoonsgegevens niet gekoppeld worden aan een persoon.¹⁴ Dit begrip, dat afwezig was in de Wbp, is toegevoegd aan de AVG.

De definitie uit de AVG bevat verschillende begrippen die afzonderlijk besproken zullen worden. Deze begrippen zijn: 'iedere informatie', 'betreffende', 'geïdentificeerd of identificeerbaar' en 'natuurlijk persoon'.

Iedere informatie

Met deze term wilde de wetgever verduidelijken dat alle informatie die van een persoon gebruikt of zoals later nader uitgelegd wordt, verwerkt wordt, wordt gezien als persoonsgegevens. De definitie moet ruim geïnterpreteerd worden. Deze informatie bevat zowel objectieve als subjectieve informatie. Objectieve informatie betreft bekende feiten van een natuurlijk persoon. Subjectieve informatie, hierbij kan gedacht worden aan meningen en oordelen, is ook te kwalificeren als persoonsgegevens.¹⁵

Betreffende

Als de informatie over de betrokkene gaat, is er sprake van 'betreffende.' Of de informatie een betrokkene betreft is vaak makkelijk te achterhalen, omdat de informatie herleidbaar is. Het is echter moeilijker om 'betreffende' te achterhalen als het gaat om bijvoorbeeld een roerende zaak die verbonden is met de betrokkene of gebeurtenissen en processen die in verband kunnen worden gebracht met de betrokkene. Om onduidelijkheid te voorkomen, heeft de groep gegevensbescherming artikel 29 de volgende definitie geformuleerd: *'gegevens betreffen iemand wanneer zij verwijzen naar de identiteit, de kenmerken of het gedrag van een persoon of indien dergelijke informatie wordt gebruikt om de wijze waarop die persoon wordt behandeld of beoordeeld te bepalen of beïnvloeden.'*¹⁶

Geïdentificeerd of identificeerbaar

Een persoon kan geïdentificeerd of identificeerbaar zijn als de persoon zich op grond van directe of indirecte identificerende gegevens kan onderscheiden van andere personen en

¹³ Van Schie 2015, p. 24

¹⁴ Overweging 28 AVG

¹⁵ Groep gegevensbescherming artikel 29, 013248/07/NL WP 136, p. 6

¹⁶ Groep gegevensbescherming artikel 29, 013248/07/NL WP 136, p. 10

zijn of haar identiteit zonder moeite kan worden vastgesteld.¹⁷ Direct identificerende gegevens zijn gegevens die een persoon op een eenvoudige manier identificeren, zoals een naam of een geboortedatum. Van indirect identificerende gegevens is sprake wanneer gegevens via nadere te nemen stappen, dus niet op eenvoudige wijze, in verband worden gebracht met een persoon.¹⁸

Natuurlijk persoon

Tenslotte moeten de persoonsgegevens betrekking hebben op een natuurlijk persoon. Gegevens van ondernemingen of organisaties zijn geen persoonsgegevens.¹⁹ Het begrip 'natuurlijk persoon' wordt aangehaald in artikel 6 Universele Verklaring van de rechten van de mens waarin het volgende wordt vermeld: *'een ieder heeft, waar hij zich ook bevindt, het recht als persoon erkend te worden.'*²⁰ Deze definitie is in Nederland ook van toepassing.

Kortom, wil er gesproken worden over 'persoonsgegevens' dan moeten de gegevens voldoen aan de definities van de vier zojuist geformuleerde termen. Is dit niet het geval, dan worden er geen persoonsgegevens verwerkt en is de AVG niet van toepassing.

2.2. Verwerking van persoonsgegevens

Nu geformuleerd is wat persoonsgegevens zijn, zal er besproken worden wat bedrijven en organisaties vervolgens doen met de persoonsgegevens van natuurlijke personen. Deze persoonsgegevens worden namelijk verwerkt. In de AVG staat de volgende definitie van 'verwerken' vermeld: *'een bewerking of een geheel van bewerkingen met betrekking tot persoonsgegevens of een geheel van persoonsgegevens, al dan niet uitgevoerd via geautomatiseerde procedés, zoals het verzamelen, vastleggen, ordenen, structureren, opslaan, bijwerken of wijzigen, opvragen, raadplegen, gebruiken, verstrekken, door middel van doorzending, verspreiden, of op andere wijze ter beschikking stellen, aligneren of combineren, afschermen, wissen of vernietigen van gegevens.'* De wetgever heeft, net als bij de definitie van het begrip 'persoonsgegevens', gekozen voor een zeer brede omschrijving, zodat alle handelingen die gedaan worden met de persoonsgegevens van natuurlijke personen als 'verwerkingen' kunnen worden gekwalificeerd en deze verwerkingen derhalve aan de regels van de AVG zijn gebonden.

¹⁷ Stcrt. 2016, 4971, p. 7

¹⁸ Stcrt. 2016, 4971, p. 7

¹⁹ B.W. Schermer, D. Hagenauw, en N. Falot 'Handleiding Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming en Uitvoeringswet AVG' p. 25

²⁰ Groep gegevensbescherming artikel 29, 013248/07/NL WP 136, p. 23

Als bedrijven persoonsgegevens op rechtmatige wijze willen verwerken, zijn er zes basisbeginselen waaraan elke verwerking moet voldoen. De verwerking van persoonsgegevens valt onder het grondrecht ter eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer dat staat beschreven in art. 10 Grondwet. Elke verwerking dient dus dit grondrecht te respecteren.^{21 22} Een persoon van wie de persoonsgegevens worden verwerkt, kan zich direct beroepen op deze basisbeginselen als het vermoeden heerst dat één van deze beginselen niet nageleefd wordt. Het niet handhaven van deze beginselen leidt derhalve ook tot aanzienlijke boetes.²³ Het betreft hier de volgende zes beginselen:

Rechtmatigheid, behoorlijkheid en transparantie, art. 5 lid 1 sub a AVG

Voor betrokkenen moet duidelijk zijn hoe en op welke manier hun persoonsgegevens verwerkt worden.²⁴ Bij dit beginsel staat centraal dat in 'gewonemensetaal' beschreven moet zijn wat er gebeurt met de persoonsgegevens. Dit kan gedaan worden in een privacyverklaring.

Doelbinding, art. 5 lid 1 sub b AVG

Persoonsgegevens mogen enkel worden verzameld voor welbepaalde, uitdrukkelijk omschreven en gerechtvaardigde doeleinden.²⁵

- Welbepaald: verwerking mag alleen plaatsvinden als er gerechtvaardigde doeleinden zijn vastgesteld en in 'gewonemensetaal' zijn omschreven;²⁶
- Gerechtvaardigd: het doel waarvoor de persoonsgegevens zijn verzameld, moet niet in strijd zijn met de wet en tenminste voldoen aan één van de nader te bespreken voorwaarden van art. 6 sub a-f AVG;
- Verenigbaar: de verwerking van persoonsgegevens is alleen toegestaan indien de verwerking verenigbaar is met het doel waarvoor de gegevens in eerste instantie zijn verzameld.²⁷

Minimale gegevensverwerking, art 5 lid 1 sub c AVG

Voor de verwerking van persoonsgegevens dient een termijn vastgesteld te worden waarin een organisatie de persoonsgegevens verwerkt. Nadat deze termijn verstreken is, moeten de gegevens verwijderd worden. Dit beginsel houdt tevens in dat er zo min mogelijk

²¹ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar*, Amsterdam: Ius Mentis 2017, p. 39

²² S. Fennel, R. Kroes, F. Koppejan en A. Thier, *Privacy wetgeving*, Oisterwijk: Wolf Legal Publishers 2016, p. 9

²³ Art. 83 lid 5 punt a AVG

²⁴ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar*, Amsterdam: Ius Mentis 2017, p. 39

²⁵ B.W. Schermer, D. Hagenauw, en N. Falot 'Handleiding Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming en Uitvoeringswet AVG', p. 22

²⁶ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar*, Amsterdam: Ius Mentis 2017, p. 40

²⁷ L. van den Eijnden, S. Jansen, R. van den Bosch & I. van de Plas, *De AVG alles wat u moet weten over de verwerking van persoonsgegevens*, Alphen aan den Rijn: Vakmedianet 2018, p. 17

persoonsgegevens van natuurlijke personen worden verzameld. Enkel de gegevens die nodig zijn om het vastgestelde doel te verwezenlijken, mogen worden verwerkt. Om aan dit beginsel te voldoen, kan een organisatie zichzelf de volgende vraag stellen: 'Heb ik al deze gegevens nodig of kan ik toe met minder?' ²⁸

Juistheid, art. 5 lid 1 sub d AVG

De verzamelde persoonsgegevens moeten juist zijn. Verder moet er zorg voor worden gedragen dat onjuiste gegevens gewist of gerectificeerd worden. ²⁹

Opslagbeperking, art. 5 lid 1 sub e AVG

De persoonsgegevens moeten zo bewaard worden, dat natuurlijke personen niet langer geïdentificeerd kunnen worden, nadat het doel is verwezenlijkt waarvoor de persoonsgegevens waren verzameld. ³⁰

Integriteit en vertrouwelijkheid, art. 5 lid 1 sub f AVG

Een organisatie moet passende technische en organisatorische maatregelen nemen, zodat de kans op onrechtmatige verwerking, vernietiging of verlies zo klein mogelijk wordt. ³¹

Kortom, bij elke verwerking van persoonsgegevens, dienen alle zes beginselen in acht genomen te worden.

Als er een verwerking plaatsvindt en er is voldaan aan de hierboven genoemde basisbeginselen, is het tevens van belang dat de verwerking gebaseerd is op één van de grondslagen. ³² Alleen dán is er sprake van een rechtmatige verwerking. De grondslagen zijn als volgt: betrokkene heeft toestemming gegeven; de verwerking is noodzakelijk ter uitvoering van de overeenkomst; de verwerking is noodzakelijk om te voldoen aan een wettelijke verplichting; de verwerking is noodzakelijk om vitale belangen van de betrokkene te beschermen en de verwerking is noodzakelijk voor de vervulling van een taak van algemeen belang of van een taak in het kader van de uitoefening van het openbaar gezag. ³³

²⁸ L. van den Eijnden, S. Jansen, R. van den Bosch & I. van de Plas, *De AVG alles wat u moet weten over de verwerking van persoonsgegevens*, Alphen aan den Rijn: Vakmedianet 2018, p. 18

²⁹ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar*, Amsterdam: Ius Mentis 2017, p. 41

³⁰ L. van den Eijnden, S. Jansen, R. van den Bosch & I. van de Plas, *De AVG alles wat u moet weten over de verwerking van persoonsgegevens*, Alphen aan den Rijn: Vakmedianet 2018, p. 18

³¹ Dit komt in hoofdstuk 3 verder aan bod.

³² Art. 6 lid 1 sub a-f AVG

³³ Aangezien enkel aan één van de bovenstaande grondslagen (voorwaarden) moet worden voldaan, worden enkel de grondslagen besproken waarop X haar verwerkingen baseert.

Toestemming, art. 6 lid 1 sub a AVG

De persoonsgegevens van klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) mogen rechtmatig verwerkt worden als de klanten uitdrukkelijk hun toestemming hebben gegeven en op de hoogte zijn van de verwerking van hun persoonsgegevens. De toestemming van de betrokkene wordt gegeven door het uitvoeren van een actieve handeling, bijvoorbeeld een schriftelijke verklaring of het zetten van een 'vinkje' waarbij aangegeven wordt dat de toestemming is gegeven door de betrokkene.³⁴ Uit de toestemmingsverklaring van de betrokkene moet echter ook blijken dat de toestemming 'vrijelijk', 'specifiek', 'geïnformeerd' en 'ondubbelzinnig' is gegeven. Met deze specifieke benamingen wil de wetgever garanderen dat een betrokkene, als er toestemming wordt gegeven, op correcte wijze geïnformeerd is en weet wat het doel is van de verwerking van zijn/haar persoonsgegevens.³⁵

Aangezien klanten op de iPad ook een 'vinkje' moeten zetten, voordat er definitief een krantenabonnement afgesloten is, wordt er in het bijzonder aandacht besteed aan de benaming: 'vrijelijk' en 'ondubbelzinnig'. Uit overweging 43 AVG blijkt dat de toestemming vrijelijk gegeven moet zijn en de organisatie ook aan moet kunnen tonen, op grond van overweging 42 AVG, dat de toestemming vrijelijk is gegeven door de betrokkene. Het is van belang dat de betrokkene zelf een schriftelijke verklaring ondertekent of het 'vinkje' zet en dit niet door een ander voor de betrokkene wordt gedaan. Vooraf aangevinkte 'vinkjes' zijn onrechtmatig.³⁶

Als de toestemming 'ondubbelzinnig' is gegeven, houdt het in dat er geen twijfel mag zijn over waar betrokkene toestemming voor heeft gegeven en het doel waar de persoonsgegevens voor gebruikt worden.^{37 38}

Ter uitvoering van de overeenkomst

Organisaties hebben in veel gevallen de persoonsgegevens van klanten nodig om zo de overeenkomst ter uitvoering te kunnen brengen.³⁹ Van belang is echter dat de betrokkene wel partij is in deze overeenkomst.⁴⁰ In het geval van X, moeten de klanten van (NAAM

³⁴ L. van den Eijnden, S. Jansen, R. van den Bosch & I. van de Plas, *De AVG alles wat u moet weten over de verwerking van persoonsgegevens*, Alphen aan den Rijn: Vakmedianet 2018, p. 19

³⁵ Overweging 42 AVG

³⁶ Groep gegevensbescherming artikel 29, *Richtsnoeren inzake toestemming overeenkomstig Verordening 2016/679, 17/NL WP259 versie 01*, p. 18

³⁷ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *Handboek AVG Compliance in de praktijk*, Amsterdam: Ius Mentis 2018, p. 39

³⁸ In hoofdstuk 6 en 7 zal het vrijelijk geven van de toestemming wederom aan bod komen.

³⁹ Overweging 44 AVG

⁴⁰ L. van den Eijnden, S. Jansen, R. van den Bosch & I. van de Plas, *De AVG alles wat u moet weten over de verwerking van persoonsgegevens*, Alphen aan den Rijn: Vakmedianet 2018, p. 20

BEKENDE KRANT) hun persoonsgegevens opgeven, willen zij optimaal gebruik kunnen maken van het krantenabonnement.

2.3. Deelconclusie

Kortom, alle gegevens die van een betrokkene verzameld worden, zijn persoonsgegevens als ze voldoen aan de volgende beschrijving: het gaat om alle of iedere informatie betreffende een geïdentificeerd of identificeerbaar natuurlijk persoon die verzameld wordt. Deze persoonsgegevens worden vervolgens verwerkt. Deze verwerking is alleen rechtmatig als er wordt voldaan aan de basisbeginselen inzake de verwerking van persoonsgegevens. De verwerking moet om te beginnen rechtmatig, behoorlijk en transparant zijn. Vervolgens moet er sprake zijn van doelbinding, minimale gegevensverwerking, juistheid van gegevens en opslagbeperking. Tenslotte dienen de verwerker en verwerkingsverantwoordelijke integer en vertrouwelijk te handelen. Een verwerking is pas rechtmatig als alle beginselen worden gehandhaafd en de verwerking gebaseerd kan worden op één van de zes grondslagen. In het geval van X baseren zijn hun verwerking op de toestemming die door de betrokkene gegeven wordt en de noodzaak van de gegevens om de overeenkomst ter uitvoering te brengen.

Hoofdstuk 3: Verplichtingen van X

Elke organisatie verwerkt persoonsgegevens om zo op een normale manier bedrijfsactiviteiten uit te kunnen voeren. Zo ook X. Zoals in hoofdstuk 2 is vermeld, mag een bedrijf echter niet zomaar persoonsgegevens verwerken. Er zijn veel regels en voorwaarden verbonden aan de verwerking van persoonsgegevens. In dit hoofdstuk worden de verplichtingen uiteengezet die X heeft ten aanzien van de verwerking van persoonsgegevens bij het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT).

3.1. (NAAM BEKENDE KRANT) de verwerkingsverantwoordelijke

Voordat er bestudeerd kan worden wat de verplichtingen zijn van X op grond van de wet en de overeenkomst die is afgesloten met (NAAM BEKENDE KRANT) is het van belang om eerst te weten wat volgens de AVG de positie is van (NAAM BEKENDE KRANT) en X.

(NAAM BEKENDE KRANT) is verwerkingsverantwoordelijke in de zin van de AVG. (NAAM BEKENDE KRANT) voldoet aan de definitie die de wetgever heeft gegeven aan de 'verwerkingsverantwoordelijke'. Volgens art. 4 lid 7 AVG wordt er gesproken van een verwerkingsverantwoordelijke als: *'een natuurlijke persoon of rechtspersoon, een overheidsinstantie, een dienst of een ander orgaan die/dat, alleen of samen met anderen, het doel van en de middelen voor de verwerking van persoonsgegevens vaststelt.'* Het doel van (NAAM BEKENDE KRANT) is zoveel mogelijk abonnementen te verkopen, zodat hun klantenbestand vergroot wordt. Dit doel wordt behaald doordat medewerkers van X op straat (potentiele) klanten benaderen en inschrijven voor een abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT). De handelingen die de werknemers van X verrichten, worden gezien als het middel om het door (NAAM BEKENDE KRANT) gestelde doel te verwezenlijken.⁴¹

3.2. X de verwerker

X is verwerker in de zin van de AVG. X voldoet aan de definitie die de wetgever heeft gegeven aan de 'verwerker'. Volgens art. 4 lid 8 AVG wordt er gesproken van een verwerker als: *'een natuurlijke persoon of rechtspersoon, een overheidsinstantie, een dienst of een ander orgaan die/dat ten behoeve van de verwerkingsverantwoordelijke persoonsgegevens verwerkt.'* Bij de definitie van verwerker zijn twee centrale voorwaarden van belang. Wil een partij als verwerker aangemerkt kunnen worden, moet

⁴¹ Zie bijlage VII (Interview jurist (NAAM BEKENDE KRANT)) antwoord bij vraag 1

er enerzijds sprake zijn van een aparte rechtspersoon, die los van de verwerkingsverantwoordelijke staat.⁴² Dit is het geval omdat (NAAM BEKENDE KRANT) en X aparte rechtspersonen zijn. Anderzijds moet de verwerker de persoonsgegevens ten behoeve van de verwerkingsverantwoordelijke verwerken. Dit is het geval, aangezien X persoonsgegevens verwerkt om het klantenbestand van (NAAM BEKENDE KRANT) te vergroten.⁴³

Zojuist werd beschreven dat de verwerkingsverantwoordelijke het doel en de middelen bepaalt. Dit is juist, maar het komt echter in de praktijk vaak voor dat de verwerker zelf de middelen bepaalt waarmee de verwerkingen worden uitgevoerd.⁴⁴ Dit geldt ook voor X. X is namelijk verantwoordelijk voor de kennis van haar werknemers (over fieldmarketing) en de manier waarop zij op straat klanten werven voor (NAAM BEKENDE KRANT). Dit mag en wordt door X vormgegeven. De fieldmarketeers van X wordt een aantal trainingen aangeboden zodat zij zo goed en snel mogelijk een krantenabonnement kunnen verkopen. X biedt de volgende trainingen aan: pitchworkshop; masterclass salestechnieken; masterclass omgaan met bezwaren; masterclass mindset en masterclass overtuigen en beïnvloeden. Fieldmarketeers moeten tijdens hun loopbaan bij X alle trainingen volgen om de kans dat een klant een abonnement afsluit zo groot mogelijk te maken. X heeft dus als verwerker zelf 'de touwtjes in handen' om met de door hen gekozen middelen het door de verwerkingsverantwoordelijke gestelde doen te verwezenlijken.

Als verwerker heb je dus enige vrijheid, maar je bent ook aan belangrijke verplichtingen gebonden. Zo zijn de verwerker, X, en haar werknemers, de fieldmarketeers, gebonden aan een strikte geheimhouding aangezien zij op straat de persoonsgegevens van klanten verwerken. De verwerker moet ook zorgen voor een goede beveiliging van de persoonsgegevens, die van klanten verwerkt worden. Vervolgens moet de verwerker alle gegevens wissen als de dienstverlening wordt gestaakt. Tenslotte moet de verwerker meewerken aan een door de verwerkingsverantwoordelijke aangevraagde audit.⁴⁵ Dit zijn, zonder de specifieke regelingen in de nader te bespreken verwerkersovereenkomst, de hoofdverplichtingen van een verwerker. In de volgende paragraaf zal aandacht besteed worden aan een andere verplichting van de verwerker.

⁴² Groep gegevensbescherming artikel 29, *Advies 1/2010 over de begrippen "voor de verwerking verantwoordelijke" en "verwerker"*, 00264/10/NL, p. 29

⁴³ Zie bijlage VII (interview met jurist (NAAM BEKENDE KRANT)) antwoord bij vraag 1

⁴⁴ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar*, Amsterdam: Ius Mentis 2017, p. 125

⁴⁵ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *Handboek AVG Compliance in de praktijk*, Amsterdam: Ius Mentis 2018, p. 103

Naast de verplichtingen, heeft de verwerker ook de vrijheid om (met toestemming van de verwerkingsverantwoordelijke) een sub-verwerker in te schakelen die voor rekening van de verwerkingsverantwoordelijke ((NAAM BEKENDE KRANT)) verwerkingsactiviteiten verricht.⁴⁶ De sub-verwerker van X heeft de naam: (NAAM SUB-VERWERKER) (zoals in de probleemanalyse vermeld: (NAAM SUB-VERWERKER)).⁴⁷ Deze sub-verwerker is de cruciale schakel die ervoor zorgt dat de door de fieldmarketeers op de iPad ingevulde persoonsgegevens van klanten, door middel van de software van (NAAM SUB-VERWERKER), terecht komen bij (NAAM BEKENDE KRANT). Zonder de verwerkingsactiviteiten van (NAAM SUB-VERWERKER), kan het door (NAAM BEKENDE KRANT) gestelde doel, hun klantenbestand vergroten door zoveel mogelijk abonnementen verkopen, niet gerealiseerd worden.

