

# De weg naar privacy, als integraal onderdeel van de bedrijfsvoering



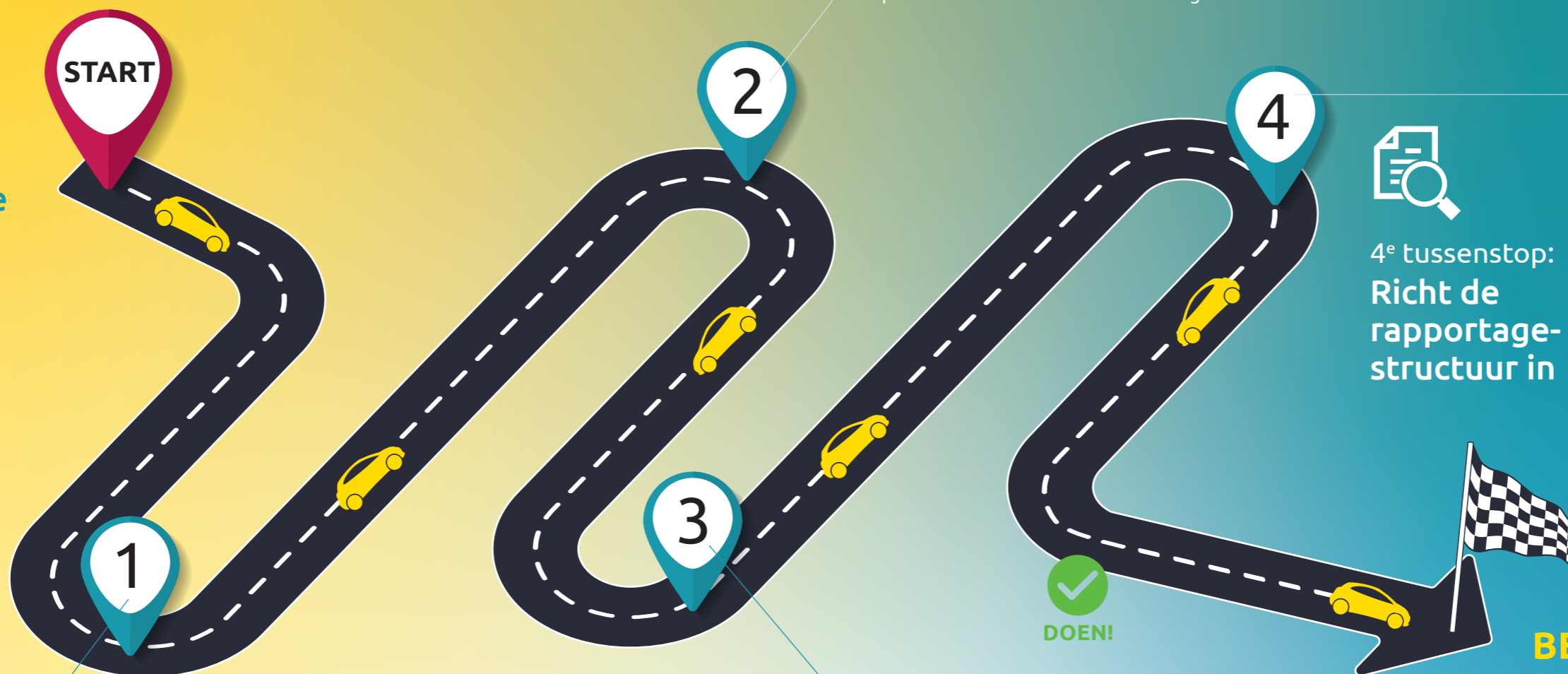
2<sup>e</sup> tussenstop:  
**Wie, wat en wanneer?**

Bepaal eerst **wie** er geïnformeerd wil worden over de stand van zaken rondom privacy en informatiebeveiliging. Denk hierbij aan bestuurders, managers, de Functionaris voor Gegevensbescherming, een wethouder of een de afdeling Interne Controle.

Stel vervolgens vast **wat** uw stakeholders precies willen weten. Welke informatiebehoefte heeft iedere stakeholder. U wilt immers maatwerk leveren!

Vraag uw stakeholder **wanneer** en hoe vaak (wekelijks, maandelijks, per kwartaal?) zij gerapporteerd willen worden en bepaal de frequentie van uw informatievoorziening.

Start:  
na 3 jaar  
AVG staat je  
privacyhuis



1<sup>e</sup> tussenstop:  
**De basis op orde**

Controleer eerst of u de basis op orde heeft.

Stel uzelf ten minste de volgende vragen:

1. Heeft u een privacy- en informatiebeveiligingsbeleid?
2. Is er een privacy functionaris aangesteld?
3. Is er een goed gevuld register van verwerkingsactiviteiten?
4. Zijn de noodzakelijk Data Protection Impact Assessments (DPIA's) uitgevoerd?
5. Beschikt u over een datalekprotocol?
6. Zijn er verwerkersovereenkomsten afgesloten met alle verwerkers?
7. Kunnen betrokkenen hun rechten uitoefenen?
8. Zijn medewerkers zich bewust van privacy?

Een stevig huis begint bij een goed fundament. Dus heeft u op alle vragen 'Ja' geantwoord, rij door naar de 2<sup>e</sup> tussenstop. Zo nee, breng eerst de basis op orde! Hoe? Neem gerust even contact met op met ons, we helpen u graag verder.



3<sup>e</sup> tussenstop:  
**Bepaal uw metrics**

Op basis van de informatiebehoefte van uw stakeholders kunt u bepalen welke metrics u nodig heeft. Denk hierbij aan:

- Het aantal datalekken en de aard van het datalek.
- Het percentage verwerkingen dat is geactualiseerd en nog gevalideerd moet worden.
- Het aantal risicovolle verwerkingen.
- Het aantal DPIA's dat nog uitgevoerd moet worden.
- Het risicoprofiel van nog openstaande acties.
- Het aantal verzoeken van betrokkenen.
- De termijn waarbinnen verzoeken van betrokkenen zijn afgehandeld.
- ...

De voorbeelden zijn slechts een kleine greep uit de vele mogelijkheden. Die zijn eindeloos. Maar, let op! Waak ervoor dat je metrics relevantie hebben. Gebruik er vooral niet teveel en maak het niet te complex. Hoe overzichtelijker en begrijpelijker, hoe effectiever de informatievoorziening. Dan bereikt u uw stakeholders het beste.



4<sup>e</sup> tussenstop:  
**Richt de rapportage-structuur in**

Als laatste stel je vast hoe, dus in welke vorm, uw stakeholders de informatie willen ontvangen. Bedenk dat je periodiek de cijfers ergens vandaan moet halen en moet gebruiken. Ga je Excel gebruiken of maak je de rapportage liever in Power-Point of Power BI? Maar je kunt ook denken aan tooling, waaruit automatisch en real-time dashboards kunnen worden gegenereerd. Kortom, alles is mogelijk. Welke manier je ook kiest, zorg dat je een bestendige manier hebt.

**BESTEMMING  
BEREIKT!**

Nadat je de hele weg hebt afgelegd, heeft u privacy een integraal onderdeel gemaakt van de bedrijfsvoering. Het onderhoud van privacy is een stuk makkelijker geworden!

**VERDONCK  
KLOOSTER &  
ASSOCIATES**