3.3. De verwerkersovereenkomst

De verplichtingen van de verwerker vloeien voort uit de AVG en dienen te zijn opgenomen in een door verwerkingsverantwoordelijke opgestelde verwerkersovereenkomst. (NAAM BEKENDE KRANT) heeft een verwerkersovereenkomst opgesteld met X waaruit blijkt wat op grond van de overeenkomst van opdracht, dat ziet op de directe verkoop van krantenabonnementen, de verplichtingen van X zijn.⁴⁸ In deze verwerkersovereenkomst staan de in de vorige paragraaf genoemde verplichtingen, maar wordt er ook gesproken over branche-specifieke regelingen (voor fieldmarketing geldende wetten en regels) die nader besproken worden. Deze bepalingen staan onduidelijk in de verwerkersovereenkomst genoemd maar zijn wel degelijk van toepassing op elke door de verwerker uitgevoerde verwerkingsactiviteit.⁴⁹

Volgens de verwerkersovereenkomst dient X te handelen conform de wetgeving waaraan zij gebonden is.⁵⁰ Aangezien X, als fieldmarketingkantoor, persoonsgegevens verwerkt, zijn zij gebonden aan de gedragscodes van de DDMA en de FEDMA.⁵¹

⁴⁶ Art. 28 lid 4 AVG jo. Art. 29 AVG

⁴⁷ Zie bijlage VII (interview met jurist (NAAM BEKENDE KRANT)) antwoord op vraag 1

⁴⁸ De verwerkersovereenkomst tussen (NAAM BEKENDE KRANT) en X zal als bijlage IX worden toegevoegd.

⁴⁹ In dit hoofdstuk worden enkel de verplichtingen genoemd die X, in het kader van dit onderzoek, heeft volgens de AVG en de verwerkersovereenkomst met (NAAM BEKENDE KRANT).

⁵⁰ In deze deelvraag wordt enkel wetgeving behandeld die voor X van belang is in het kader van dit onderzoek. De wetgeving die voor X van belang is en waar zij zich aan dienen te houden, is schematisch weergegeven in bijlage X.

⁵¹ Zie bijlage IX (verwerkersovereenkomst tussen (NAAM BEKENDE KRANT) en X), artikel 2, lid 2.2

DDMA ⁵²

(NAAM BEKENDE KRANT) heeft een lidmaatschap bij de DDMA. Dit houdt in, zoals in de verwerkersovereenkomst staat vermeld, dat X en dus haar fieldmarketeers gebonden zijn aan de (gedrags)regels die de DDMA heeft vastgelegd in haar gedrags- en reclamecode. De DDMA beschikt over twee 'codes': de Reclamecode voor Fieldmarketing (CFM) en de Gedragscode voor Fieldmarketing (GFM).

- Reclame Code voor Fieldmarketing (CFM)

X houdt zich volgens deze code bezig met 'directe verkoop'. ⁵³ Directe verkoop is fieldmarketing die erop gericht is een overeenkomst met een consument tot stand te brengen. ⁵⁴ In het geval van X worden er pogingen gedaan om een abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT) af te sluiten. Directe verkoop is echter wat anders het regelmatig op de website van de AP vermelde 'direct marketing'. ⁵⁵ Direct marketing ziet namelijk op communicatie naar consumenten via welk medium dan ook, zoals e-mail, (mobiele) telefoon en online-diensten. ⁵⁶ X houdt zich dus enkel bezig met directe verkoop en niet direct marketing omdat X enkel face-to-face een abonnement probeert af te sluiten met een klant.

- Gedragscode voor Fieldmarketing (GFM)

Deze en de vorige code zijn bedoeld om fieldmarketingkantoren en fieldmarketeers te voorzien van de juiste handvatten, zodat consumenten op een correcte manier benaderd en ingeschreven kunnen worden voor een abonnement. Er moet daarom rekening gehouden worden met wetgeving en de 'codes' die in acht genomen moeten worden. Vandaar ook dat het van belang is en ook verplicht is dat de fieldmarketeers, die het eerste contact hebben met klanten en hen inschrijven voor een abonnement, op de hoogte zijn van de zojuist genoemde 'codes' en toepasselijke wet- en regelgeving. ⁵⁷ Het is echter niet aan de fieldmarketeers om deze kennis te vergaren. Het is aan het fieldmarketingkantoor, X, om essentiële basiskennis over toepasselijke wetgeving onderdeel te maken van de trainingen die de fieldmarketeers krijgen en deze kennis op regelmatige basis te testen. Volgens deze gedragscode moet de fieldmarketing(handeling) ook in overeenstemming zijn met de bepalingen uit de AVG, voor zover deze van toepassing zijn op het verwerken van persoonsgegevens van

⁵² DDMA is een vereniging voor marketing en data. "Over DDMA" <https://ddma.nl/over-ddma/> (zoek op: over DDMA)

⁵³ Er wordt aandacht besteed aan het verschil tussen 'direct marketing' en 'directe verkoop' omdat op basis van eigen waarnemingen is gebleken dat hier verwarring over bestaat binnen X. Vandaar deze verduidelijking.

⁵⁴ Art. 1 sub d CFM

⁵⁵ AP biedt duidelijkheid over direct marketing. 4 oktober 2018.

<https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/ap-biedt-duidelijkheid-over-direct-marketing>

⁵⁶ Zie definitie 'direct marketing' in de NGP

⁵⁷ Zie GFM, lid V

klanten, die een abonnement willen voor de (NAAM BEKENDE KRANT). Kortom, de fieldmarketeers dienen over de juiste kennis te beschikken bij het verwerken van de persoonsgegevens van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT).⁵⁸

FEDMA ⁵⁹

De FEDMA heeft de gedragscode 'Nederlandse Gedragscode voor het gebruik van Persoonsgegevens in het kader van direct marketing' ontwikkeld. Deze code is echter enkel in het Engels (European Code of Practice for the Use of Personal Data in Direct Marketing) en de DDMA heeft deze code vertaald. De gedragscode van FEDMA heeft als hoofddoel dat de persoonsgegevens van klanten op correcte wijze verwerkt worden en klanten ook inzage krijgen in de verwerking van hun persoonsgegevens. In de eerder behandelde deelvraag werd beschreven dat elke verwerking eerlijk en volgens de regels van de AVG verwerkt dienen te worden. De FEDMA benadrukt deze regel en voegt daaraan toe dat betrokkenen, ten tijde van de inschrijving, op de hoogte gesteld moeten worden van hun rechten met betrekking tot de verwerking van hun persoonsgegevens.⁶⁰ De rechten van betrokkenen (de klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) van wie de persoonsgegevens worden verwerkt) zijn:⁶¹

- Het recht op inzage (art. 15 AVG)

De betrokkene heeft het recht om op ieder moment de persoonsgegevens in te zien die verwerkt en verzameld zijn, zodat ook de betrokkene de rechtmatigheid van de verwerking kan controleren (overweging 63 AVG).

- Het recht op beperking van de verwerking (art. 18 AVG).

Indien de betrokkene de juistheid van verwerkte persoonsgegevens betwist, kan de betrokkene de juistheid controleren. Dit zou in het geval van X voor kunnen komen.⁶²

Nu de in de verwerkersovereenkomst geldende gedrags- en reclamecodes zijn benoemd, worden de in de verwerkersovereenkomst genoemde regels onder de loep genomen.

- De fieldmarketeers werken met potentiële gevoelige data. (NAAM BEKENDE KRANT) hecht er daarom waarde aan dat X en de fieldmarketeers de persoonsgegevens van klanten waarborgen. Een geheimhoudingsovereenkomst is in dit geval onmisbaar. In het arbeidscontract van alle fieldmarketeers is een

⁵⁸ De kennis van de werknemers zal in hoofdstuk 5 verder aan bod komen

⁵⁹ FEDMA is de Europese variant van de DDMA. (NAAM BEKENDE KRANT) is lid van de DDMA en de DDMA is lid van de FEDMA. (NAAM BEKENDE KRANT) is dus ook gebonden aan de FEDMA.

⁶⁰ Art. 2 NGP

⁶¹ Betrokkenen hebben volgens de AVG meer rechten, maar volgens de gedragscode moeten deze rechten vermeld worden als betrokkenen ingeschreven worden voor een abonnement en dus hun persoonsgegevens verwerkt worden.

⁶² In hoofdstuk 5 zal aan bod komen wat er door X en de fieldmarketeers gedaan wordt met de rechten van betrokkenen.

paragraaf opgenomen waarin geheimhouding geëist wordt, maar dit ziet enkel op bedrijfsgeheimen van X zelf en niet op de geheimhouding van de persoonsgegevens van klanten van (NAAM BEKENDE KRANT). De paragraaf over geheimhouding die in het arbeidscontract van de fieldmarketeers staat, is, volgens de verwerkersovereenkomst, onvoldoende als het gaat over de verwerking van persoonsgegevens van klanten. De geheimhoudingsovereenkomst die volgens de verwerkersovereenkomst getekend moet worden, moet garanderen dat fieldmarketeers correct omgaan met de persoonsgegevens die van klanten verwerkt worden.⁶³

- Vervolgens dient X passende technische en organisatorische maatregelen te nemen ter beveiliging van de persoonsgegevens.⁶⁴ ⁶⁵ Technische maatregelen of beveiliging, in het geval van X, betekent dat de iPads, waarop het programma van (NAAM SUB-VERWERKER) staat waarmee klanten worden ingeschreven, voldoende zijn beveiligd. Organisatorische maatregelen of beveiliging ziet op de toegang tot de persoonsgegevens, in ruime zin, maar ook het op een nette manier omgaan met de persoonsgegevens.⁶⁶ In het geval van de verwerking van persoonsgegevens van klanten, houden de organisatorische maatregelen die X moet nemen het volgende in: het opleiden van de fieldmarketeers door middel van het aanbieden van trainingen. Voor X is het dus van belang dat de technische en organisatorische maatregelen correct uitgevoerd worden. Bij de verwerkersovereenkomst is een bijlage toegevoegd (Annex 3) waarin staat vermeld waar elke afzonderlijke iPad aan dient te voldoen. De iPad voldoet aan het grootste gedeelte van deze lijst, omdat de iPad enkel het programma voor de inschrijvingen bevat. Verder kan de iPad nergens voor gebruikt worden. Er zijn echter regels vastgesteld door (NAAM BEKENDE KRANT) die extra aandacht verdienen en cruciaal zijn voor de waarborging van de privacy van klanten. Zo moet elke iPad voorzien worden van een unieke pincode, moeten de iPads maandelijks gecontroleerd worden op updates, moeten de fieldmarketeers op de hoogte zijn van de beveiliging van persoonsgegevens en zijn er organisatie-brede afspraken over de informatiebeveiliging en privacy voor het veilig gebruiken van de aan de fieldmarketeers verstrekte iPads.⁶⁷

⁶³ De geheimhoudingsovereenkomst zal in hoofdstuk 7 wederom aan bod komen

⁶⁴ Art. 28 lid 1 AVG

⁶⁵ Zie bijlage IX (verwerkersovereenkomst tussen (NAAM BEKENDE KRANT) en X) artikel 4

⁶⁶ A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *Handboek AVG Compliance in de praktijk*, Amsterdam: Ius Mentis 2018, p.

83

⁶⁷ Zie bijlage IX (verwerkersovereenkomst tussen (NAAM BEKENDE KRANT) en X) annex 3

- Zoals zojuist genoemd, werkt X met een sub-verwerker, namelijk (NAAM SUB-VERWERKER). ⁶⁸ Het is toegestaan om als verwerker een sub-verwerker aan te nemen, maar er moet met de sub-verwerker wel een sub-verwerkersovereenkomst gesloten worden waarin dezelfde verplichtingen staan vermeld die de verwerker ten aanzien van verwerkingsverantwoordelijke heeft. ⁶⁹

3.4. Deelconclusie

Kortom, (NAAM BEKENDE KRANT) is verwerkingsverantwoordelijke omdat zij het doel en de middelen bepaalt waarvoor persoonsgegevens van klanten worden verwerkt. Ondanks dat X de middelen kan bepalen waarmee het doel van de verwerking wordt bereikt, is X verwerker, omdat zij ten behoeve van (NAAM BEKENDE KRANT) persoonsgegevens verwerkt. X heeft ook te maken met een sub-verwerker, (NAAM SUB-VERWERKER), omdat zij de cruciale schakel is die de verwerking van persoonsgegevens van klanten mogelijk maakt. Als verwerker is X gebonden aan geldende wet- en regelgeving die is opgenomen in een verwerkersovereenkomst. Hieruit blijkt dat X en haar fieldmarketeers op de hoogte moeten zijn en zich dienen te houden aan de gedrags- en reclamecodes van de DDMA en de FEDMA. Op grond van deze codes moeten de fieldmarketeers kennis hebben van alle relevante (basis) wet- en regelgeving en dienen zij, bij het inschrijven van een klant, de rechten van deze klant (betrokkene) te vermelden. Vervolgens moeten de fieldmarketeers en de sub-verwerker een geheimhoudingsovereenkomst tekenen en moet er een sub-verwerkersovereenkomst afgesloten worden met de sub-verwerker, (NAAM SUB-VERWERKER). Tenslotte moet de verwerker passende technische en organisatorische maatregelen nemen, zoals, in het geval van X: het optimaal beveiligen van de iPads en het aanbieden van trainingen aan de fieldmarketeers, zodat zij goed geïnformeerd zijn als zij op straat potentiële klanten gaan werven.

⁶⁸ Zie bijlage VII (Interview jurist (NAAM BEKENDE KRANT)) antwoord op vraag 2

⁶⁹ De sub-verwerkersovereenkomst zal in hoofdstuk 7 verder aan bod komen.

Hoofdstuk 4: Welke persoonsgegevens heeft X nodig?

In hoofdstuk 4 tot en met 7 zullen de resultaten van het praktijkonderzoek besproken worden. Om met de benodigde middelen het door verwerkingsverantwoordelijke gestelde doel te verwezenlijken, moeten de persoonsgegevens van klanten verwerkt worden. Het is echter wel van belang om te weten welke persoonsgegevens van klanten verwerkt worden door verwerker en sub-verwerker. Om antwoord te geven op deze vraag is er een praktijkonderzoek uitgevoerd door met vier fieldmarketeers mee te lopen met een werkdag op straat om aan de hand van deze werkdag te concluderen welke gegevens verzameld worden.

4.1. Om gebruik te kunnen maken van het abonnement

Om als klant gebruik te kunnen maken van het abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT), zijn persoonsgegevens van klanten nodig. Deze persoonsgegevens, die voorheen nog met pen op een inschrijfformulier werden opgeschreven, worden nu ingevoerd in een programma dat op een iPad staat, die elke fieldmarketeer bij zich heeft op een werkdag.⁷⁰ Als een klant besluit dat hij/zij een abonnement wil af sluiten, wordt de iPad gepakt en wordt de betreffende persoon ingeschreven.⁷¹ Nadat de propositie (welk abonnement er door de klant gekozen wordt) is ingevuld, worden de persoonsgegevens ingevoerd. Er zal benoemd worden welke persoonsgegevens nodig zijn om de overeenkomst tot stand te brengen en de reden voor het verwerken van juist deze persoonsgegevens.

- Naam: de naam van de klant is nodig, omdat (NAAM BEKENDE KRANT) zeker moet weten wie er recht heeft op het abonnement, bijvoorbeeld als iemand met huisgenoten woont;
- Adres en woonplaats: het adres van de klant is nodig, zodat de krant aan huis bezorgd kan worden;
- Telefoonnummer: het telefoonnummer van de klant is nodig, zodat contact met de klant opgenomen kan worden als er onduidelijkheid is over het abonnement dat de klant heeft afgesloten;
- Geboortedatum: de geboortedatum van de klant is nodig, omdat er pas een abonnement kan worden afgesloten als de klant meerderjarig is. Vervolgens is er ook een risicogroep (80-85 jaar) die bij voorkeur niet ingeschreven wordt, vanwege hun leeftijd en handelingsbekwaamheid.⁷² Bovendien gebruikt (NAAM BEKENDE

⁷⁰ Zie bijlage VI (interview dhr. X) antwoord bij vraag 2

⁷¹ Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5.

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5.

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5.

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5.

⁷² Zie bijlage VI (interview dhr. X) antwoord bij vraag 6

KRANT) de leeftijd van klanten om kwaliteits- en marketing onderzoeken te doen.

⁷³

- Financiële gegevens: de financiële gegevens van de klant zijn nodig om het abonnement te kunnen betalen. De klant vult zijn Iban in en vervolgens wordt maandelijks, via een automatische incasso, het verschuldigde bedrag afgeschreven.
- Email: het e-mailadres van de klant is nodig, omdat de bevestiging van het afgesloten abonnement naar het e-mailadres van de klant wordt gestuurd. Tevens ontvangen klanten en zogenoemd welkomstboekje op hun e-mailadres. ⁷⁴

Deze gegevens worden verwerkt door verwerker, X, en dus haar fieldmarketeers om de klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) van een abonnement te kunnen voorzien. Deze gegevens worden via de beveiligde Cloud-server van (NAAM SUB-VERWERKER) doorgestuurd naar (NAAM BEKENDE KRANT), die vervolgens het abonnement voor de klant faciliteert. ⁷⁵

4.2. Deelconclusie

Kortom, er worden persoonsgegevens verwerkt van klanten om te zorgen dat zij op correcte wijze gebruik kunnen maken van hun krantenabonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT). Om dit te realiseren, vragen de fieldmarketeers de naam, het adres (en woonplaats), het telefoonnummer, de geboortedatum, de financiële gegevens en de email van klanten.

⁷³ Zie bijlage VI (interview dhr. X) antwoord bij vraag 6

⁷⁴ Zie bijlage VIII (inschrijfformulier IPad, laatste pagina)

⁷⁵ Zie bijlage VI (interview dhr. X) antwoord bij vraag 2

Hoofdstuk 5: Kennis van Fieldmarketeers

Om het privacybeleid onder de loep te kunnen nemen en ervoor te kunnen zorgen dat er correct gehandeld wordt ten aanzien van de persoonsgegevens van klanten, is het van belang om te achterhalen wat het huidige kennisniveau is van fieldmarketeers over de verwerking van persoonsgegevens van klanten. Zij zijn tenslotte de personen die in eerste instantie de persoonsgegevens van klanten verwerken. Om het kennisniveau van de fieldmarketeers te achterhalen, zijn er met vijf fieldmarketeers (met verschillende statussen binnen X) interviews gehouden over het verwerken van persoonsgegevens van klanten.

5.1. De fieldmarketeers

Er zijn in totaal vijf interviews afgenomen met fieldmarketeers, die binnen X een andere status hebben. De geïnterviewde met de hoogste status is de assistent-vestigingsmanager (dhr. X), vervolgens de twee captains (dhr. X en dhr. X) en tenslotte de twee promoters (dhr. X en dhr. X). Er zijn fieldmarketeers met verschillende statussen geïnterviewd, zodat er beoordeeld kon worden of er een verschil is in het kennisniveau van de verschillende fieldmarketeers, die elk een andere status voeren binnen X. Tijdens het afnemen van de interviews werd spoedig duidelijk dat het, elke werkdag opnieuw, altijd draait om het verkopen van zoveel mogelijk abonnementen.⁷⁶ Het is echter wel van belang om bij het maken van een 'sale' de relevante regels en verplichtingen in acht te nemen. Het doel van de interviews is om te beoordelen of er, naast het maken van een snelle 'sale', ook nog regels en verplichtingen worden gehandhaafd worden die in hoofdstuk 3 zijn genoemd.

De enige wijze waarop fieldmarketeers kennis kunnen hebben van het verwerken van de persoonsgegevens van klanten, tijdens een werkdag op straat, is door middel van de trainingen die de fieldmarketeers aangeboden wordt. De in hoofdstuk 3 genoemde trainingen zijn door alle geïnterviewde fieldmarketeers gevolgd. Alle geïnterviewde fieldmarketeers beschikken dus over de kennis en informatie waar X wil dat de fieldmarketeers over beschikken. In de trainingen die gegeven worden aan de fieldmarketeers wordt, volgens de geïnterviewde, niet specifiek aandacht besteed aan de verwerking van persoonsgegevens. De essentie van de trainingen ziet op het zo snel mogelijk verkopen van een abonnement.⁷⁷ Vanuit het oogpunt van X is dat logisch. Dit is

⁷⁶ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord op vraag 2

Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 2

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 2

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 2

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 2

⁷⁷ Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 10

tenslotte de 'core business' van het bedrijf. Toch is het van belang, met in het achterhoofd de boetes die door de AP uitgedeeld kunnen worden, om een 'sale' te maken die voldoet aan de geldende wet- en regelgeving.

5.2. Wat was opvallend?

- Tijdens één interview kwam naar voren dat fieldmarketeers meer leren, ook over de verwerking van persoonsgegevens van klanten, naarmate zij meer tijd op straat doorbrengen, er fouten gemaakt worden en fieldmarketeers daarop aangesproken worden.⁷⁸ Zo vertelde een promotor, waar hij gelijk in heeft, dat het niet de bedoeling is om gegevens te delen met andere (n) (collega's).⁷⁹ Aangezien er in de trainingen niet specifiek aandacht wordt besteed aan de privacy van de klanten, moeten de fieldmarketeers hun kennis op straat op doen. Tenzij er echt een fout wordt begaan en zij aangesproken worden, hebben de fieldmarketeers vanuit de trainingen niet de benodigde kennis. Zoals in hoofdstuk 3 werk genoemd, dienen de fieldmarketeers op de hoogte te zijn van de juridische basiskennis op het gebied van fieldmarketing, maar zelfs van de CFM en de GFM, gedragscodes die enkel gelden voor de fieldmarketeringbranche, hebben de fieldmarketeers nog nooit van gehoord.⁸⁰
- Nadat werd gevraagd wat hun kennis (van de geïnterviewden) is over het behartigen van de privacy van klanten, antwoordden vier van de vijf geïnterviewden dat zij wél weten dat de gegevens direct naar (NAAM BEKENDE KRANT) worden gestuurd en tussen de klanten en de (NAAM BEKENDE KRANT) blijven.⁸¹ Dit was opvallend omdat het namelijk incorrect is. De persoonsgegevens van klanten worden niet direct verzonden naar (NAAM BEKENDE KRANT). De persoonsgegevens worden van het programma van de iPad, via een beveiligde server van (NAAM SUB-VERWERKER), naar (NAAM SUB-VERWERKER) gestuurd, waarnaar het vervolgens naar (NAAM BEKENDE KRANT) gaat.⁸² Deze antwoorden vielen op, aangezien iemand binnen X de fieldmarketeers structureel van verkeerde informatie voorziet. Mocht het dus een keer gebeuren dat een fieldmarketeer een

⁷⁸ Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 12

⁷⁹ Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 10

⁸⁰ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord op vraag 11

Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 11

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 11

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 11

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 11

⁸¹ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord op vraag 6

Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 6

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 6

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 6

⁸² Zie bijlage VI (interview dhr. X) antwoord bij vraag 2 en 3

vraag krijgt van een klant over de datastroom van zijn/haar persoonsgegevens, weet de fieldmarketeer geen of een fout antwoord te geven.

- Vervolgens wordt er aandacht besteed aan de voorwaarden die verplicht aangevinkt moeten worden, wil er een abonnement afgesloten kunnen worden.⁸³ Alle geïnterviewden zeggen dat zij deze voorwaarden bespreken en behandelen met de klant.⁸⁴ Dit doen zij goed, maar het is wel onvoldoende om aan de bepalingen van de AVG te voldoen. De fieldmarketeers zeggen namelijk ook dat zij, en dus niet de klant zelf, de voorwaarden aanklikken.⁸⁵ Zoals genoemd in hoofdstuk 2 moet de toestemming van klanten vrijelijk gegeven worden. Als deze voorwaarden voor de klant worden aangevinkt en zij niet zelf deze handeling verrichten, wordt de toestemming geacht niet vrijelijk te zijn gegeven en wordt er in strijd met de AVG gehandeld.⁸⁶ Tijdens het interview is informatie uit de huidige paragraaf medegedeeld aan de fieldmarketeers. Vervolgens werd een antwoord gegeven dat de voorwaarden de meeste klanten niet interesseert. Ze *'gelooven het wel.'*⁸⁷ Het is echter wachten op klanten die wel op de hoogte willen zijn van de verwerking van hun persoonsgegevens, die vervolgens de fieldmarketeers vragen gaan stellen waar zij hoogstwaarschijnlijk geen antwoord op hebben.⁸⁸
- Bij de voorwaarden die aangevinkt worden, moeten, zoals in hoofdstuk 3 vermeld, ook de rechten van de betrokkenen gemeld worden (het recht op inzage en het recht op beperking van de verwerking). De rechten van de betrokkene worden echter niet vermeld. Aangezien dit niet op inschrijfformulier gemeld staat en de fieldmarketeers vanuit de trainingen ook deze juridische basiskennis niet hebben, worden de rechten van de betrokkene dus niet aan hen gemeld of getoond.
- Vervolgens werd er beoordeeld of er een verschil in kennis is tussen de verschillende fieldmarketeers. Zo werkt dhr. X al 4,5 bij X en dhr. X pas een paar maanden.⁸⁹ Dhr. X geeft ook zelf trainingen aan fieldmarketeers die net werkzaam

⁸³ Zie bijlage VIII (laatste pagina inschrijfformulier iPad)

⁸⁴ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord op vraag 7

Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

⁸⁵ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord op vraag 7

Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

⁸⁶ Welke voorwaarden aangevinkt moeten worden, wordt behandeld in het volgende hoofdstuk.

⁸⁷ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord bij vraag 7

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 8

⁸⁸ Hier zal in hoofdstuk 7 verder op worden ingegaan.

⁸⁹ Zie bijlage I (interview X) zie antwoord bij vraag 1

Zie bijlage IV (interview dhr. X) zie antwoord bij vraag 1

zijn bij X, dus hij is zonder twijfel op de hoogte van alle informatie waarover de fieldmarketeers dienen te beschikken.⁹⁰ Er is echter gebleken dat er tussen die fieldmarketeers geen verschil in kennisniveau bestaat op basis van de trainingen. De trainingen zijn niet veranderd of aangepast waardoor er geen informatie wordt gegeven over de verwerking van persoonsgegevens van klanten. De enige manier waarop het kennisniveau van de fieldmarketeers ietwat zou kunnen verschillen, is door hun ervaringen op straat.

- Ondanks dat de fieldmarketeers vaak antwoorden hebben gegeven zoals *'nee, dat wist ik niet'*, *'ik zou het eigenlijk niet weten'* of *'nee, daar was ik niet van op de hoogte'* houdt het niet in dat de fieldmarketeers ook niets willen weten over de verwerking van persoonsgegevens.⁹¹ Als je namelijk op de feiten wordt gedrukt en je weet dat er in de toekomst mogelijk een situatie kan ontstaan waar in je, zoals een fieldmarketeer zegt *'voor paal staat'* wil je wel de juiste antwoorden kunnen geven.⁹² Als de fieldmarketeers dus de basiskennis wordt aangeboden, die zij nodig hebben om conform de bepalingen in de AVG en de verwerkersovereenkomst met (NAAM BEKENDE KRANT) te handelen, willen zij deze kennis graag tot zich nemen.

5.3. Deelconclusie

Kortom, uit de vijf afgenomen interviews met de fieldmarketeers is gebleken dat hun kennis over de verwerking van persoonsgegevens nihil is.⁹³ Vanuit de trainingen die X aanbiedt, die fieldmarketeers verplicht moeten volgen, wordt geen aandacht geschonken aan de verwerking van persoonsgegevens van klanten. Wat opviel was dat de fieldmarketeers stuk voor stuk onbekend waren met de basiskennis die geldt in de fieldmarketingbranche en niet weten waar de persoonsgegevens van klanten naar verzonden worden. Verder worden de voorwaarden voor het afsluiten van een abonnement door de fieldmarketeer en niet door de klant zelf aangevinkt. Dit resulteert in een niet vrijelijk gegeven toestemming van de klant. Wat bij de voorwaarden ook aan de klant vermeld zou moeten worden, zijn de rechten van de betrokkenen. Dit wordt echter niet gedaan. Vervolgens is er geen verschil, op basis van de trainingen, in het kennisniveau van de fieldmarketeers. Mocht dit wel het geval zijn, komt dit enkel door de ervaringen

⁹⁰ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord bij vraag 11

⁹¹ Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 13

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 13

⁹² Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord bij vraag 13

⁹³ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord op vraag 12

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 12

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 12

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 12

die zijn op straat hebben opgedaan. Tot slot betekent het gebrek aan juridische basiskennis niet dat de fieldmarketeers geen moeite willen doen om de benodigde kennis tot zich te nemen. Als hun dit wordt aangeboden, zullen zij deze kennis vergaren en op straat gebruiken bij het inschrijven van nieuwe klanten.

Hoofdstuk 6: Het werkproces van X

Om te kunnen beoordelen of er handelingen ontbreken of niet correct worden uitgevoerd, die ertoe leiden dat X geen rechtmatig privacybeleid kan voeren met betrekking tot het inschrijven van klanten, moet het werkproces van X beschreven worden. Wat doet een fieldmarketeer tijdens een werkdag op straat? Hoe wordt een klant ingeschreven en welke handelingen worden er verricht bij het inschrijven van een klant?

6.1. De werkdag op straat

Om het werkproces van X in kaart te kunnen brengen, is er meegelopen met een werkdag op straat, zodat er gekeken kan worden wat de fieldmarketeers precies doen tijdens een werkdag. Aangezien de interviews met de fieldmarketeers van X zijn afgenomen, is ervoor gekozen om een werkdag bij te wonen van fieldmarketeers van een andere vestiging, namelijk X. Er is meegelopen met twee teams, die elk op een andere locatie stonden. Dit vond plaats op vrijdag 31 mei 2019. Het werkproces wordt geschetst aan de hand van de werkdag van de fieldmarketeers van X, maar ook aan de hand van de antwoorden van de geïnterviewde fieldmarketeers uit X.

- 08:30 – 09:00/09:15: de werkdag begint en de fieldmarketeers verzamelen op hun eigen vestiging. Hier worden de benodigde spullen in de gehuurde auto's geladen (denk hierbij aan kranten om uit te delen, de iPads en (NAAM BEKENDE KRANT)-jassen) en worden de werknemers voorbereid en opgepept voor de werkdag. Dit wordt gedaan in een kick-off. Iedereen wordt dan verzameld, er wordt door eenieder verteld hoeveel klanten zij vandaag willen inschrijven en er worden 'dealtjes' gemaakt.⁹⁴ Als de kick-off heeft plaatsgevonden, gaan de fieldmarketeers naar hun auto en rijden ze naar de locatie waar ze die dag staan.
- 10:30: Dit is de tijd dat de teams gewoonlijk op locatie zijn om abonnementen te gaan verkopen. De locatie waar de fieldmarketeers (mogen) staan is (bijna) altijd bij een supermarkt. De fieldmarketeers geven een declaratieformulier aan bij de winkel. De winkels kunnen kranten declareren die zij, vanwege de aanwezigheid van de fieldmarketeers bij hun winkel, niet kunnen verkopen. Vervolgens pakken de fieldmarketeers een winkelwagen waar ze alle kranten in leggen, die gedurende de werkdag aan voorbijlopende potentiële klanten worden uitgedeeld.

⁹⁴ Dealtjes houden in: het afspreken van een bonus die een fieldmarketeer kan verdienen als hij vóór een bepaalde tijd al een bepaald aantal klanten heeft ingeschreven voor een abonnement.

- 13:00: Tussen de aankomst op locatie en ongeveer 13:00 zijn de fieldmarketeers op eigen kracht klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT) aan het werven. Rond ongeveer 13:00 uur neemt de vestigingsmanager contact op met de fieldmarketeers om te polsen hoe de dag verloopt. Zo'n gesprek vindt om 13:00 uur en 15:00 uur plaats.
- 17:00: De dag is nu ten einde. De winkelwagen wordt teruggebracht, de werkplek wordt net achtergelaten en de fieldmarketeers vertrekken weer naar de vestiging.

Het hierboven genoemde laat de tijdsindicatie van het werkproces zien. Vervolgens zal het werkproces beschreven worden bij het inschrijven van een klant voor een abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT). De handelingen in het werkproces zullen nu genummerd worden, omdat er in het volgende hoofdstuk aan gerefereerd zal worden.

1. De fieldmarketeers staan op straat en delen continu de krant uit aan passerende, potentiële klanten. Het gaat in eerste instantie altijd om het wekken van interesse bij de klant.⁹⁵ Toen een werkdag werd bijgewoond van de fieldmarketeers van Alkmaar was opvallend dat de fieldmarketeers de kop van de krant in hun voordeel gebruiken. Het gebruiken van de voorpagina vormt een deel van het werkproces, omdat je op deze wijze de interesse van klanten kan werken. Die dag stond er op de voorpagina een foto van (aantrekkelijke) vrouwen die aan het genieten waren van de zon. De foto werd vooral getoond aan mannen, die vervolgens toch een paar seconden langer bleven staan om te bedenken of zij de krant wilden. Een deel van het werkproces is ook het kennen van je klant. Als de krant is uitgedeeld en de interesse er lijkt te zijn, wordt de klant 'gepitcht'. Dit houdt in dat er met de klant besproken wordt wat hij/zij allemaal krijgt als er wordt gekozen om een abonnement af te sluiten. De pitch begint zo: *'ik mag vandaag met mijn collega tien mensen uitkiezen. We mogen drie jaar lang van maandag t/m vrijdag gratis de krant in de bus doen. Het enige wat wij vragen is of u met deze mooie tas wil lopen.'*⁹⁶ Dit wordt allemaal genoteerd op de krant die in eerste instantie is uitgedeeld. De tas wordt nu getoond waar alle extra's in zitten die de klanten meekrijgen.⁹⁷ Als nu nog blijkt dat de klant interesse heeft in het afsluiten van een abonnement, wordt de iPad gepakt en worden de klanten ingeschreven.⁹⁸

⁹⁵ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord op vraag 5

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

⁹⁶ Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

⁹⁷ Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

⁹⁸ Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

2. De iPad wordt gepakt en de klant wordt ingeschreven. Het inschrijfproces begint met het noteren van alle in hoofdstuk 4 genoemde persoonsgegevens. Hierbij wordt ook de propositie (welk abonnement) genoteerd. Nadat alle persoonsgegevens zijn ingevoerd, worden de voorwaarden met de klant besproken. De voorwaarden die verplicht aangevinkt moeten worden zijn als volgt: De klant moet ermee akkoord gaan dat: dit geen eenmalige machtiging is; (NAAM BEKENDE KRANT) gemachtigd wordt om maandelijks het geld van de rekening af te schrijven; dit geen proefabonnement is; hij/zij door middel van ondertekening akkoord gaat met de Algemene voorwaarden en de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT); hij/zij toestemming geeft voor het gebruik van zijn/haar persoonsgegevens ter uitvoering van de overeenkomst en er via de mail een bevestiging van het afgesloten abonnement en een welkomstboekje wordt gestuurd.
3. Als de voorwaarden allemaal aangevinkt zijn, wordt de handtekening gezet door de klant en wordt er op 'opslaan' geklikt.
4. Nadat er op 'opslaan' is geklikt worden de gegevens verzonden naar (NAAM SUB-VERWERKER), die vervolgens de gegevens doorzendt naar (NAAM BEKENDE KRANT). De naam van de klant en de propositie blijft nog zichtbaar op de iPad tot het einde van de shift van de fieldmarketeers. Als de fieldmarketeer uitlogt op zijn account, is er op de iPad niets meer te zien van de ingeschreven klanten. Als dit gebeurd is, stopt het werkproces van X, is het abonnement definitief en kunnen de klanten vanaf de ingangsdatum van het abonnement de krant in hun brievenbus verwachten.

6.2. Deelconclusie

Kortom, de werkdag van de fieldmarketeers begint met z'n allen op één van de vestigingen. Als de auto's zijn ingeladen, iedereen opgepept is en de kick-off is gedaan, vertrekken de fieldmarketeers naar hun locatie. Als de fieldmarketeers op locatie staan, wordt er aan elke passerende potentiële klant een krant uitgedeeld in de hoop dat de interesse voor een abonnement gewekt kan worden. Tijdens de werkdag neemt de vestigingsmanager tweemaal per werkdag contact op met zijn werknemers. Als de fieldmarketeer merkt dat de klant interesse heeft in de krant of al het abonnement, wordt hij/zij gepitcht. Alles wat de klant (mee) krijgt wordt genoteerd en vermeld. Als dit akkoord is, worden de persoonsgegevens genoteerd, de propositie ingevuld, de voorwaarden besproken en aangevinkt en wordt het abonnement definitief afgesloten.

Hoofdstuk 7: Aandachtspunten binnen het werkproces

Na interviews met de fieldmarketeers afgenomen te hebben en gezien en gehoord te hebben hoe het werkproces van X in elkaar steekt, werd duidelijk dat er voorafgaand en binnen het werkproces van X een aantal handelingen wordt verricht of ontbreekt, wat ertoe leidt dat X op bepaalde punten in strijd handelt met relevante wet- en regelgeving. Er zal in dit hoofdstuk worden ingezoomd op de in het vorige hoofdstuk genoemde punten van het werkproces, die als aandachtspunten kunnen worden bestempeld.

7.1. Aandachtspunten binnen het werkproces

- Voordat er aandacht wordt besteed aan de handelingen die binnen het werkproces aandacht verdienen, wordt er aandacht besteed aan een handelingen die, conform de verwerkersovereenkomst, vóór de start van het werkproces al plaats had moeten vinden. Zoals in hoofdstuk 3 vermeld, moeten de fieldmarketeers, voordat zij op straat mogen staan en klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT) mogen inschrijven, een geheimhoudingsovereenkomst hebben getekend. Er wordt echter door de fieldmarketeers geen geheimhoudingsovereenkomst getekend die toeziet op de waarborging van de privacy van klanten.⁹⁹ Aangezien (NAAM SUB-VERWERKER) ook persoonsgegevens van klanten verwerkt, moet zij, voordat zij een deel uitmaakt van het werkproces van X, ook een geheimhoudingsovereenkomst tekenen. Met (NAAM SUB-VERWERKER) is echter ook geen geheimhoudingsverklaring afgesloten. De verplichting om de fieldmarketeers en (NAAM SUB-VERWERKER) een geheimhoudingsovereenkomst te laten tekenen ligt bij X.
- Het ontbreken van de geheimhoudingsovereenkomsten is echter niet de enige handeling die voorafgaand aan het werkproces van X al verricht had moeten worden. Zoals in hoofdstuk 3 genoemd, is (NAAM SUB-VERWERKER) de sub-verwerker van X. Het is toegestaan om een sub-verwerker aan te nemen, maar dan moet er wel een sub-verwerkersovereenkomst opgesteld zijn tussen X en (NAAM SUB-VERWERKER). Tussen X en (NAAM SUB-VERWERKER) bestaat echter geen sub-verwerkersovereenkomst. Dit komt omdat er onduidelijkheid was over het dienstverband met (NAAM SUB-VERWERKER). Aan opdrachtgever is gevraagd of alle overeenkomsten, in het kader van dit onderzoek, ingezien mochten worden. Eén van de eigenaren gaf daar het volgende antwoord op: *'De overeenkomst*

⁹⁹ Zie bijlage I (interview dhr. X) antwoord bij vraag 6

tussen SUB-VERWERKER en ons heb ik geen idee van, wellicht kan X je daarmee helpen.' ¹⁰⁰ ¹⁰¹ Hieruit blijkt dat er geen sub-verwerkersovereenkomst bestaat tussen X en (NAAM SUB-VERWERKER).

Het eerstgenoemde punt in het werkproces, hierbij wordt verwezen naar punt 1 in het vorige hoofdstuk, wordt correct uitgevoerd, omdat er tijdens het 'pitchen' van een klant (nog) geen persoonsgegevens worden verwerkt. Voor zover de 'pitch' van de fieldmarketeers binnen de kaders van dit onderzoek valt, is daar niets op aan te merken.

In de interviews vertellen de fieldmarketeers dat zij, op het moment dat zij weten dat de klant ingeschreven wil worden voor een abonnement, de iPad erbij pakken. ¹⁰² Tijdens het meelopen met een werkdag van de vestiging X was het echter opvallend dat de fieldmarketeers de iPad in de winkelwagen lieten liggen, uit hun eigen zicht, aangezien zij kranten aan het uitdelen waren. Zij pakten de iPad pas uit de winkelwagen op het moment dat de klant een abonnement wilde afsluiten. In hoofdstuk 3 is beschreven welke eisen (NAAM BEKENDE KRANT) stelt aan de iPad, die X vervolgens moet implementeren. Uit praktijkonderzoek is gebleken dat de beveiliging op de iPad 'oké' is, maar (nog) niet voldoet aan de standaard die (NAAM BEKENDE KRANT) op grond van de verwerkersovereenkomst verlangt van X. Het programma dat op de iPad staat voldoet aan de meeste eisen, maar is niet beveiligd, zoals dat volgens de verwerkersovereenkomst zou moeten. Elke iPad heeft namelijk een pincode om in te loggen, die op elk apparaat hetzelfde is. Na het gebruiken van deze pincode, moet een fieldmarketeer inloggen met zijn/haar marketingcode om gebruik te kunnen maken van het programma waarmee klanten worden ingeschreven. Deze marketingcode is per fieldmarketeer uniek, maar de marketingcode is enkel een afkorting van de voor- en achternaam van de fieldmarketeer. ¹⁰³ Dit is voor elke fieldmarketeer hetzelfde. Je kan dus als fieldmarketeer gemakkelijk de marketingcode van een andere fieldmarketeer gebruiken en op zijn/haar account inloggen. Elke fieldmarketeer heeft dus een eigen inlogcode, maar deze code is zeer gemakkelijk te bemachtigen en de iPad is daarom niet conform de bepalingen in de verwerkersovereenkomst beveiligd. ¹⁰⁴ Vervolgens is het neerleggen van de iPads in de winkelwagen ook niet veilig, of conform de passende technische en organisatorische

¹⁰⁰ Er bestaat ook de Service Overeenkomst (tussen (NAAM BEKENDE KRANT) en X) die ook in de verwerkersovereenkomst wordt genoemd, maar die wilde opdrachtgever niet overhandigen, vanwege alle specifieke dienstverband gerelateerde bepalingen die daarin genoemd worden.

¹⁰¹ Dit citaat is gegeven door één van de eigenaren van X, dhr. X.

¹⁰² Zie bijlage II (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

Zie bijlage III (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

Zie bijlage IV (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 5

¹⁰³ Zie bijlage II (interview dhr. X) zijn marketingcode is dus: X (afkorting voor- en achternaam)

¹⁰⁴ Deze kennis is opgedaan tijdens het meelopen van een werkdag van de vestiging X.

maatregelen die X moet nemen, en kan dit leiden tot problemen als de iPad door een niet-fieldmarketeer van X bemachtigd wordt.

Vervolgens wordt het interessant als het in het vorige hoofdstuk genoemde punt 2 wordt besproken: de fase waarin de 'pitch' ertoe heeft geleid dat de klant een abonnement wil afsluiten op de (NAAM BEKENDE KRANT). De klant geeft alle in hoofdstuk 4 genoemde persoonsgegevens op, die (NAAM BEKENDE KRANT) nodig heeft om haar klant gebruik te laten maken van het abonnement. Daarna wordt aangekomen op de laatste pagina; de voorwaarden voor het afsluiten van een abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT).

- Nu we bij de voorwaarden zijn aangekomen, zal er nu specifiek ingezoomd worden op de vierde verplicht aan te vinken voorwaarde, de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT), waarmee de klant akkoord moet gaan. Deze privacyverklaring heeft namelijk vragen doen opwaaien. Voordat je als klant, of als consument in het algemeen, akkoord gaat met de privacyverklaring, moet de klant wel de kans gegeven worden om de privacyverklaring ook daadwerkelijk te kunnen lezen.¹⁰⁵ Dit is op het door (NAAM SUB-VERWERKER) ontwikkelde programma van de iPad echter niet het geval. Op het programma dat op de iPad staat, kan de privacyverklaring namelijk niet gelezen worden. Als een klant dus de privacyverklaring wil lezen, wat volkomen begrijpelijk zou zijn, kan dat niet. Vervolgens rees de vraag, aangezien niet alleen (NAAM BEKENDE KRANT), maar ook X en (NAAM SUB-VERWERKER), persoonsgegevens van klanten verwerken of er van X en (NAAM SUB-VERWERKER) ook een privacyverklaring zichtbaar moet zijn voor klanten? Antwoord: Ja.¹⁰⁶ De klanten hebben namelijk het recht om te weten wat er met hun persoonsgegevens gebeurt, waar hun gegevens terecht komen en wie hun persoonsgegevens te zien krijgt. Er moet dus op het programma van de iPad een leesbare privacyverklaring van zowel (NAAM BEKENDE KRANT) als X staan. Aangezien (NAAM SUB-VERWERKER) de sub-verwerker is van X is het voldoende om enkel naar hen te verwijzen in de privacyverklaring van X.¹⁰⁷
- Aangezien deze voorwaarde vragen heeft opgeroepen, is er in het interview ook een vraag opgenomen waarin de fieldmarketeers werd gevraagd of zij ooit een klant hebben gehad die de privacyverklaring wilde lezen. Dat is een fieldmarketeer overkomen, die niet wist wat hij toen moest doen.¹⁰⁸ De fieldmarketeer heeft toen maar een willekeurige privacyverklaring opgezocht op Google en dit getoond aan

¹⁰⁵ Zie bijlage VII (interview jurist (NAAM BEKENDE KRANT)) antwoord bij vraag 4

¹⁰⁶ Zie bijlage VII (interview jurist (NAAM BEKENDE KRANT)) antwoord bij vraag 4

¹⁰⁷ Zie bijlage VII (interview jurist (NAAM BEKENDE KRANT)) antwoord bij vraag 4

¹⁰⁸ Zie bijlage V (interview dhr. X) antwoord bij vraag 9

de klant. Het probleem heeft de fieldmarketeer destijds weten op te lossen, maar dit is niet een situatie waarin hij wilde verkeren. De fieldmarketeers weten namelijk niet, als ze in een situatie verkeren waarin klanten vragen van deze aard stellen, waar ze de correcte privacyverklaring kunnen vinden.

- Tenslotte zal er ook ingezoomd worden op de voorwaarde: dat de klant toestemming geeft voor het gebruik van zijn/haar persoonsgegevens ter uitvoering van de overeenkomst. Zoals in hoofdstuk 5 genoemd, wordt de toestemming van de klant niet vrijelijk gegeven. Dit komt, omdat de fieldmarketeers, die weliswaar alle voorwaarden bespreken met de klant, zelf de 'vinkjes' zetten en akkoord gaan met de voorwaarden. Dat doet de klant niet zelf. Als de fieldmarketeer altijd de voorwaarden aanvinkt, kan niet achterhaald worden of de klant echt zijn/haar toestemming heeft gegeven. Het niet vrijelijk geven van de toestemming heeft tot gevolg dat er in strijd gehandeld wordt met de bepalingen in de AVG.

7.2. Deelconclusie

Kortom, er ontbreken handelingen voorafgaand en binnen het werkproces van X. Zo had er voorafgaand aan het werkproces een geheimhoudingsovereenkomst getekend moeten worden door zowel de fieldmarketeers als (NAAM SUB-VERWERKER) en had er met (NAAM SUB-VERWERKER), aangezien zij de sub-verwerker zijn van X, een sub-verwerkersovereenkomst opgesteld moeten worden. Verder wordt er binnen het werkproces van X een aantal handelingen verricht, wat ertoe leidt dat X op bepaalde punten niet voldoet aan relevante wet- en regelgeving. Zo wordt er door sommige fieldmarketeers onvoorzichtig omgegaan met de iPads, is de inlogcode van elke iPad hetzelfde en kan je makkelijk (de simpele marketingcode) toegang krijgen tot de iPad waardoor deze niet optimaal beveiligd is. Vervolgens kan de op de iPad getoonde privacyverklaring niet door de klant gelezen worden als dat gewenst zou zijn. Niettemin wordt enkel de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT) getoond (weliswaar niet leesbaar), terwijl een privacyverklaring van X (waarin (NAAM SUB-VERWERKER) als sub-verwerker wordt benoemd) ook getoond moeten worden op de iPad. (NAAM BEKENDE KRANT) en X verwerken immers allebei persoonsgegevens. Tenslotte wordt de toestemming van klanten niet vrijelijk gegeven, omdat de fieldmarketeers alle voorwaarden, waarvan specifiek de voorwaarde waarbij de klant toestemming geeft voor het gebruik van zijn/haar persoonsgegevens, aanvinken en de klant niet zelf deze handeling verricht.

Hoofdstuk 8: Conclusie

Na onderzoek uit te hebben gevoerd door middel van het houden van interviews met de fieldmarketeers en het bijwonen van een werkdag op straat, zal in onderhavig hoofdstuk antwoord worden gegeven op de centrale vraag van dit onderzoek. Vervolgens wordt er teruggeblikt op de aan het begin van het onderzoek geformuleerde doelstelling en wordt beoordeeld wat de bruikbaarheid van het onderzoek is voor X.

8.1. Deelconclusies vormen de conclusie

De centrale vraag in het onderzoek was als volgt geformuleerd: Welk advies kan worden gegeven aan X, op basis van wetgeving, literatuur, interviews en het bijwonen van een werkdag op straat, met betrekking tot haar privacybeleid, bij het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Naar aanleiding van de beantwoording van de theoretische deelvragen kan geconcludeerd worden dat alle gegevens die van een betrokkene verzameld worden, persoonsgegevens zijn als ze voldoen aan de in de AVG geformuleerde definitie. Het verzamelen van deze gegevens wordt 'verwerken' genoemd. Een verwerking is alleen rechtmatig als er wordt voldaan wordt aan álle basisbeginselen inzake de verwerking van persoonsgegevens en de verwerking gebaseerd is op een grondslag. X baseert hun verwerking op de toestemming die door de betrokkene gegeven wordt en de noodzaak van de gegevens om de overeenkomst ter uitvoering te brengen. De persoonsgegevens die verwerkt worden om dit realiseren zijn: de naam, het adres (en woonplaats), het telefoonnummer, de geboortedatum, de financiële gegevens en de e-mail van de klant.

(NAAM BEKENDE KRANT) is verwerkingsverantwoordelijke omdat zij het doel en de middelen bepaalt waarvoor persoonsgegevens van klanten worden verwerkt. X is verwerker, omdat zij ten behoeve van (NAAM BEKENDE KRANT) persoonsgegevens verwerkt. X heeft ook te maken met een sub-verwerker, (NAAM SUB-VERWERKER), omdat zij de cruciale schakel is die de verwerking van persoonsgegevens van klanten mogelijk maakt. Uit onderzoek is gebleken dat X als verwerker verplichtingen heeft naar de verwerkingsverantwoordelijke ((NAAM BEKENDE KRANT)). Op basis van de verwerkersovereenkomst zijn X en haar fieldmarketeers gebonden aan de regels van de gedrags- en reclamecodes van de DDMA en de FEDMA. Zo moeten de fieldmarketeers op de hoogte zijn van alle relevante (basis) wet- en regelgeving en moeten zij, bij het inschrijven van een klant, de rechten van de klant (betrokkene) te vermelden. De fieldmarketeers zijn echter niet op de hoogte van alle wetgeving en de rechten van de betrokkene worden niet gemeld.

Vervolgens moeten de fieldmarketeers en de sub-verwerker, voorafgaand aan het werkproces, tevens een geheimhoudingsovereenkomst tekenen en er moet een sub-verwerkersovereenkomst zijn afgesloten met de sub-verwerker. Er is echter door geen partij een geheimhoudingsovereenkomst getekend of een sub-verwerkersovereenkomst opgesteld. De laatste verplichting die de verwerker heeft, is het nemen van passende technische en organisatorische maatregelen. Dit wordt matig gedaan omdat de beveiliging niet optimaal is. Zo wordt er door sommige fieldmarketeers onvoorzichtig omgegaan met de iPads, is de inlogcode van elke iPad hetzelfde en kan je makkelijk (door de simpele marketingcode) toegang krijgen tot de iPad. Verder kan de op de iPad getoonde privacyverklaring niet gelezen worden en ontbreekt de privacyverklaring van X waar (NAAM SUB-VERWERKER) als sub-verwerker wordt genoemd.

Naar aanleiding van de vijf afgenomen interviews met de fieldmarketeers is gebleken dat hun kennis over de verwerking van persoonsgegevens nihil is. Vanuit de trainingen die X aanbiedt, wordt namelijk geen aandacht geschonken aan de verwerking van persoonsgegevens van klanten. De fieldmarketeers zijn stuk voor stuk onbekend met de basiskennis die van belang is voor de fieldmarketingbranche. Er is ook gekeken naar het verschil in kennisniveau van de fieldmarketeers. Hier is geen verschil waargenomen. De fieldmarketeers hebben er aan de andere kant geen moeite mee om de benodigde kennis te vergaren.

Uit onderzoek is gebleken dat de werkdag van de fieldmarketeers met z'n allen begint op één van de vestigingen. Als de auto's zijn ingeladen, iedereen opgepept is en de kick-off is gedaan, vertrekken de fieldmarketeers naar hun locatie. Als de fieldmarketeers op locatie staan, wordt er aan elke passerende potentiële klant een krant uitgedeeld in de hoop dat de interesse voor een abonnement gewekt kan worden. Als de fieldmarketeer merkt dat de klant interesse heeft in de krant of al het abonnement, wordt hij gepitcht. Daarna worden de persoonsgegevens genoteerd, de propositie ingevuld, de voorwaarden besproken en aangevinkt en wordt het abonnement definitief afgesloten. Deze voorwaarden worden echter door de fieldmarketeer en niet door de klant zelf aangevinkt. Dit resulteert in een niet vrijelijk gegeven toestemming van de klant. Er is geconcludeerd dat dit werkproces niet geheel rechtmatig wordt uitgevoerd. X wordt dan ook geadviseerd de aanbevelingen in het volgende hoofdstuk grondig te bestuderen.

8.2. Beantwoording centrale vraag

X wordt, naar aanleiding van dit uitgevoerde onderzoek, geadviseerd om het huidige privacybeleid, met betrekking tot het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE

KRANT), te evalueren en te her-ontwikkelen op basis van de in het volgende hoofdstuk genoemde aanbevelingen.

8.3. Terugkoppeling naar de doelstelling

Het doel van het onderzoek is geweest om X van een advies te voorzien waarin de handvatten worden gegeven om een rechtmatig privacybeleid te voeren, met betrekking tot het werven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT), door aan te kaarten of er handelingen, bij het inschrijven van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT), niet conform de privacywetgeving worden uitgevoerd. Mijns inziens is dit doel behaald. Voor X is namelijk inzichtelijk gemaakt wat persoonsgegevens zijn, wat verwerken is, en welke persoonsgegevens zij verwerken. Vervolgens is beschreven welke verplichtingen X als verwerker heeft. Tot slot is op basis van praktijkonderzoek inzichtelijk geworden welke handelingen in het werkproces niet conform wet- en regelgeving worden uitgevoerd en wat X dient aan te passen, wat in het volgende hoofdstuk beschreven staat, om wél een rechtmatig privacybeleid te kunnen voeren.

8.4. Bruikbaarheid onderzoek

De resultaten uit het praktijkonderzoek zijn mijns inziens bruikbaar voor X. Elke dag dat geen rechtmatig privacybeleid wordt gevoerd, riskeert X boetes van de AP. Om te voorkomen dat dit gebeurt, worden in het volgende hoofdstuk aanbevelingen gedaan, die binnen X direct doorgevoerd kunnen worden.

Hoofdstuk 9: Aanbevelingen

Aangezien nu ook de conclusie geformuleerd is, wordt het tijd om X van de juiste aanbevelingen te voorzien, die het mogelijk maken om een rechtmatig privacybeleid te voeren bij het inschrijven van klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT). Op basis van de passende technische (iPads) en organisatorische maatregelen (trainingen) die X op grond van de wet en de verwerkersovereenkomst dient te nemen, zijn de volgende aanbevelingen geformuleerd. Tot slot zijn er aanbevelingen geformuleerd, naar aanleiding van de overeenkomsten die ontbreken, waardoor er door X momenteel geen rechtmatig privacybeleid wordt gevoerd.

Technische maatregelen: de iPads

Aanbeveling 1:

Op het laatste pagina van het programma dat op de iPad staat, wordt een aantal voorwaarden genoemd, die bekend gemaakt moeten worden aan de klant. Wat hier echter ontbreekt is een voorwaarde waarbij vermeld wordt dat de klant te allen tijde recht heeft op inzage in de verwerking van zijn/haar persoonsgegevens. Bij het afsluiten van het abonnement moet dit kenbaar gemaakt worden aan een klant. X wordt aanbevolen om aan haar sub-verwerker, (NAAM SUB-VERWERKER), kenbaar te maken dat er op het programma van de iPad een regel toegevoegd moet worden waarin staat vermeld dat: 'de klant te allen tijde recht heeft op inzage in de verwerking van zijn/haar persoonsgegevens.'

Aanbeveling 2:

Volgens de verwerkersovereenkomst dient X passende technische en organisatorische maatregelen te nemen om de iPads te beveiligen zoals dat op grond van de verwerkersovereenkomst verwacht mag worden van X. Zo wordt X geadviseerd om de iPad maandelijks te controleren op (beveiliging) updates en voor elke fieldmarketeer een aparte inlogcode te maken, zodat inlogcodes niet makkelijk te achterhalen zijn.

Aanbeveling 3:

Op de iPad wordt de privacyverklaring getoond die vervolgens niet leesbaar is. Om deze reden wordt X geadviseerd om:

- Contact op te nemen met (NAAM BEKENDE KRANT) en te vragen om hun privacyverklaring met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens, en;
- Deze privacyverklaring, door dit te zenden aan (NAAM SUB-VERWERKER), toe te voegen aan het systeem op de iPad, zodat de privacyverklaring van (NAAM

BEKENDE KRANT) wél door de klant gelezen kan worden als er een abonnement wordt afgesloten.

Aanbeveling 4:

Aangezien X ook persoonsgegevens verwerkt, moet er op de iPad ook een privacyverklaring van X zichtbaar zijn. Derhalve wordt X geadviseerd om een privacyverklaring op te stellen, waarin (NAAM SUB-VERWERKER) als sub-verwerker wordt benoemd, en deze te zenden aan (NAAM SUB-VERWERKER), zodat zij dit kunnen toevoegen aan de voorwaarden voor inschrijving. De klant moet de mogelijkheid gegeven worden om de privacyverklaring van zowel (NAAM BEKENDE KRANT) als X te lezen.

Organisatorische maatregelen: de trainingen

Aanbeveling 5:

Aan de hand van de verwerkersovereenkomst tussen (NAAM BEKENDE KRANT) en X blijkt dat X en haar fieldmarketeers gebonden zijn aan de regels van de gedrags- en reclamecodes die zijn opgesteld door de DDMA en de FEDMA. Zo vermeldt de GFM dat de fieldmarketeer de inhoud van de opgestelde gedragscodes moeten weten en op de hoogte moeten zijn van de voor de fieldmarketingbranche specifieke toepasselijke wetgeving. Dit houdt niet in dat de fieldmarketeers tot in de punten op de hoogte moeten zijn van alle toepasselijke wetgeving. Er wordt X echter wel aanbevolen om een klein deel van de trainingen te wijden aan het bespreken van de gedragscodes. De gedragscodes bevatten niet te veel tekst, dus bij het geven van de trainingen kan zonder problemen vijf minuten gewijd worden aan het doorlezen van de gedragscodes. De eerste stap is dat de fieldmarketeers de gedragscodes in ieder geval een keer gezien hebben. Voor de fieldmarketeers die alle trainingen al gevolgd hebben, wordt geadviseerd om een e-mail op te stellen waarin kort het proces van de verwerking van persoonsgegevens van klanten wordt toegevoegd.

Aanbeveling 6:

Met betrekking tot aanbeveling 6 wordt X ook aanbevolen om in de trainingen van de fieldmarketeers ook te vermelden dat de fieldmarketeers veilig om moeten gaan met de iPads. Er kan bijvoorbeeld in de trainingen worden gemeld dat de iPad altijd 'op de man' moet zijn en niet onbeheerd achter mag blijven. Het is van belang dat de fieldmarketeers ook maatregelen nemen om te zorgen dat de iPad optimaal beveiligd is. Voor de fieldmarketeers die alle trainingen al gevolgd hebben, wordt geadviseerd om een e-mail op te stellen waarin kort wordt beschreven hoe de fieldmarketeer om moet gaan met de iPad.

Aanbeveling 7:

In de trainingen wordt geen aandacht besteed aan een belangrijk deel binnen het werkproces: het verwerken van persoonsgegevens. Om te voorkomen dat de fieldmarketeers op straat staan en geen antwoord kunnen geven op vragen van klanten, wordt X geadviseerd om een deel aan de trainingen toe te voegen waarin informatie wordt gegeven over de verwerking van persoonsgegevens van klanten. Alle geïnterviewden dachten te weten waar de persoonsgegevens van klanten naartoe gaan. Het is van belang om de fieldmarketeers in hun trainingen in ieder geval mee te geven waar de persoonsgegevens van klanten naartoe gaan en wie deze persoonsgegevens allemaal verwerken. Voor de fieldmarketeers die alle trainingen al gevolgd hebben, wordt geadviseerd om een e-mail op te stellen waarin kort wordt beschreven wat er gebeurt met de persoonsgegevens van klanten, zodat de fieldmarketeers antwoord kunnen geven op vragen van klanten.

Aanbeveling 8:

Op de laatste pagina van de iPad staan de regelmatig in dit onderzoek genoemde verplichte voorwaarden. Deze getoonde voorwaarden worden wel met de klant doorgesproken, maar géén van de geïnterviewden was ervan op de hoogte dat de klanten zelf deze voorwaarden aan moeten klikken en specifiek en uitdrukkelijk de toestemming van de klant moet worden gevraagd voor het gebruik van hun persoonsgegevens. Om deze reden wordt X aanbevolen een deel aan de trainingen toe te voegen, waarbij kort wordt vermeld dat de klanten zelf 'de vinkjes' moeten zetten en de fieldmarketeers uitdrukkelijk de toestemming van de klant moeten vragen voor het gebruik van hun persoonsgegevens. Om te garanderen of de toestemming van de klant echt vrijelijk is gegeven, kan er op de iPad ook een 'vinkje' worden toegevoegd waarin uitdrukkelijk de toestemming van de klant wordt gevraagd. Deze aanbeveling zou derhalve ook onder het kopje 'iPads' worden gezet. Voor de fieldmarketeers die alle trainingen al gevolgd hebben, wordt geadviseerd om een e-mail op te stellen waarin kort wordt beschreven dat de klanten zelf 'de vinkjes' moeten zetten en specifiek hun toestemming moeten geven voor het gebruik van hun persoonsgegevens.

Overeenkomsten

Aanbeveling 9:

Aangezien de fieldmarketeers persoonsgegevens van klanten verwerken, moeten zij een geheimhoudingsovereenkomst tekenen, die ziet op de geheimhouding van de persoonsgegevens van klanten. X wordt daarom aanbevolen om een extra paragraaf aan het arbeidscontract toe te voegen waarin wordt vermeld dat de fieldmarketeers met

betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens van klanten gebonden zijn aan een strikte geheimhouding. Voor fieldmarketeers die al een arbeidscontract hebben, geldt dat er via hun e-mailadres een algemene mail gestuurd kan worden waarin zij akkoord gaan met de geheimhouding van de persoonsgegevens van klanten. Dit hoeft niet lang te zijn, maar zo is er in ieder geval schriftelijk bewijs dat de fieldmarketeers op de hoogte zijn van de geheimhouding waaraan zij gebonden zijn.

Aanbeveling 10:

Niet alleen de fieldmarketeers, maar ook de sub-verwerker van X, (NAAM SUB-VERWERKER), verwerkt persoonsgegevens. Voor hen geldt dus ook dat zij een geheimhoudingsovereenkomst moeten tekenen. X wordt daarom aanbevolen om een geheimhoudingsovereenkomst op te stellen waarin wordt vermeld dat ook (NAAM SUB-VERWERKER), als sub-verwerker, gebonden is aan een strikte geheimhouding van de persoonsgegevens van klanten.

Aanbeveling 11:

(NAAM BEKENDE KRANT) heeft met X een verwerkersovereenkomst gesloten omdat X voor (NAAM BEKENDE KRANT) persoonsgegevens verwerkt. Aangezien (NAAM SUB-VERWERKER) tevens persoonsgegevens verwerkt voor X en dus (NAAM BEKENDE KRANT) wordt X aanbevolen om een sub-verwerkersovereenkomst op te stellen, waarin de verplichtingen van de sub-verwerker staan vermeld. Aanbeveling 10, waarin wordt vermeld dat (NAAM SUB-VERWERKER) een geheimhoudingsovereenkomst moet tekenen, kan worden betrokken in de sub-verwerkersovereenkomst. Er kan, zonder dat een aparte geheimhoudingsovereenkomst opgesteld hoeft te worden voor (NAAM SUB-VERWERKER), een paragraaf toegevoegd worden aan de sub-verwerkersovereenkomst waarin geheimhouding van (NAAM SUB-VERWERKER) wordt verlangd. Om X een product te bieden dat direct gebruikt kan worden, is een sub-verwerkersovereenkomst opgesteld (mét een paragraaf waarin de geheimhouding wordt geëist). De sub-verwerkersovereenkomst is als bijlage XI toegevoegd.

BIJLAGEN

BIJLAGE I: Interview I

Interview dhr. X (assistent-vestigingsmanager X) afgenomen op 7 mei 2019

1. Wat zijn jouw werkzaamheden bij X?

Ik ben in november 2014 begonnen bij X. Ik ben begonnen als talent, zoals elke nieuwe werknemer begint en vervolgens werd ik promoter. Mijn taak is om te proberen zoveel mogelijk krantenabonnementen van de (NAAM BEKENDE KRANT) te verkopen op straat.

2. Wat is het doel van jouw werkzaamheden?

Zoveel mogelijk abonnementen verkopen. Ik doe dat natuurlijk om veel geld te kunnen verdienen, maar het is ook leuk om waardering te krijgen als je een goede verkoper bent.

3. Hoe stel jij je voor aan potentiële klanten?

Ik zeg dat ik Wouter heet en dat ik hier namens de (NAAM BEKENDE KRANT) sta. Ik zeg niet dat ik van X ben, omdat de mensen dat ook niet kennen. Dat zit eigenlijk niet in mijn pitch, omdat we natuurlijk ook een (NAAM BEKENDE KRANT)-jas dragen. Als mensen er wel verder naar vragen, zeg ik wel dat ik bij X werk, dat dit een apart bureau is en dat zij voor de (NAAM BEKENDE KRANT) abonnementen verkopen.

4. Hoe wordt, in de trainingen die gegeven worden aan werknemers, verteld hoe je je moet voorstellen?

Hoe je jezelf moet voorstellen, wordt eigenlijk niet naar gekeken in de trainingen of aandacht aan besteed. Het is wel belangrijk dat als mensen ernaar vragen dat je zegt dat je niet voor de (NAAM BEKENDE KRANT) werkt, maar voor X en dat je er namens de (NAAM BEKENDE KRANT) staat. Mensen associëren je namelijk alleen met de (NAAM BEKENDE KRANT).

5. Welke handelingen verricht jij bij het inschrijven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Ik loop op de mensen af en dan probeer ik eerst interesse te wekken bij de persoon. Ik deel dan de krant uit. Ik wil wel weten of mensen de krant leuk vinden. Vervolgens doe ik een aanbod op een abonnement.

6. Wat weet je zelf over het behartigen van de privacy (dus het omgaan met de persoonsgegevens) van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) die op straat worden ingeschreven?

In mijn ogen worden de gegevens gelijk naar de (NAAM BEKENDE KRANT) verzonden en verder wordt er niks mee gedaan, voor zover ik weet. Verder weet ik daar niks van. Ik heb ook geen geheimhoudingsovereenkomst getekend voor (NAAM BEKENDE KRANT). Wel een keer voor een ander project.

Er wordt nu een foto getoond waarop te zien is wat er op de laatste pagina van het inschrijfformulier staat dat op een iPad staat. Het inschrijven van een klant gaat via een iPad. Deze foto zal als bijlage VIII worden toegevoegd aan het onderzoeksrapport.

7. Wat doe jij met deze voorwaarden, die verplicht aangevinkt moeten worden, voordat er definitief een abonnement afgesloten kan worden?

Dit krijg je aan het einde te zien. Dit is de laatste pagina die op de iPad te zien is voor je op akkoord klikt. Alles moet echt eerst aangevinkt zijn en dat laat ik zien aan de klanten. Als de klanten er echter geen aandacht aan (willen) besteden dan vink ik het zelf aan en klik ik het door. Ik laat het wel altijd zien, maar de meeste mensen zeggen: 'ik geloof het wel.'

8. Deze laatste opmerkingen moeten specifiek kenbaar gemaakt worden aan de klant. Ze moeten zelf hun toestemming geven. Was jij hiervan op de hoogte?

Nee, dat wist ik niet.

9. Vervolgens moet de klant akkoord gaan met de privacyverklaring. De privacyverklaring kan je alleen niet lezen op de iPad. Je kan niks aanklikken om te lezen. Heb jij ooit een klant gehad die vroeg of hij/zij de privacyverklaring kon lezen?

Nee, nog nooit. Gelukkig niet.

10. Wordt er in jullie trainingen iets gezegd over de persoonsgegevens van klanten en hun privacy m.b.t. hun gegevens?

Nee. Verder weet ik er niks van.

11. Volgens wetgeving die geldt voor fieldmarketing, zoals de Gedragscode voor Fieldmarketing, moeten de werknemers ook op de hoogte zijn van de

geldende wetgeving (en gedragsregels) en moet dit ook worden vermeld in de trainingen. Wordt dit gedaan?

Ik geef zelf ook trainingen, maar dit wist ik niet. Dit komt ook niet terug in de trainingen die ik heb gehad of heb gegeven.

12. Welke informatie weten de werknemers dus over de privacy van klanten die ingeschreven worden?

Nee daar komt niet echt iets over terug in de trainingen.

13. Heb jij nog vragen of opmerkingen over de privacy van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT).

Nou, het is nog niet voor gekomen dat klanten vragen hadden over hun privacy, maar als dat wel gebeurt, kunnen we wel voor paal staan. Je kan namelijk geen antwoord geven.

BIJLAGE II: Interview II

Interview dhr. X (captain) afgenomen op 9 mei 2019

1. Wat zijn jouw werkzaamheden bij X?

Voornamelijk echt de straatverkoop. Mensen aanspreken op straat om hopelijk een abonnement te verkopen. Ik geef geen trainingen. Ik begeleid wel nieuwe mensen als captain. Ik heb ook alle trainingen gevolgd. Dat waren er vier.

2. Wat is het doel van jouw werkzaamheden?

Voor mij is het wel proberen om zoveel mogelijk geld te verdienen en dus veel abonnementen schrijven. Als captain is het doel om talenten op te leiden en te begeleiden. Het begeleiden van de talenten begint wel al om 08:30 uur wanneer de dag begint tot het einde van de shift. Je bent wel de hele dag met de talenten bezig, omdat je aan het einde ook in een boekje opschrijft hoe zij het die dag gedaan hebben en wat hun verbeterpunten zijn. Voordat de werkdag begint, leg je ook nog uit wat ze moeten doen en wat ze moeten pakken om een goede werkdag te hebben.

3. Hoe stel jij je voor aan potentiële klanten?

Ik stel mij altijd voor met mijn voor- en achternaam. Ik zeg niet gelijk waar ik voor sta, of wel werk. Ik zeg: 'mijn collega en ik staan hier vandaag en we mogen u een krant aanbieden...' Als de mensen het leuk vinden, geef ik een hand en zeg

ik: 'ik ben X en ik ga alles netjes voor u regelen.' Zoiets. Je maakt er op het moment zelf iets van. Soms merk ik wel dat mensen twijfelen als ze hun iban moeten geven en dan pak ik mijn eigen bankpas erbij waarop ze zien dat ik echt X heet. Op het laatst, voor de handtekening, laat ik nogmaals mijn naam zien en sluit ik het af.

De mensen vragen niet echt voor wie je werkt omdat er '(NAAM BEKENDE KRANT)' op de jas staat. Ik zeg in ieder geval niet dat ik voor X werk. Soms als het gevraagd wordt, zeg ik het wel, maar uit mezelf zeg ik het niet. Het is wel voorgekomen dat mensen mij vroegen voor wie ik precies werkte en dat zei ik: 'ik werk voor een extern bureau en zij krijgen de opdracht van (NAAM BEKENDE KRANT) om abonnementen te verkopen.

4. Hoe wordt, in de trainingen die gegeven worden aan werknemers, verteld hoe je je moet voorstellen?

Ik zou het eigenlijk niet weten. Ik weet niet of daar een speciale regel voor is.

5. Welke handelingen verricht jij bij het inschrijven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Ik zeg altijd: 'ik mag vandaag met mijn collega tien mensen uitkiezen. We mogen drie jaar lang van maandag t/m vrijdag gratis de krant in de bus doen. Het enige wat wij vragen is of u met deze mooie tas wil lopen.' Dan loop ik met de mensen naar de tas en laat de inhoud van de tas zien. Vervolgens zeg ik dat ze alleen de zaterdagkrant betalen. Op het moment dat ik merk dat ze het leuk vinden, doe ik de krant in de tas, geef ik een hand en zeg ik dat ik: 'alles netjes ga regelen.' Dan pak ik mijn iPad en vul ik de gegevens in. De iPad heb ik de hele tijd, niet in het zicht, in mijn jas. Ik heb het gevoel dat het mensen afschrikt als ik de hele tijd al met die iPad sta. Als mensen al meteen weten dat ik een abonnement wil verkopen, willen ze het al niet.

6. Wat weet je zelf over het behartigen van de privacy (dus het omgaan met de persoonsgegevens) van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) die op straat worden ingeschreven?

Ik zeg op het laatste wel altijd tegen de mensen, dat staat ook op de laatste pagina, de gegevens tussen hen en de (NAAM BEKENDE KRANT) blijven en dat er verder geen derde bij betrokken is. Als ik op 'verzenden' klik zeg ik nogmaals dat de gegevens nu direct naar de (NAAM BEKENDE KRANT) gaan en ik er verder niet meer bij kan. Volgens mij blijven de gegevens van de mensen tussen hen en de (NAAM BEKENDE KRANT).

Er wordt nu een foto getoond waarop te zien is wat er op de laatste pagina van het inschrijfformulier staat dat op een iPad staat. Het inschrijven van een

klant gaat via een iPad. Deze foto zal als bijlage VIII worden toegevoegd aan het onderzoeksrapport.

7. Wat doe jij met deze voorwaarden, die verplicht aangevinkt moeten worden, voordat er definitief een abonnement afgesloten kan worden?

Ik loop met de mensen één voor één de punten door en als ik alle punten heb besproken dan klik ik op 'verzenden'. Ik laat de mensen altijd meekijken. Ik lees het altijd en ik laat hen meekijken, zodat ze ook zien dat ik het aanklik en daarna hun handtekening nodig heb.

8. Deze laatste opmerkingen moeten specifiek kenbaar gemaakt worden aan de klant. Ze moeten zelf hun toestemming geven. Was jij hiervan op de hoogte?

Dat wist ik niet. Ik zet wel zelf altijd alle vinkjes. Ik bespreek in ieder geval alles altijd.

9. Vervolgens moet de klant akkoord gaan met de privacyverklaring. De privacyverklaring kan je alleen niet lezen op de iPad. Je kan niks aanklikken om te lezen. Heb jij ooit een klant gehad die vroeg of hij/zij de privacyverklaring kon lezen?

Nee, nog nooit. Ik noem wel altijd de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT), maar er is mij nog nooit naar gevraagd.

10. Wordt er in jullie trainingen iets gezegd over de persoonsgegevens van klanten en hun privacy m.b.t. hun gegevens?

Ik weet wel dat wij als werknemers niks met de gegevens mogen doen. Je mag het ook niet aan collega's laten zien wie je hebt ingeschreven. Voor de rest heb ik daar nooit iets over gehoord. Als je op 'verzenden' klikt, zijn de gegevens wel weg van de iPad. Alleen de naam en het soort abonnement staat er nog, tot dat je de shift afsluit. Je kan na het verzenden er ook verder niks meer mee doen.

11. Volgens wetgeving die geldt voor fieldmarketing (zoals de Gedragscode voor Fieldmarketing) moeten de werknemers ook op de hoogte zijn van de geldende wetgeving (en gedragsregels) en moet dit ook worden vermeld in de trainingen. Wordt dit gedaan?

Ik kan alleen bedenken dat de gegevens van die mensen verzonden worden naar de (NAAM BEKENDE KRANT). Meer weet ik niet.

12. Welke informatie weten de werknemers dus over de privacy van klanten die ingeschreven worden?

Soms spreken werknemers elkaar wel aan als er duidelijk iets fout gaat. Vroeger werd in de groepsapp nog wel gedaan dat mensen foto's stuurden waarop te zien was hoeveel bonnen ze hadden geschreven. Daar zag je dan de namen op staan. Hier werd van gezegd dat dit niet de bedoeling was en werden mensen ook op aangesproken.

13. Heb jij nog vragen of opmerkingen over de privacy van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT).

Nee, eigenlijk niet. Ik denk dat ik het wel goed doe. Er zullen vast wel dingen zijn die ik niet weet.

BIJLAGE III: Interview III

Interview dhr. X (captain) afgenomen op 9 mei 2019

1. Wat zijn jouw werkzaamheden bij X?

Ik ben hier nu sinds een tijd captain. Verder sta ik straat om abonnees te werven. Als captain in die functie sta ik vaak ook met nieuwe mensen, die ik moet inwerken. Ik kijk dan hoe zij het allemaal doen. Ik heb geen trainingen gegeven, maar wel allemaal gevolgd.

2. Wat is het doel van jouw werkzaamheden?

Voor mij zelf is het natuurlijk toch wel geld verdienen. Op straat dus zoveel mogelijk abonnementen verkopen. Dat is wel het doel. Als captain sta ik de hele dag met nieuwe mensen die ik laat zien hoe het moet. Ik geef hen ook tips en ik vertel wat zij beter kunnen doen. Als zij bijvoorbeeld een 'pitch' doen, ga ik wel vaak even kijken hoe ze het doen, daarna zeg ik wat er goed en minder goed ging, zodat hun volgende pitch beter is. Maar wij (captains) letten wel op de talenten.

3. Hoe stel jij je voor aan potentiële klanten?

Ik stel mezelf altijd voor aan mensen met mijn voor -en achternaam. Ik zeg er eigenlijk nooit bij dat ik voor X of de (NAAM BEKENDE KRANT) werk.

4. Hoe wordt, in de trainingen die gegeven worden aan werknemers, verteld hoe je je moet voorstellen?

Bij de trainingen wordt daar volgens mij niet echt aandacht aan besteed over hoe de mensen zich het best kunnen voorstellen.

5. Welke handelingen verricht jij bij het inschrijven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Je begint met een krant uitdelen. Daarna stel ik vaak twee korte vragen. Ik vraag of zij uit de buurt komen en of zij de krant al lezen. Bij deze vragen kan ik ook gelijk zien of mensen geïnteresseerd zijn. Er wordt wel gezegd dat ze de krant wel eens los in de winkel kopen. Dan begin ik met pitchen. Dan beschrijf ik alles wat ze krijgen en zelf moeten betalen, namelijk de zaterdagkrant. Als ze het leuk vinden, begin ik met inschrijven. Als ik alles duidelijk heb verteld, pak ik de iPad er pas bij, dan neem ik alles nog met hen door en dan begin ik met inschrijven. Het inschrijven doe ik samen met de mensen.

6. Wat weet je zelf over het behartigen van de privacy (dus het omgaan met de persoonsgegevens) van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) die op straat worden ingeschreven?

Sowieso dat we wel al hun gegevens nodig hebben en noteren. Sommige mensen vinden het wel spannend om al hun gegevens vrij te geven, daarom zeg ik ook, op de laatste bladzijde waar alle algemene voorwaarden staan, dat al hun gegevens tussen hen en de (NAAM BEKENDE KRANT) blijven, zodat zij ook gerustgesteld zijn. Ik zeg alles over hun gegevens pas aan het einde, voordat ze hun handtekening zetten.

Er wordt nu een foto getoond waarop te zien is wat er op de laatste pagina van het inschrijfformulier staat dat op een iPad staat. Het inschrijven van een klant gaat via een iPad. Deze foto zal als bijlage VIII worden toegevoegd aan het onderzoeksrapport.

7. Wat doe jij met deze voorwaarden, die verplicht aangevinkt moeten worden, voordat er definitief een abonnement afgesloten kan worden?

Ik kijk altijd een zelf samen met de mensen. Ik zeg het kort tegen de mensen dat het bedrag automatisch wordt afgeschreven en het geen proefabonnement is, dat de persoons akkoord gaat met de algemene voorwaarden en de privacyverklaring. Tenslotte zeg ik dat hun gegevens nodig ter uitvoering van de overeenkomst en dat zij nog een bevestigingsmail krijgen. Ik zeg ook dat ze een welkomstboekje krijgen waar ook telefoonnummers in staan. Mocht er dan ooit iets zijn, kunnen zij met dat nummer bellen.

8. Deze laatste opmerkingen moeten specifiek kenbaar gemaakt worden aan de klant. Ze moeten zelf hun toestemming geven. Was jij hiervan op de hoogte?

Ik heb ook wel eens mensen gehad die zelf de iPad uit wilde zien om het nog even door te lezen. Soms willen ze ook dat ik zelf alle vinkjes zet omdat ze het dan wel geloven. Dan ondertekenen ze het zelf.

- 9. Vervolgens moet de klant akkoord gaan met de privacyverklaring. De privacyverklaring kan je alleen niet lezen op de iPad. Je kan niks aanklikken om te lezen. Heb jij ooit een klant gehad die vroeg of hij/zij de privacyverklaring kon lezen?**

Ik heb dat nog nooit gehad.

- 10. Wordt er in jullie trainingen iets gezegd over de persoonsgegevens van klanten en hun privacy m.b.t. hun gegevens?**

Dat kan ik mij niet herinneren. Het is voor mij wel een tijd geleden, maar ik kan het mij niet herinneren. De trainingen gaan alleen over hoe je het beste kan verkopen, hoe je met bezwaren omgaat. Zulk soort dingen. Over privacy komt er eigenlijk niet in voor.

- 11. Volgens wetgeving die geldt voor fieldmarketing (zoals de Gedragscode voor Fieldmarketing) moeten de werknemers ook op de hoogte zijn van de geldende wetgeving (en gedragsregels) en moet dit ook worden vermeld in de trainingen. Wordt dit gedaan?**

Gedragsregels worden niet besproken. Het gaat echt over hoe je zoveel mogelijk kan verkopen. Wetgeving komt sowieso niet voor.

- 12. Welke informatie weten de werknemers dus over de privacy van klanten die ingeschreven worden?**

Nee, we weten daar niet veel over.

- 13. Heb jij nog vragen of opmerkingen over de privacy van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT).**

Ik vind het wel handig als er bij de trainingen meer verteld wordt over gedragsregels en de privacy van klanten. Daar moet meer duidelijkheid over komen. Het lijkt mij ook beter voor de kwaliteit van de abonnementen.

BIJLAGE IV: Interview IV

Interview dhr. X (promoter) afgenomen op 15 mei 2019

1. Wat zijn jouw werkzaamheden bij X?

Ik ben bij X een promotor sinds een paar maanden, bijna een half jaar. Eigenlijk doe ik sales op straat en verkoop ik abonnementen van de (NAAM BEKENDE KRANT). Daarbij deel ik ook gelijk de krant uit.

2. Wat is het doel van jouw werkzaamheden?

Mijn doel is voor mij meer het sociale gedeelte van het werk. Het sociale gedeelte is heel belangrijk voor mij en ik wil heel goed worden in sales omdat ik vind dat dit mij wel ligt en daarnaast vind ik dit werk erg leuk. Het verdient natuurlijk ook goed.

3. Hoe stel jij je voor aan potentiële klanten?

Meestal deel ik eerst de krant uit en vraag ik of zij 'm vaker lezen. Zo begin ik langzaam een gesprek met de mensen en stel ik mij voor. Ik probeer dan informatie te winnen zodat ik hen geschikt kan maken als klant. Met het voorstellen zeg ik altijd dat ik werk voor een tussenbedrijf van de (NAAM BEKENDE KRANT). Dit zeg ik niet gelijk. Meestal midden in het gesprek als mensen er specifiek naar vragen.

4. Hoe wordt, in de trainingen die gegeven worden aan werknemers, verteld hoe je je moet voorstellen?

Naar mijn weten wordt er verteld dat je een open houding moet hebben, je er representatief uitziet en dat het handig is om bij het voorstellen een hand te geven om meer contact te maken met de klanten. Verder ook het voorstellen zelf, wordt niks verteld.

5. Welke handelingen verricht jij bij het inschrijven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Ik deel eerst de krant uit en dan vertel ik wat bij mogelijk is en wat ze bij mij kunnen krijgen. Ik probeer het zo luchtig mogelijk te houden zodat het voor de mensen een fijn gesprek is. Op het moment dat ik alles verteld heb, ik schrijf alles ook altijd nog op de krant zodat de mensen het zwart op wit hebben, dan kunnen ze alles nog even meelezen, dan pak ik mijn iPad erbij. De iPad zit altijd in mijn linkerjaszak en als ik merk dat de mensen het abonnement willen, pak ik 'm erbij.

6. Wat weet je zelf over het behartigen van de privacy (dus het omgaan met de persoonsgegevens) van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) die op straat worden ingeschreven?

Nou ik weet het dat aan het einde van de pagina een aantal voorwaarden staat en die neem ik altijd duidelijk door met de mensen en die lees ik ook altijd voor.

Er wordt nu een foto getoond waarop te zien is wat er op de laatste pagina van het inschrijfformulier staat dat op een iPad staat. Het inschrijven van een klant gaat via een iPad. Deze foto zal als bijlage VIII worden toegevoegd aan het onderzoeksrapport.

7. Wat doe jij met deze voorwaarden, die verplicht aangevinkt moeten worden, voordat er definitief een abonnement afgesloten kan worden?

Hierboven staan alle gegevens van de mensen. Ik neem dan alles door om te kijken of het klopt. Ik laat de mensen altijd meekijken, voordat ik het aanvink voor ze. Ik neem alles door zodat zij ook duidelijk zien wat ik nou aanvink. Als je het namelijk snel vertelt en alles zelf aan het begint al aanvinkt denk ik dat mensen gaan twijfelen en gaan denken: 'wat vinkt hij nou allemaal aan?'. Ik wil niet schijnheilig overkomen dus daarom doen we alles samen.

8. Deze laatste opmerkingen moeten specifiek kenbaar gemaakt worden aan de klant. Ze moeten zelf hun toestemming geven. Was jij hiervan op de hoogte?

Nee, dat wist ik niet. Ik spreek alles wel heel duidelijk door, maar dat ik het niet mag aanvinken voor hen, wist ik niet.

9. Vervolgens moet de klant akkoord gaan met de privacyverklaring. De privacyverklaring kan je alleen niet lezen op de iPad. Je kan niks aanklikken om te lezen. Heb jij ooit een klant gehad die vroeg of hij/zij de privacyverklaring kon lezen?

Nee, dit heb ik zelf nog niet gehad. Ik vertel wel dat ik niet meer bij hun gegevens kan als het eenmaal verstuurd is. Ik vertel wel wat over hun privacy. Ik stel de mensen wel gerust.

10. Wordt er in jullie trainingen iets gezegd over de persoonsgegevens van klanten en hun privacy m.b.t. hun gegevens?

Er wordt wel op gehamerd door de vestigingsmanager dat het belangrijk is om alles wat ingevuld is goed door te spreken met de mensen en dat de mensen het lezen. Verder wordt er meer gepraat over de iPad zelf aan de mensen te geven, zodat zij zelf alles kunnen lezen en kunnen aanvinken.

11. Volgens wetgeving die geldt voor fieldmarketing (zoals de Gedragscode voor Fieldmarketing) moeten de werknemers ook op de hoogte zijn van de geldende wetgeving (en gedragsregels) en moet dit ook worden vermeld in de trainingen. Wordt dit gedaan?

Er is wel verteld dat het niet handig is om aan te dringen bijvoorbeeld. Van wetgeving weten we niks en is ook niks verteld.

12. Welke informatie weten de werknemers dus over de privacy van klanten die ingeschreven worden?

Ik denk over dat werknemers over de privacy van klanten niet echt iets weten. Je krijgt wel wat mee uit het nieuws ook, maar niet de fijne puntjes.

13. Heb jij nog vragen of opmerkingen over de privacy van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT).

Ik denk wel dat het handig is als werknemers meer weten over de voorwaarden aan het eind, zodat werknemers de fijne puntjes ook weten, zodat als ernaar gevraagd wordt wij wel een antwoord hebben. Als je dan een antwoord hebt, vertrouwen de mensen ons ook meer.

BIJLAGE V: Interview V

Interview dhr. X (promoter) afgenomen op 21 mei 2019

1. Wat zijn jouw werkzaamheden bij X?

Ik werf abonnementen voor de (NAAM BEKENDE KRANT). Van mij wordt verwacht dat ik mensen aanspreek en een leuk gesprek voer. Dat gesprek moet ertoe leiden dat de mensen een abonnement nemen op de (NAAM BEKENDE KRANT).

2. Wat is het doel van jouw werkzaamheden?

Ik sta er voor persoonlijke groei. Je bent altijd bezig en met mensen in gesprek. Je leert hier veel over mensenkennis en hoe mensen in elkaar zitten. Je wilt natuurlijk ook veel geld verdienen en dat kan hier mooi als je goed bent in wat je doet.

3. Hoe stel jij je voor aan potentiële klanten?

Ik geef eerst de krant aan de mensen, dan geef ik wat informatie en daarna de pitch. Ik geef ook altijd een hand omdat het persoonlijke contact belangrijk is. Als ik mijn hele pitch heb gehad stel ik mij voor met X. Het komt niet echt aan bod om te vertellen waarvoor je werkt, maar we hebben natuurlijk wel veel dingen bij ons en aan waar (NAAM BEKENDE KRANT) op staat. Het is nog niet voorgekomen dat ik zeg dat ik voor X werk.

4. Hoe wordt, in de trainingen die gegeven worden aan werknemers, verteld hoe je je moet voorstellen?

Er wordt gezegd dat je je altijd moet voorstellen, maar niks over het bedrijf waar je voor werkt, X dus.

5. Welke handelingen verricht jij bij het inschrijven van potentiële klanten voor (NAAM BEKENDE KRANT)?

Je begint met de krant uitdelen en het aanspreekpunt. Dan pak je de tas erbij met de leuke spullen en begin je een leuk gesprek met de mensen. Vervolgens zeg ik wat zij allemaal krijgen en dat ze alleen maar de zaterdagkrant hoeven te betalen. Dan vul ik de gegevens in met de mensen en ik zorg er altijd voor dat er een reden is om iets in te typen. Ik wil niet dat de mensen argwaan krijgen, daarom doe ik alles samen met hen. Ik laat altijd alles zien wat ik heb ingevuld. Ik heb mijn iPad niet de hele tijd vast. Ik pak 'm erbij als ik merk dat mensen ingeschreven willen worden.

6. Wat weet je zelf over het behartigen van de privacy (dus het omgaan met de persoonsgegevens) van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) die op straat worden ingeschreven?

Wat ik zelf weet over privacywetgeving is dat als je iemand inschrijft, hun gegevens direct naar (NAAM BEKENDE KRANT) gaan. Je kan ook niet meer bij de gegevens komen als je eenmaal op 'akkoord' hebt geklikt. Er wordt ook niks opgeslagen op de iPad. Niemand kan er verder bij. En ik weet ook dat als mensen het abonnement toch niet willen, hun gegevens ook geschrapt worden bij de (NAAM BEKENDE KRANT).

Er wordt nu een foto getoond waarop te zien is wat er op de laatste pagina van het inschrijfformulier staat dat op een iPad staat. Het inschrijven van een klant gaat via een iPad. Deze foto zal als bijlage VIII worden toegevoegd aan het onderzoeksrapport.

7. Wat doe jij met deze voorwaarden, die verplicht aangevinkt moeten worden, voordat er definitief een abonnement afgesloten kan worden?

Ik laat eerst altijd aan de mensen zien wat er tot nu toe is ingevuld. Hun eigen gegevens dus. Daarna bespreek ik de laatste pagina per punt met hen door. Bij alles gaat het goed behalve het punt waar staat dat de persoon 'akkoord gaat met de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT).' Dat vind ik een beetje een grijs gebied. Als verder alles goed is, klik ik alles aan en laat ik hen de handtekening zetten.

- 8. Deze laatste opmerkingen moeten specifiek kenbaar gemaakt worden aan de klant. Ze moeten zelf hun toestemming geven. Was jij hiervan op de hoogte?**

Nee daar was ik niet van op de hoogte, maar ik bespreek dus wel alles met hen door. Ik laat niet de handtekening zetten voordat ik alles met de mensen heb doorgesproken.

- 9. Vervolgens moet de klant akkoord gaan met de privacyverklaring. De privacyverklaring kan je alleen niet lezen op de iPad. Je kan niks aanklikken om te lezen. Heb jij ooit een klant gehad die vroeg of hij/zij de privacyverklaring kon lezen?**

Ja, dat heb ik een keer gehad. Iemand vroeg wat die privacyverklaring inhield en toen heb ik maar snel op mijn telefoon op google gezocht naar een willekeurige privacyverklaring. Toen liet ik dat maar zien en de mevrouw vond het toen oké. Maar ik wist niet echt wat ik moest doen. Verder heb ik er geen problemen mee gehad. Ik denk ook omdat ik alles goed door bespreek met de mensen.

- 10. Wordt er in jullie trainingen iets gezegd over de persoonsgegevens van klanten en hun privacy m.b.t. hun gegevens?**

Wat ik mij kan herinneren is dat er wel gezegd wordt dat zij hun akkoord moeten geven en dat we de pagina met de voorwaarden wel even moeten doorspreken.

- 11. Volgens wetgeving die geldt voor fieldmarketing (zoals de Gedragscode voor Fieldmarketing) moeten de werknemers ook op de hoogte zijn van de geldende wetgeving (en gedragsregels) en moet dit ook worden vermeld in de trainingen. Wordt dit gedaan?**

Je leert wel dat je gewoon netjes moet zijn, er normaal uitzien en blijf professioneel, dat soort dingen. Ik vind dat je dat zelf ook wel kan bedenken. Je kan ook aanvoelen wat die mensen willen.

- 12. Welke informatie weten de werknemers dus over de privacy van klanten die ingeschreven worden?**

Ik denk dat werknemers die hier net beginnen niet weten dat je de voorwaarden ook echt met de mensen moet doorspreken, maar dat leer je vanzelf. Verder van echte wetgeving hebben we niet echt kennis.

- 13. Heb jij nog vragen of opmerkingen over de privacy van potentiële klanten van (NAAM BEKENDE KRANT).**

Nee niet echt. Je leert namelijk heel veel door het te doen. Ik vind de trainingen verder wel goed en ik denk dat veel gedragsregels bijvoorbeeld ook vanzelfsprekend zijn.

BIJLAGE VI: Interview VI

Interview dhr. X (operationeel manager) afgenomen op 3 juni 2019

1. Wat is jouw functie bij X?

Ik ben operationeel manager bij X. Ik ben eindverantwoordelijk voor de kwaliteit binnen het bedrijf. Ik ben ook accountmanagers voor onze opdrachtgevers, dus (NAAM BEKENDE KRANT). Ik ben ook verantwoordelijk voor (NAAM SUB-VERWERKER). Dat is ook mijn expertise.

2. Hoe is het dienstverband tussen (NAAM SUB-VERWERKER) ontstaan?

X is een aparte die in eerste instantie door X bij ons in gekomen. Zij zorgen ervoor dat abonnementen digitaal afgesloten kunnen worden. Die data gaat dan via een digitale Cloud server in het systeem. Voorheen deden we alles op papier. (NAAM SUB-VERWERKER) biedt ons dat platform aan, zodat wij die software kunnen gebruiken voor onze iPads, die wel in eigen beheer hebben. De informatie wordt versleuteld doorgestuurd. (NAAM BEKENDE KRANT) heeft ons verteld dat wij voor (NAAM BEKENDE KRANT)-abonnementen ook het systeem van (NAAM SUB-VERWERKER) moesten gaan gebruiken. (NAAM BEKENDE KRANT) zei dat wij, ook in het kader van de AVG, niet meer op papier klanten konden inschrijven. Wij hebben toen gezegd dat wij al met (NAAM SUB-VERWERKER) werkte en is (NAAM BEKENDE KRANT) aan (NAAM SUB-VERWERKER) gekoppeld en heeft (NAAM BEKENDE KRANT) (NAAM SUB-VERWERKER) voor (NAAM BEKENDE KRANT)-abonnementen weer aan ons gekoppeld.

3. Wat doet (NAAM SUB-VERWERKER) voor X?

(NAAM SUB-VERWERKER) faciliteert ons bij het inschrijven van klanten voor een abonnement. Dat programma heet X.

4. Is er een overeenkomst tussen X en (NAAM SUB-VERWERKER)?

Nee. Er is wel een verwerkersovereenkomst tussen X en alle opdrachtgevers. (NAAM SUB-VERWERKER) faciliteert alleen en kunnen verder niet veel met die gegevens. Zij zijn wel ICO-gecertificeerd. Ik vertrouw erop dat het met data goed loopt.

5. Jij verwerkt ook persoonsgegevens. Heb jij een geheimhoudingsovereenkomst getekend?

Nee, ik kan mij niets herinneren dat ik ooit zoiets heb hoeven tekenen of van heb gehoord. Het wordt wel mondeling benoemd aan de fieldmarketeers.

6. Waarom heeft (NAAM BEKENDE KRANT) de geboortedatum nodig van klanten?

Je moet minimaal 18 jaar of ouder zijn als je een abonnement wilt afsluiten. Verder wil (NAAM BEKENDE KRANT) die data gebruiken voor marketing doeleinden. Welke leeftijdsgroep neemt welk abonnement. Dit is echt een onderzoek voor de toekomst. Ze kijken ook naar een maximumleeftijd. Het is 80 of 85, dat weet ik niet zeker, maar als je deze leeftijd hebt bereikt, word je ook een risico-doelgroep.

BIJLAGE VII: Interview VII

Interview jurist (NAAM BEKENDE KRANT) afgenomen op 22 mei 2019.¹⁰⁹

1. Wat is de positie van X? Zijn zij enkel verwerker?

In principe moet je inzoomen op de persoonsgegevens die X voor ons verwerkt. Voor zover ik kan beoordelen geven wij opdracht aan X om abonnees te werven en alleen daarvoor de benodigde persoonsgegevens te verwerken (het doel). Dit gebeurt door personen te laten aanspreken op straat waarbij direct een abonnement wordt afgesloten via de hardware van X (de middelen). Er moet engszins pragmatisch mee worden omgegaan, dus of er een iPad wordt gebruikt of een pen en papier, is minder relevant. Wel moet een sub verwerker worden benoemd en zijn goedgekeurd in de verwerkersovereenkomst, dus bijvoorbeeld opslag van de iPad-gegevens in de Cloud van Microsoft. Zolang dit zo wordt aangehouden in de praktijk, is (NAAM BEKENDE KRANT) de verantwoordelijke en X de verwerker. Als X de persoonsgegevens van abonnees zelf ook opslaat en zou gebruiken voor eigen marketing/verkoop doeleinden, wordt ze verwerkersverantwoordelijke. Afhankelijk van de situatie is dit samen met (NAAM BEKENDE KRANT) voor alle verwerkingen of zelfstandig voor alleen het laatste deel.

2. Wat is de positie van (NAAM SUB-VERWERKER)? Zijn zij ook verwerker van (NAAM BEKENDE KRANT) (die verwerkingsverantwoordelijke is)?

¹⁰⁹ De jurist van (NAAM BEKENDE KRANT) wilde anoniem blijven, vandaar dat de naam niet genoemd is.

Ik zou (NAAM SUB-VERWERKER) zien als een sub verwerker van X. X huurt (NAAM SUB-VERWERKER) in voor software, de persoonsgegevens die (NAAM SUB-VERWERKER) ontvangt dient ter uitvoering van de overeenkomst met (NAAM BEKENDE KRANT) en mag niet verder gaan dat dat.

3. Zijn er vanuit (NAAM BEKENDE KRANT) bepaalde regelgeving publicaties of juridische bronnen die van belang zijn voor (NAAM BEKENDE KRANT) of X en waar zij zich aan dienen te houden?

Alle beleidsregels van AP zijn relevant. Een andere brancheorganisatie die van belang is voor (NAAM BEKENDE KRANT) en mogelijk voor X, is bijvoorbeeld DDMA.

4. Op de iPad staat enkel de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT) genoemd (die klanten overigens niet kunnen lezen, is mij opgevallen). Aangezien X de persoonsgegevens van de klanten in eerste instantie verwerkt (op straat), moet er dan niet van X ook een privacyverklaring bekend zijn die betrekking heeft op de persoonsgegevens van klanten van (NAAM BEKENDE KRANT) die op straat worden ingeschreven?

Terecht punt. De persoonsgegevens worden in opdracht van (NAAM BEKENDE KRANT) verwerkt, dus de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT) moet er zeker bij. En deze moet zeker leesbaar zijn. X zou er daarnaast goed aan doen om te verwijzen naar haar eigen privacy statement, waarin wordt uitgelegd dat zij namens (NAAM BEKENDE KRANT)-abonnementen verkoopt en persoonsgegevens verzamelt. In deze privacyverklaring zou ze moeten opnemen wat ze doet met de persoonsgegevens en een link moeten opnemen naar de privacyverklaring van (NAAM BEKENDE KRANT), dan is het beter afgedekt.

BIJLAGE VIII: Foto van de laatste pagina van het inschrijfformulier op de iPad, zoals getoond in het interview. ¹¹⁰

(Foto is verwijderd)

BIJLAGE IX: Verwerkersovereenkomst tussen (NAAM BEKENDE KRANT) en X

Verwerkersovereenkomst

Ondergetekenden:

1. **(NAAM BEKENDE KRANT)**, gevestigd en kantoorhoudende te (X) , aan de X, ingeschreven in het handelsregister onder nummer X, hierbij vertegenwoordigd door de  (NAAM BEKENDE KRANT), hierna te noemen "Verwerkingsverantwoordelijke",

En

2. **X** gevestigd en kantoorhoudende te (X) X, aan X, ingeschreven in het handelsregister onder nummer X hierbij vertegenwoordigd door de heer X, hierna te noemen "Verwerker",

Verwerkingsverantwoordelijke en Verwerker hierna gezamenlijk tevens te noemen "Partijen" en ieder apart tevens "Partij".

Overwegende:

- A. Verwerker zal in het kader van een met Verwerkingsverantwoordelijke gesloten c.q. te sluiten Deelovereenkomst (hierna: de "Service Overeenkomst") de beschikking krijgen over persoonsgegevens, zoals gedefinieerd in de Algemene Verordening Gegevensbescherming (hierna: de "AVG") waarvoor Verwerkingsverantwoordelijke geldt als "verwerkingsverantwoordelijke" in de zin van de AVG (hierna: de "Persoonsgegevens");
- B. Verwerker zal de Persoonsgegevens ten behoeve en onder verantwoordelijkheid van Verwerkingsverantwoordelijke verwerken en kwalificeert daardoor als "verwerker" in de zin van de AVG;
- C. Partijen wensen, gelet op het bepaalde in artikel 28 AVG, de voorwaarden van de verwerking van de Persoonsgegevens vast te leggen in de onderhavige verwerkersovereenkomst (hierna: de "Verwerkersovereenkomst")

Verklaren het volgende te zijn overeengekomen:

Artikel 1. Onderwerp van deze Verwerkersovereenkomst

1. Deze Verwerkersovereenkomst is alleen van toepassing op de verwerking van Persoonsgegevens in het kader van de Service Overeenkomst.
2. Begrippen als "verwerken", "persoonsgegevens", "verwerkingsverantwoordelijke" en "verwerker" hebben de betekenis die daaraan is gegeven in de AVG.
3. Verwerker zal gedurende de uitvoering van de Service Overeenkomst met Verwerkingsverantwoordelijke Persoonsgegevens verwerken namens Verwerkingsverantwoordelijke. Een overzicht van de toepasselijke gegevensverwerking is uiteengezet in Annex 2.

Artikel 2. Verwerkingsverantwoordelijke en verwerker

1. Verwerkingsverantwoordelijke draagt er zorg voor dat de verstrekking van Persoonsgegevens voor de in Annex 2 beschreven gegevensverwerking voldoet aan alle wettelijke verplichtingen en formaliteiten.
2. Verwerker verplicht zich jegens Verwerkingsverantwoordelijke tot al hetgeen waartoe een verwerker van Persoonsgegevens verplicht is op grond van het bij of krachtens de toepasselijke wet- en regelgeving betreffende de verwerking van persoonsgegevens bepaalde, waaronder maar niet beperkt tot de AVG, de Telecommunicatiewet en alle overige toepasselijke (Europese) privacy regelgeving, waaronder maar niet beperkt tot de gedragscodes van de Data Driven Marketing Association (DDMA) en de Federation of Direct Marketing Associations (FEDMA).
3. Verwerker zal de van Verwerkingsverantwoordelijke ontvangen Persoonsgegevens uitsluitend in opdracht en volgens de instructies van Verwerkingsverantwoordelijke verwerken voor doeleinden die rechtstreeks voortvloeien uit de werkzaamheden die Partijen met elkaar zijn overeengekomen in de Service Overeenkomst. In geen geval verwerkt Verwerker de Persoonsgegevens voor eigen doeleinden.

Artikel 3. Vertrouwelijkheid en inzage

1. Onverminderd de bestaande contractuele regelingen tussen Partijen zal Verwerker alle Persoonsgegevens als vertrouwelijk behandelen en zal zij al haar werknemers, vertegenwoordigers en/of sub-verwerkers die betrokken zijn bij de verwerking van de Persoonsgegevens van de vertrouwelijke aard van dergelijke informatie en van de Persoonsgegevens op de hoogte stellen. Verwerker zal waarborgen dat dergelijke personen en partijen een geheimhoudingsovereenkomst hebben getekend.
2. Indien Verwerker op grond van een wettelijke verplichting Persoonsgegevens dient te verstrekken aan een derde verifieert Verwerker de identiteit van de verzoeker en de grondslag van het verzoek en informeert hij onmiddellijk, zo mogelijk voorafgaand aan de verstrekking, Verwerkingsverantwoordelijke hieromtrent.

3. In het geval een betrokkene waarop de Persoonsgegevens betrekking hebben ("Betrokkene") zich voor de uitoefening van een van zijn of haar rechten uit hoofde van (hoofdstuk 3) van de AVG, richt tot Verwerker, zal Verwerker Betrokkene doorverwijzen naar Verwerkingsverantwoordelijke. Verwerker verleent Verwerkingsverantwoordelijke volledige medewerking om binnen de wettelijke termijnen te voldoen aan haar verplichtingen op grond van de AVG.

Artikel 4. Beveiliging

1. Verwerker neemt passende technische en organisatorische maatregelen ter beveiliging van de Persoonsgegevens, zoals uiteengezet in Annex 3. Indien sprake is van diensten die (mede) bestaan uit het uitvoeren van (delen van) een of meer bedrijfsprocessen van Verwerkingsverantwoordelijke die (indirect) van invloed zijn op de financiële verslaglegging door Verwerkingsverantwoordelijke, dient Verwerker daarnaast jaarlijks een ISAE 3402 assurance rapport (of een andere adequate en algemeen geaccepteerde verklaring gebaseerd op nationale of internationale standaarden) te overleggen. Verwerker zal voorts zorg dragen voor overige passende technische en organisatorische maatregelen om de Persoonsgegevens te beveiligen tegen verlies of tegen enige vorm van onzorgvuldig, ondeskundig of onrechtmatige verwerking.
2. Verwerker is verplicht jaarlijks, voor eigen rekening, door een door haar aan te wijzen onafhankelijke EDP auditor of deskundige een onderzoek te laten uitvoeren teneinde te doen vaststellen dat Verwerker aan het normenkader beschreven in Annex 3 voldoet.
3. Verwerker is verplicht jaarlijks, voor 1 september, de bevindingen van de EDP auditor of deskundige, in de vorm van een TPM (Third Party Memorandum) verklaring kosteloos aan Verwerkingsverantwoordelijke te verschaffen.
4. Verwerker zal eventuele door de EDP auditor bij zijn onderzoek geconstateerde tekortkomingen binnen de daartoe door Verwerkingsverantwoordelijke te bepalen redelijke termijn verhelpen. De door Verwerkingsverantwoordelijke te bepalen redelijke termijn heeft te gelden als een fatale termijn. Indien Verwerker niet binnen de door Verwerkingsverantwoordelijke te bepalen termijn alle wezenlijke tekortkomingen heeft verholpen, heeft Verwerkingsverantwoordelijke het recht om de Service Overeenkomst met onmiddellijke ingang te beëindigen, zonder dat Verwerker aanspraak kan maken op enige vorm van schadevergoeding terzake.
5. Verwerker voldoet en zal gedurende de looptijd van de Service Overeenkomst blijven voldoen aan het in Annex 3 opgenomen normenkader.
6. Verwerker zal aan Verwerkingsverantwoordelijke schriftelijk rapporteren bij substantiële wijzigingen in de genomen maatregelen als bedoeld in dit artikel.

Artikel 5. Verbeteringen van de beveiliging

1. Partijen erkennen dat beveiligingseisen voortdurend veranderen en dat een effectieve beveiliging frequente evaluaties en regelmatige verbetering van verouderde beveiligingsmaatregelen vereist. Partijen zullen derhalve — op verzoek van

Verwerkingsverantwoordelijke — in overleg treden wanneer het vanwege het voortschrijden van de stand van de techniek noodzakelijk is om de beveiligingseisen uit artikel 4 aan te scherpen om een passend niveau van bescherming te waarborgen. Indien een wijziging van de Service Overeenkomst noodzakelijk is om een dergelijke instructie op te volgen zullen Partijen in onderling overleg een wijziging van de Service Overeenkomst overeenkomen.

Artikel 6. Audit

1. Verwerkingsverantwoordelijke heeft het recht om een audit uit te voeren bij Verwerker om te constateren of Verwerker voldoet aan de bepalingen uit deze Verwerkersovereenkomst. Deze audit zal worden uitgevoerd door een onafhankelijke derde. De kosten van de audit zijn voor rekening van Verwerkingsverantwoordelijke, tenzij de audit uitwijst dat Verwerker niet heeft voldaan aan haar verplichtingen voortvloeiend uit de Verwerkersovereenkomst, in welk geval de kosten voor rekening van Verwerker zijn.
2. Verwerker zal aan de audit alle redelijkerwijs benodigde medewerking verlenen en de onafhankelijke derde daartoe onder meer toegang geven tot haar gebouwen, systemen bestanden en documentatie.
3. Het uitvoeren van een audit zal niet tot een vertraging van de door Verwerker in het kader van de Service Overeenkomst en deze Verwerkersovereenkomst te verrichten werkzaamheden mogen leiden.
4. Verwerker zal naar aanleiding van de audit geconstateerde tekortkomingen binnen de daartoe door Verwerkingsverantwoordelijke te bepalen redelijke termijn verhelpen. De door
5. Verwerkingsverantwoordelijke te bepalen redelijke termijn heeft te gelden als een fatale termijn. Indien Verwerker niet binnen deze termijn alle wezenlijke tekortkomingen heeft verholpen, heeft Verwerkingsverantwoordelijke het recht om de Service Overeenkomst met onmiddellijke ingang te beëindigen, zonder dat Verwerker aanspraak kan maken op enige vorm van schadevergoeding terzake.

Artikel 7. Internationale doorgifte van gegevens

1. Verwerker geeft Persoonsgegevens niet door aan een land buiten de Europese Unie, tenzij zulks wettelijk is toegestaan en uitdrukkelijk vooraf schriftelijk door Verwerkingsverantwoordelijke is goedgekeurd.

Artikel 8. Meldplichten en incidentenmanagement

1. In geval van een inbreuk in verband met persoonsgegevens als bedoeld in artikel 4 lid 12 AVG (hierna: "Datalek") zal Verwerker Verwerkingsverantwoordelijke daarover terstond, doch in ieder geval binnen 24 uur nadat Verwerker bekend is geworden met het Datalek, informeren via de contactgegevens genoemd in Annex 1, naar aanleiding waarvan

Verwerkingsverantwoordelijke — zo nodig - onverwijld de Autoriteit Persoonsgegevens en/of Betrokkenen zal informeren.

2. Verwerker zal een Datalek altijd schriftelijk bij Verwerkingsverantwoordelijke melden.
3. De melding zal in ieder geval het feit dat er een Datalek is geweest omvatten, alsmede, voorzover reeds bekend bij Verwerker:
 - de aard van de inbreuk; waaronder in ieder geval (i) de datum en het tijdstip waarop het incident plaatsvond en werd ontdekt; (ii) (het aantal) Betrokkenen getroffen door het incident; (iii) welke categorieën persoonsgegevens betrokken zijn bij het incident; en (iv) welke beveiligingsmaatregelen — zoals versleuteling — zijn getroffen om verlies en onrechtmatige verwerking van de Persoonsgegevens te voorkomen.
 - de persoon of instantie waar meer informatie kan worden verkregen;
 - de (vermeende) oorzaak van het Datalek;
 - de reeds bekende en te verwachten gevolgen van het Datalek;
 - de aanbevolen maatregelen om de gevolgen te verhelpen, dan wel te beperken.
4. Indien Verwerker ten tijde van de melding als omschreven in artikel 8.1 niet de beschikking had over al de in artikel 8.3 genoemde informatie, zal zij deze informatie terstond vergaren en de aldus vergaarde informatie onmiddellijk aan Verwerkingsverantwoordelijke verstrekken.

Artikel 9. Inschakelen van (sub-)verwerkers

1. Verwerker mag zijn rechten en verplichtingen voortvloeiende uit deze Verwerkersovereenkomst niet overdragen aan een derde of een derde inschakelen bij de uitvoering van de Service Overeenkomst, zonder de voorafgaande schriftelijke toestemming van Verwerkingsverantwoordelijke. In geval Verwerker een derde inschakelt bij de uitvoering van de Service Overeenkomst blijft Verwerker onverminderd verantwoordelijk voor de nakoming van alle verplichtingen uit deze Verwerkersovereenkomst.
2. Verwerker zal ervoor zorgen dat met een derde, die hij bij de uitvoering van de Service Overeenkomst betreft, schriftelijk wordt overeengekomen dat deze, onverminderd de plicht tot nakomen van Verwerker, gebonden is aan dezelfde of gelijkwaardige verplichtingen als die op Verwerker rusten uit hoofde van deze Verwerkersovereenkomst en levert daarvan schriftelijk bewijs bij het toestemmingsverzoek als bedoeld in artikel 9.1.
3. Overeenkomsten die Verwerker reeds met derden heeft gesloten voor het sluiten van deze namens Verwerkingsverantwoordelijke uitvoert, dienen conform deze Verwerkersovereenkomst voorafgaande aan het uitvoeren van de Service Overeenkomst te worden goedgekeurd door Verwerkingsverantwoordelijke.

Artikel 10. Teruggave of vernietiging van de Persoonsgegevens

1. Verwerker verplicht zich alle Persoonsgegevens, kopieën en bewerkingen daarvan, alsmede alle gegevensdragers waarop de Persoonsgegevens, kopieën of bewerkingen daarvan zijn of

worden vastgelegd, onmiddellijk op eerste verzoek van Verwerkingsverantwoordelijke, doch uiterlijk binnen één maand nadat de Service Overeenkomst is geëindigd, te verstrekken aan Verwerkingsverantwoordelijke (of een door Verwerkingsverantwoordelijke aan te wijzen derde), dan wel te wissen of te vernietigen. Een en ander naar keuze van Verwerkingsverantwoordelijke.

2. Verwerker stelt alle sub-verwerkers op de hoogte van de beëindiging van de Verwerkersovereenkomst en waarborgt dat alle betrokken sub-verwerkers de Persoonsgegevens, kopieën en bewerkingen, wissen, vernietigen of teruggeven (al dan niet via Verwerker) aan Verwerkingsverantwoordelijke. Een en ander naar keuze van Verwerkingsverantwoordelijke.
3. Verwerker zal bovendien al zijn medewerking verlenen aan de overdracht van de werkzaamheden terzake de verwerking van de Persoonsgegevens aan Verwerkingsverantwoordelijke of een opvolgend Verwerker en wel op zodanige wijze dat de continuïteit van de dienstverlening maximaal gewaarborgd blijft, althans niet door handelen of nalaten van Verwerker wordt belemmerd.
4. De kosten gemoeid met deze inspanningen van Verwerker komen voor rekening van Verwerker en dienen opgenomen zijn in de overeengekomen prijzen en vergoedingen van Verwerker in de Service Overeenkomst en/of enige andere tussen Partijen gesloten overeenkomst.

Artikel 11. Vrijwaring en aansprakelijkheid

1. Verwerker vrijwaart Verwerkingsverantwoordelijke en (NAAM BEKENDE KRANT) ("NAAM BEKENDE KRANT") voor alle aanspraken van derden, daaronder begrepen Betrokkenen, ter vergoeding waarvan Verwerkingsverantwoordelijke en/of (NAAM BEKENDE KRANT) worden aangesproken. De vrijwaring geldt slechts voor aanspraken voortkomend uit het schenden van de AVG of andere toepasselijke wet- of regelgeving betreffende de verwerking van Persoonsgegevens, dan wel van deze Verwerkersovereenkomst en slechts voor zover en tot het bedrag dat de schade aan Verwerker of een door haar ingeschakelde derde kan worden toegerekend.
2. Indien de daartoe bevoegde autoriteit in het kader van haar taak als handhaver een maatregel, daaronder begrepen een boete, oplegt aan Verwerkingsverantwoordelijke en/of (NAAM BEKENDE KRANT) en indien de oorzaak hiervan te wijten is aan het niet nakomen van de in deze Verwerkersovereenkomst gemaakte afspraken door Verwerker of door haar ingeschakelde derden, dan kan Verwerkingsverantwoordelijke zowel de aan haar en/of (NAAM BEKENDE KRANT) opgelegde boete als de overige door haar en/of (NAAM BEKENDE KRANT) geleden schade verhalen op verwerker. Tevens heeft verwerkingsverantwoordelijke het recht om in voornoemde situatie de Service Overeenkomst met onmiddellijke ingang te beëindigen, zonder dat Verwerker aanspraak kan maken op enige vorm van schadevergoeding terzake.
3. Onverminderd het gestelde in artikel 11.2 is Verwerker aansprakelijk voor alle kosten die Verwerkingsverantwoordelijke en/of (NAAM BEKENDE KRANT) maken (daaronder begrepen de interne kosten) als gevolg van het optreden van een Datalek als omschreven in artikel 8.1 en voor zover het Datalek aan Verwerker is toe te rekenen.

4. Partijen beogen met de in dit artikel opgenomen bepalingen expliciet afte wijken van de aansprakelijkheidsbepalingen uit de Service Overeenkomst en/of enige andere tussen Partijen gesloten overeenkomst.

Artikel 12. Duur en beëindiging

1. Deze Verwerkersovereenkomst treedt in werking op 1 januari 2019 en eindigt automatisch op het moment dat de Service Overeenkomst wordt beëindigd of afloopt, dan wel het moment dat Verwerker alle gegevens heeft verwijderd of teruggegeven in overeenstemming met artikel 10 — afhankelijk van welk moment later plaatsvindt.
2. Het beëindigen of aflopen van deze Verwerkersovereenkomst ontslaat Partijen niet van hun verplichtingen die bestemd zijn om na beëindiging of aflopen van de Verwerkersovereenkomst voort te duren, waaronder in ieder geval de verplichtingen neergelegd in artikel 3, 6, 10 en 11 van de Verwerkersovereenkomst.
3. Deze Verwerkersovereenkomst kan door geen van beide Partijen tussentijds worden beëindigd.

Artikel 13. Overige bepalingen

1. In het geval dat er een tegenstrijdigheid is tussen de bepalingen uit deze Verwerkersovereenkomst en de bepalingen van de Service Overeenkomst en/of enige andere tussen Partijen gesloten overeenkomst, dan prevaleren de bepalingen van deze Verwerkersovereenkomst.
2. Afwijkingen van de Verwerkersovereenkomst zijn slechts bindend voor zover zij uitdrukkelijk tussen Partijen schriftelijk zijn overeengekomen.
3. Indien en zodra gedurende de looptijd van deze Verwerkersovereenkomst de wet- of regelgeving ter bescherming van persoonsgegevens, of de interpretatie of toepassing ervan, wijzigt, zullen de bepalingen van deze Verwerkersovereenkomst zoveel als mogelijk naar de strekking van deze wijzigingen worden uitgelegd. Indien de Verwerkersovereenkomst door een dergelijke wijziging aanpassing behoeft, zullen Partijen op verzoek van één van Partijen onderhandelen over de aanpassing van de tekst van de Verwerkersovereenkomst.
4. Algemene leveringsvoorwaarden dan wel andere algemene of bijzondere voorwaarden van Verwerker zijn niet van toepassing op deze Verwerkersovereenkomst en worden door Verwerkingsverantwoordelijke uitdrukkelijk van de hand gewezen.
5. Op deze Verwerkersovereenkomst is Nederlands recht van toepassing. Geschillen over of in verband met deze Verwerkersovereenkomst vallen onder de exclusieve rechtsmacht van de bevoegde rechter in Amsterdam.

Aldus opgemaakt in tweevoud en ondertekend,

(Vanwege privacy zijn de handtekeningen verwijderd uit dit document)

Verwerkingsverantwoordelijke

Verwerker

(NAAM BEKENDE KRANT)

X

Annex 1:

Contactgegevens van de compliance officer van Verwerkingsverantwoordelijke:X@X

Annex 2:

Persoonsgegevens die zullen worden verwerkt in het kader van de Service Overeenkomst en de doeleinden waarvoor ze verwerkt zullen worden:

VIP beoordelingsformulier (separaat bijgeleverd)

Annex 3:

Technische & Organisatorische maatregelen — straatwervingbureaus (separaat bijgeleverd)

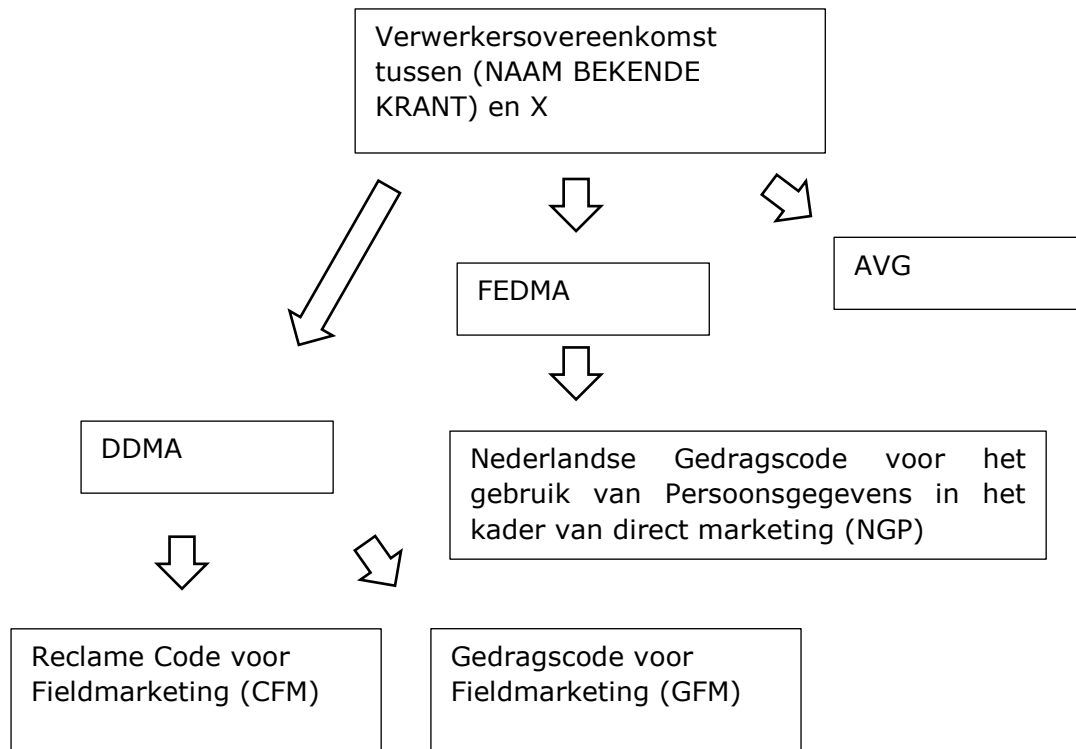
Self Assessment — T MG Straatwerving.

- Er zijn organisatiebrede afspraken over informatiebeveiliging en privacy, toegespitst op het veilig gebruik van en werken met de door leverancier verstrekte tablets aan haar medewerkers.
- Medewerkers worden vanaf de eerste werkdag en daarna op gepaste tijden op de hoogte gehouden van organisatiebrede afspraken rondom informatiebeveiliging en privacy, ten einde veilige omgang met persoonsgegevens van (NAAM BEKENDE KRANT) te bewerkstelligen.
- Er is zijn organisatiebrede afspraken voor het gebruik van mobiele apparaten (smartphones, tablets, laptops etc.)
- Medewerkers die zich niet aan de organisatiebrede afspraken over informatiebeveiliging en privacy houden, worden hierop aangesproken.
- De leverancier beschikt over een overzicht waarin alle mobiele apparaten en hun status (b.v. ingebruik, defect, vermist, reparatie, voorraad) wordt bijgehouden.
- Mobiele apparaten zijn centraal geregistreerd in een z.g.n. mobile device management oplossing, waarmee leverancier in staat is tablets op afstand te wissen en onklaar te maken (bijv. via de iCloud).
- Er wordt maandelijks gecontroleerd of alle mobiele apparaten over de laatste updates beschikken en deze geïnstalleerd zijn.
- Mobiele apparaten waarop persoonsgegevens van (NAAM BEKENDE KRANT) worden verwerkt zijn ge-hardened volgens industry best-practices, waarbij tenminste de volgende hardening technieken zijn toegepast:
 - a. Voorzien van volledige diskencryptie, deze is niet uit te schakelen door de gebruiker.
 - b. Te allen tijde zijn de meest recente softwareupdates en security-patches geïnstalleerd.
 - c. Mobiele apparaten worden niet langer gebruikt wanneer deze niet meer worden ondersteund door de fabrikant met softwareupdates en security-patches.
 - d. Het mobiele apparaat is niet te gebruiken alvorens in te loggen met het wachtwoord en/of de pincode.
 - e. Het tonen van de pincode en/of het wachtwoord bij de invoer staat uitgeschakeld.

- f. De pincode en/of het wachtwoord wordt na te veel opeenvolgende foutieve inlogpogingen geblokkeerd.
 - g. Preventieve en detective maatregelen om te voorkomen dat mobiele apparaten worden "ge-jail-broken".
 - h. Geen mogelijkheid om met onbeveiligde wifi-netwerken te verbinden vanaf mobiele apparaten.
 - i. Het mobiele apparaat is zo ingesteld dat WIFI-netwerken, waar eerder verbinding mee is gemaakt, worden vergeten.
 - j. Bluetooth staat uit en kan niet door de gebruiker worden geactiveerd.
 - k. Keyboard auto-correct staat uit en is niet in te schakelen door de gebruiker
 - l. Locatievoorzieningen staan aan en kunnen niet worden uitgezet door de gebruiker.
 - m. Automatische vergrendeling is ingesteld waardoor het mobiele apparaat na een bepaalde periode wordt vergrendeld.
 - n. Functies welke ondersteuning bieden bij ontwikkelen van apps, zoals USB foutopsporing (USB Debugging) worden uitgeschakeld en zijn niet in te schakelen door de gebruiker.
 - o. USB OTG (On The Go) is uitgeschakeld.
 - p. Het is niet mogelijk voor apps om toegang te krijgen tot de certificate store op het mobiele apparaat
 - q. Dataroaming staat uit en kan niet door de gebruiker worden ingeschakeld. De persoonlijke hotspotfunctionaliteit staat uit en kan niet worden ingeschakeld door de gebruiker.
 - r. Near Field Communication is uitgeschakeld en is niet in te schakelen door de gebruiker.
 - s. Anders dan de applicaties welke strikt noodzakelijk zijn voor het werk worden alle overige apps geblokkeerd en/of verwijderd. Het is de gebruiker niet toegestaan zelf applicaties te installeren.
- Wachtwoorden en pincodes zijn persoonlijk, deze worden niet gedeeld. Indien accounts toch gedeeld moeten worden zal op gepaste tijden een wijziging van het wachtwoord en/of de pincode plaatsvinden
 - Mobiele apparaten welke niet langer gebruikt kunnen worden voor de verwerking van persoonsgegevens worden alvorens deze van de hand worden gedaan volledig gewist, waarbij alle data op het apparaat onherstelbaar wordt vernietigd.
 - (NAAM BEKENDE KRANT) behoudt zich het recht om een audit uit te voeren op de naleving van de hierboven beschreven beheersmaatregelen.

BIJLAGE X: Wetgeving voor fieldmarketing

Regels waar X, en dus de fieldmarketeers, zich aan dienen te houden



BIJLAGE XI: Voorbeeld sub-verwerkersovereenkomst tussen X en (NAAM SUB-VERWERKER)

Sub-verwerkersovereenkomst

Partijen

I **X**, hierna te noemen "verwerker", een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid, statutair gevestigd X

II **(NAAM SUB-VERWERKER)**, hierna te noemen "sub-verwerker", statutair gevestigd te X

Overwegingen

A Verwerker en sub-verwerker zijn overeengekomen persoonsgegevens te verwerken ten behoeve van verwerkingsverantwoordelijke: (NAAM BEKENDE KRANT), hierna te noemen: (NAAM BEKENDE KRANT). (NAAM BEKENDE KRANT) is statutair gevestigd te X

B Verwerker en sub-verwerker wensen in deze overeenkomst de wederzijdse rechten en verplichtingen voor de verwerking (artikel 4 sub 2 AVG) van persoonsgegevens door verwerker vast te leggen overeenkomstig de AVG.

1 Partijen zijn het volgende overeengekomen

1.1 De in deze overeenkomst gebruikte formuleringen hebben de volgende betekenis:

- **AVG:** Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG;
- **Betrokkene:** diegene van wie persoonsgegevens worden verwerkt (art. 4 sub 1 AVG);
- **Derden:** een natuurlijk persoon of rechtspersoon, een overheidsinstantie, een dienst of ander orgaan, niet zijnde de betrokkene, noch de verwerkingsverantwoordelijke, noch de verwerker, noch de personen die onder rechtstreeks gezag van de verwerkingsverantwoordelijke of verwerker gemachtigd zijn om de persoonsgegevens te verwerken (art. 4 sub 10 AVG);
- **Onderliggende overeenkomst:** de overeenkomst d.d. (vul datum in) waarbij verwerker aan sub-verwerker opdracht heeft gegeven om verwerkingen van persoonsgegevens te verrichten;
- **Overeenkomst:** deze sub-verwerkersovereenkomst inclusief bijlagen;
- **Persoonsgegevens:** alle informatie over een geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke persoon, die verwerker op grond van de onderliggende overeenkomst verwerkt (art. 4 sub 1 AVG) ¹;

- *Privacywetgeving*: onder privacywetgeving wordt zowel de AVG als de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming, hierna te noemen "UAVG", verstaan;
- *UAVG*: regels ter uitvoering van Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG en (PbEU 2016, L 119) UAVG;
- *Verwerken/verwerking*: alle handelingen uitgevoerd op persoonsgegevens of een geheel van persoonsgegevens, al dan niet via geautomatiseerde procedés, zoals het verzamelen, vastleggen, ordenen, structureren, opslaan, bijwerken, wijzigen, opvragen, raadplegen, gebruiken, verstrekken door middel van doorzending, verspreiden of op andere wijze ter beschikking stellen, aligneren of combineren, afschermen, wissen of vernietigen van persoonsgegevens (art. 4 sub 2 AVG)²

Toepasselijkheid

2.1. Tenzij partijen anders schriftelijk zijn overeengekomen, zijn de bepalingen van deze overeenkomst van toepassing op iedere verwerking die door sub-verwerker op grond van de onderliggende overeenkomst wordt uitgevoerd.

3 Verwerking door de verwerker

In dit hoofdstuk staan de rechten en plichten van de verwerker vermeld.

3.1 Sub-verwerker verwerkt persoonsgegevens ten behoeve van de verwerkingsverantwoordelijke, overeenkomstig diens schriftelijke instructies en onder diens verantwoordelijkheid en op de wijze vastgesteld in onderliggende overeenkomst.

3.2 Sub-verwerker verwerkt de persoonsgegevens slechts in opdracht van verwerkingsverantwoordelijke, behoudens afwijkende wettelijke verplichtingen.

3.3 Sub-verwerker heeft geen zeggenschap over het doel en de middelen voor de verwerking van persoonsgegevens en neemt geen beslissingen over het gebruik van de persoonsgegevens, de verstrekking aan derden en de duur van de opslag van persoonsgegevens.

3.4 Sub-verwerker stelt de verwerker en verwerkingsverantwoordelijke onmiddellijk schriftelijk in kennis indien een instructie naar het redelijk oordeel van sub-verwerker inbreuk oplevert op de toepasselijke privacywetgeving (AVG & UAVG).

3.5 Sub-verwerker stelt op het eerste verzoek van verwerker en verwerkingsverantwoordelijke alle informatie ter beschikking die nodig is om de nakoming van de in deze overeenkomst neergelegde verplichtingen aan te tonen.

3.6 Sub-verwerker dient zorg te dragen voor de naleving van de in deze overeenkomst neergelegde verplichtingen.

3.7 Sub-verwerker verschaft enkel toegang tot de persoonsgegevens aan haar werknemers voor zover dit nodig is voor het verrichten van de diensten op grond van de onderliggende overeenkomst.

3.8 Sub-verwerker mag persoonsgegevens enkel buiten Nederland en de Europese Unie verwerken met voorafgaande schriftelijke toestemming van de verwerker en

verwerkingsverantwoordelijke. De persoonsgegevens die sub-verwerker verwerkt zijn echt niet bedoeld om door te zenden naar het buitenland.

3.9 Sub-verwerker zal de persoonsgegevens niet langer dan de wettelijke toegestane termijn verwerken of langer dan verwerker of verwerkingsverantwoordelijke heeft verzocht, tenzij verwerkingsverantwoordelijke hier uitdrukkelijk schriftelijk toestemming voor heeft gegeven.

4 Verstrekking persoonsgegevens aan derden

4.1 Sub-verwerker zal geen persoonsgegevens aan derden verstrekken of ter beschikking stellen aan een ander, tenzij op grond van een uitdrukkelijke schriftelijke opdracht van de verwerkingsverantwoordelijke of op bevel van een gerechtelijke of bestuurlijke instantie, op voorwaarde dat sub-verwerker in dat geval verwerkingsverantwoordelijke uiterlijk 24 uur na ontvangst van een dergelijk bevel daarvan in kennis stelt, om verwerkingsverantwoordelijke zodoende in staat te stellen daartegen een haar ter beschikking staand rechtsmiddel in te stellen.

4.2 Indien sub-verwerker van oordeel is dat zij op grond van een wettelijke verplichting persoonsgegevens ter beschikking dient te stellen aan een daartoe bevoegde instantie zal zij daartoe niet overgaan, dan na overleg met goedkeuring van de verwerker en verwerkingsverantwoordelijke. Zij zal de verwerker en verwerkingsverantwoordelijke zo spoedig mogelijk schriftelijk in kennis stellen van de wettelijke verplichting en daarbij alle relevante informatie verstrekken die verwerker en verwerkingsverantwoordelijke redelijkerwijs nodig hebben om de benodigde maatregelen te treffen om te bepalen of verstrekking kan plaatsvinden en, zo ja, onder welke voorwaarden.

5 Verzoeken van betrokkenen

5.1 Sub-verwerker dient verwerker en verwerkingsverantwoordelijke in kennis te stellen van alle verzoeken die rechtstreeks van betrokkenen zijn ontvangen met betrekking tot de rechten van betrokkenen op grond van de toepasselijke privacywetgeving, waaronder maar niet beperkt tot verzoeken tot inzage, rectificatie, wissen, beperking van de verwerking of overdracht van de persoonsgegevens. Verwerker geeft aan een dergelijk verzoek alleen gevolg indien verwerkingsverantwoordelijke verwerker daartoe schriftelijk opdracht heeft gegeven.

5.2 Sub-verwerker handelt alle verzoeken om inlichtingen van verwerkingsverantwoordelijke met betrekking tot de verwerking van de persoonsgegevens vlot en behoorlijk af.

6 Medewerking sub-verwerker

6.1 Sub-verwerker zal de verwerker en verwerkingsverantwoordelijke medewerking verlenen bij het doen nakomen van de verplichtingen om:

- Verzoeken van betrokkenen met betrekking tot de uitoefening van rechten van betrokkenen op grond van de toepasselijke privacywetgeving;
- Passende, technische en organisatorische maatregelen te nemen om een op het risico afgestemd beveiligingsniveau te waarborgen;
- Datalekken te melden aan toezichthouder en de betrokkenen;
- Een gegevensbeschermingeffectbeoordeling (DPIA) uit te voeren;

- De toezichthouder te raadplegen voorafgaand aan een verwerking die een hoog risico met zich meebrengt.

7 Inschakelen derden door sub-verwerker

7.1 Het is sub-verwerker niet toegestaan om persoonsgegevens te delen met derden.

8 Geheimhouding

8.1 Sub-verwerker zal de persoonsgegevens en andere informatie, verkregen van de verwerker en verwerkingsverantwoordelijke, strikt geheimhouden, waarbij zij minstens eenzelfde mate van zorg zal betrachten ten aanzien van de bescherming van haar eigen informatie van zeer vertrouwelijke aard. Sub-verwerker zal de persoonsgegevens of andere informatie, verkregen van de verwerker of verwerkingsverantwoordelijke, niet openbaar maken, distribueren, verstrekken, of op andere wijze bekend maken aan andere personen.

9 Meldplicht datalekken

9.1 Sub-verwerker dient verwerker en verwerkingsverantwoordelijke onverwijld, en uiterlijk 24 uur nadat verwerker ervan kennis heeft verkregen, in kennis stellen van iedere inbreuk op de beveiliging (van welke aard dan ook!) die (mede) betrekking heeft of kan hebben op de verwerking van persoonsgegevens.

9.2 Sub-verwerker dient verwerker en verwerkingsverantwoordelijke in ieder geval informatie te verstrekken over het volgende:

- De aard van de inbreuk, waar mogelijk onder vermelding van de categorieën van betrokkenen in kwestie en, bij benadering, het aantal betrokkenen in kwestie;
- De (mogelijk) getroffen persoonsgegevens en, bij benadering, het aantal getroffen persoonsgegevens in kwestie;
- De vastgestelde en verwachte gevolgen van de inbreuk voor de verwerking van de persoonsgegevens en de daarbij betrokken personen;
- De maatregelen die verwerker heeft getroffen en zal treffen om de inbreuk aan te pakken, waaronder, in voorkomend geval, de maatregelen ter beperking van de eventuele negatieve gevolgen van de inbreuk.

9.3 Sub-verwerker erkent dat verwerkingsverantwoordelijke onder omstandigheden wettelijk verplicht is om de inbreuk op de beveiliging (van welke aard dan ook!) die (mede) betrekking heeft of kan hebben op de persoonsgegevens die verwerker verwerkt, aan betrokkenen en/of autoriteiten te melden. Een dergelijke melding door verwerkingsverantwoordelijke zal nimmer als tekortkoming in de nakoming van deze overeenkomst of onderliggende overeenkomst of anderszins als onrechtmatige handeling worden beschouwd.

9.4 Sub-verwerker zal alle maatregelen treffen die nodig zijn om de (mogelijke) schade van een inbreuk op de beveiliging te beperken en zal verwerkingsverantwoordelijke ondersteunen bij meldingen aan betrokkenen en/of autoriteiten.

10 Beveiligingsmaatregelen en inspectie

10.1 Sub-verwerker zal conform artikel 32 AVG alle passende, technische en organisatorische maatregelen op persoonsgegevens te beveiligen tegen verlies of enige vorm van onrechtmatige verwerking. Deze maatregelen garanderen een passend beveiligingsniveau gelet op de stand van de techniek, uitvoeringskosten, alsook gelet op de aard, de omvang, context en verwerkingsdoeleinden en de qua waarschijnlijkheid en ernst uiteenlopende risico's die verwerking van de persoonsgegevens die verwerker verwerkt met zich meebrengen voor de rechten en vrijheden van betrokkenen.

10.2 Sub-verwerker dient verwerker en verwerkingsverantwoordelijke te informeren indien één van de beveiligingsmaatregelen wijzigt.

10.3 Sub-verwerker staat toe dat verwerkingsverantwoordelijke de naleving van de beveiligingsmaatregelen door sub-verwerker inspecteert of dat op verzoek van verwerkingsverantwoordelijke de gegevensverwerkingsfaciliteiten van sub-verwerker door een verwerkingsverantwoordelijke aan te wijzen onderzoeksinstantie worden geïnspecteerd in verband met verwerkingsactiviteiten die onder deze overeenkomst vallen: de inspectie. De inspectie wordt uitgevoerd door een onderzoeksinstantie die naar redelijk oordeel van verwerkingsverantwoordelijke neutraal en deskundig is. Verwerkingsverantwoordelijke draagt zorg dat de onderzoeksinstantie verplicht is tot geheimhouding van haar bevindingen tegenover derden.

10.4 De verwerkingsverantwoordelijke zal alle kosten, vergoedingen en onkosten, in verband met de inspectie, betalen met inbegrip van redelijke door sub-verwerker gemaakte interne kosten.

10.5 Verwerkingsverantwoordelijke zal sub-verwerker een exemplaar van het rapport van de inspectie sturen.

11 Verplichtingen verwerkingsverantwoordelijke

11.1 Verwerkingsverantwoordelijke is ten aanzien van de verwerking van persoonsgegevens krachtens deze overeenkomst de "verwerkingsverantwoordelijke" zoals omschreven in artikel 4 sub 7 AVG.

11.2 Verwerkingsverantwoordelijke gaat ermee akkoord en staat ervoor in dat de verwerking van de persoonsgegevens overeenkomstig deze overeenkomst in overeenstemming is met de toepasselijke privacywetgeving.

12 Aansprakelijkheid

12.1 Sub-verwerker is aansprakelijk voor alle schade voortvloeiende uit of verband houdend met het niet-nakomen van deze overeenkomst dan wel handelen in strijd met de toepasselijke privacywetgeving.

12.2 Sub-verwerker vrijwaart verwerkingsverantwoordelijke tegen uitspraken van derden, waaronder betrokkenen, in verband met het toerekenbaar tekortschieten van sub-verwerker in de nakoming van de overeenkomst of overtreding door sub-verwerker van de toepasselijke privacywetgeving en zal daarmee verband houdende en daaruit vloeiende kosten (waaronder mede begrepen kosten van juridisch bijstand door een jurist of advocaat) en schade van verwerkingsverantwoordelijke vergoeden.

13 Beëindiging

13.1 De overeenkomst is voor onbepaalde tijd aangegaan en eindigt op het tijdstip dat onderliggende overeenkomst eindigt. Partijen kunnen deze datum overeenkomen.

13.2 Onverminderd andersluidende schriftelijke opdracht van verwerkingsverantwoordelijke zal sub-verwerker in geval van beëindiging van de overeenkomst onverwijld alle aan haar ter beschikking gestelde persoonsgegevens aan verwerker en verwerkingsverantwoordelijke retourneren en alle digitale kopieën van persoonsgegevens vernietigen en aan verwerker en verwerkingsverantwoordelijke verklaren en bewijzen dat zij dit heeft uitgevoerd. Indien naar het redelijk oordeel van sub-verwerker een zelfstandige wettelijke verplichting van sub-verwerker het geheel of gedeeltelijk retourneren of vernietigen van de persoonsgegevens door sub-verwerker verbiedt of beperkt zal zij verwerker en verwerkingsverantwoordelijke zo spoedig mogelijk schriftelijk in kennis stellen van de wettelijke verplichting en zal daarbij alle relevante informatie verstrekken die verwerker en verwerkingsverantwoordelijke redelijkerwijs nodig hebben om te bepalen of vernietiging van de persoonsgegevens moet geschieden. Is verwerkingsverantwoordelijke van oordeel dat vernietiging niet mag plaatsvinden, dan zal hij sub-verwerker daarvan schriftelijk op de hoogte stellen. Sub-verwerker garandeert in dat geval de vertrouwelijkheid van de persoonsgegevens jegens verwerkingsverantwoordelijke en zal de persoonsgegevens niet verwerken ter voldoening aan haar bovenbedoelde wettelijke verplichting of na schriftelijke opdracht van verwerkingsverantwoordelijke.

14 Overdracht rechten en plichten

Deze overeenkomst en de rechten en verplichtingen uit deze overeenkomst kunnen door sub-verwerker niet aan derden worden overgedragen zonder de voorafgaande schriftelijke toestemming van verwerkingsverantwoordelijke.

15 Deelbaarheid

15.1 Indien één of meer bepalingen van deze overeenkomst niet rechtsgeldig blijken te zijn, zal de overeenkomst voor het overige (wel rechtsgeldige) van kracht blijven. Partijen zullen over bepalingen, welke niet rechtsgeldig zijn, overleg plegen, teneinde een vervangende regeling te treffen die wel rechtsgeldig is en zoveel mogelijk aansluit bij de strekking van de te vervangen regeling.

16 Toepasselijkheid recht en geschillen

16.1 Nederlands recht is van toepassing op deze overeenkomst.

16.2 Alle geschillen voortvloeiende uit of samenhangende met deze overeenkomst zullen uitsluitend worden voorgelegd aan de bevoegde rechter te..... (relatieve bevoegdheid rechter)

Aldus is overeengekomen en in tweevoud ondertekend op:

..... (Datum) (Plaats)

Verwerker

X

Sub-verwerker

(NAAM SUB-VERWERKER)

BIJLAGE I

Sub-verwerker verwerkt ten behoeve van verwerkingsverantwoordelijke de volgende persoonsgegevens van klanten van (NAAM BEKENDE KRANT):

- Naam;
- Adres;
- Woonplaats;
- IBAN-nummer;
- Telefoonnummer;
- Geboortedatum
- Email;

De gewone persoonsgegevens van de klanten van verwerkingsverantwoordelijke die door sub-verwerker worden verwerkt, zodat de klant tijdig en correct gebruik kan maken van het krantenabonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT).

De verwerking van deze persoonsgegevens is noodzakelijk en kan gebaseerd worden op de volgende grondslagen:

I Ter uitvoering van de overeenkomst: klanten geven hun toestemming voor het gebruik van hun persoonsgegevens, zodat klanten gebruik kunnen maken van het abonnement op de (NAAM BEKENDE KRANT) en dus de overeenkomst ter uitvoering kan worden gebracht.

BRONNENLIJST

Literatuurlijst

Handboeken

- **Engelfriet, Kager & Meij 2017**
A. Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *De Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming. Artikelsgewijs commentaar*, Amsterdam: Ius Mentis 2017
- **Engelfriet, Kager & Meij 2018**
Engelfriet, P. Kager & L. Meij, *Handboek AVG Compliance in de praktijk*, Amsterdam: Ius Mentis 2018
- **Fennel, Kroes, Koppejan, en Thier 2016**
S. Fennel, R. Kroes, F. Koppejan en A. Thier, *Privacy wetgeving*, Oisterwijk: Wolf Legal Publishers 2016
- **Van den Eijnden, Jansen, Van den Bosch & Van de Plas 2018**
L. van den Eijnden, S. Jansen, R. van den Bosch & I. van de Plas, *De AVG alles wat u moet weten over de verwerking van persoonsgegevens*, Alphen aan den Rijn: Vakmedianet 2018

Krantenartikel

- **Volkskrant, 29 januari 2019**
N. Waarlo, "Uber krijgt boete voor verzwijgen groot datalek: hackers konden bij gegevens van 57 miljoen gebruiker" De Volkskrant, 27 november 2018

Scriptie

- **Van Schie 2015**
D. van Schie, *Profileren in de Algemene Verordening Gegevensbescherming; Meer bescherming of vol schijnwaarborgen?*, 31 juli 2015.

Internetbronnen

- "Over ons". Bezocht op 19 februari 2019 <https://X.nl/overons/> (zoek op: over ons)
- "Bijna 10.000 mensen dienen privacyklacht bij autoriteit persoonsgegevens in". 13 december 2018. Bezocht op 20 februari 2019 (zoek op: privacyklacht) <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/bijna-10000-mensen-dienen-privacyklacht-bij-autoriteit-persoonsgegevens#subtopic-5805> (zoek op: klacht privacy)
- "AP biedt duidelijkheid over direct marketing". 4 oktober 2018. Bezocht op 1 mei 2019. <https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/ap-biedt-duidelijkheid-over-direct-marketing>
- "Over DDMA" Bezocht op 1 mei 2019 <https://ddma.nl/over-ddma/> (zoek op: over DDMA)

- "AP biedt duidelijkheid over direct marketing". 4 oktober 2018.
<https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/nieuws/ap-biedt-duidelijkheid-over-direct-marketing> (zoek op: direct marketing)

Regelgeving

- *Gedragscode voor Fieldmarketing (GFM)*, DDMA 15 januari 2015
- Groep gegevensbescherming artikel 29, *Advies 4/2007 over het begrip persoonsgegevens*, 01248/07/NL WP136
- Groep gegevensbescherming artikel 29, *Richtsnoeren inzake toestemming overeenkomstig Verordening 2016/679*, 17/NL WP259 versie 01
- Groep gegevensbescherming artikel 29, *Advies 1/2010 over de begrippen "voor de verwerking verantwoordelijke" en "verwerker"*, 00264/10/NL
- *Nederlandse Gedragscode voor het gebruik van Persoonsgegevens in het kader van direct marketing (NGP)*, DDMA 7 juli 2016
- *Reclame Code voor Fieldmarketing (CFM)*, DDMA 15 januari 2015
- Staatscourant, *Beleidsregels cameratoezicht, College bescherming persoonsgegevens*, 2016, 4971

Overig

- B.W. Schermer, D. Hagenauw, en N. Falot 'Handleiding Algemene Verordening Persoonsgegevensbescherming en Uitvoeringswet AVG'

Interviews

- Dhr. X (assistent-vestigingsmanager X)
- Dhr. X (captain)
- Dhr. X (captain)
- Dhr. X (promoter)
- Dhr. X (promoters)
- Dhr. X (operationeel manager)
- Jurist (NAAM BEKENDE KRANT)