



Op weg naar 25 mei 2018

Weten is willen

De kennis en behoeften
van Nederlanders ten
aanzien van de nieuwe
Europese privacywet

Cyber & Privacy
KPMG Advisory N.V.

kpmg.nl

82% van de Nederlanders is niet op de hoogte van de nieuwe privacywetgeving

Per 25 mei 2018 wordt een nieuwe wet binnen de EU van kracht: de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Een wet met grote consequenties voor organisaties, bedrijven en burgers.

KPMG ondersteunt een groot aantal organisaties om op tijd te voldoen aan de nieuwe privacynormen. Vanuit deze context vroegen wij ons af in hoeverre de gemiddelde Nederlander al op de hoogte is van deze wetgeving en de rechten die hiermee samenhangen, als ook op welke manier de Nederlander naar deze materie kijkt.

Reden voor ons om te onderzoeken hoe het met de kennis van de AVG gesteld is, en wat de behoeften van burgers op het gebied van bescherming van persoonsgegevens zijn.

Samenvattend: het blijkt dat minder dan 20% van de Nederlanders op de hoogte is van de nieuwe privacywetgeving die op 25 mei 2018 van kracht wordt.

Hoewel de bekendheid met de AVG beperkt is, vindt een ruime meerderheid van de Nederlanders het van groot belang dat hun privacy in de hele Europese Unie op eenzelfde wijze beschermd wordt.

Ruim 80% vindt dat overheden en bedrijven nieuwe diensten die zij op de markt brengen privacy-proof zouden moeten aanbieden.

Enmaal bekend met de nieuwe privacyrechten, zegt zeker 50% van de Nederlandse burgers gebruik te zullen gaan maken van deze rechten.

Kortom, voor de burger geldt: van de rechten weten die de AVG biedt, betekent er gebruik van willen maken. En dat is weer belangrijk om te weten voor elke organisatie die persoonsgegevens verwerkt (bijna iedere organisatie in Nederland).

In dit rapport vindt u de belangrijkste bevindingen op een rij.



Koos Wolters

**Partner Cyber & Privacy
KPMG Advisory N.V.**

Inhoudsopgave

De opmerkelijkste cijfers	4
Wat betekent de AVG voor de burger?	5
Veranderingen die de AVG met zich meebrengt	6
Wat weten Nederlanders van de wetgeving?	7
Consequenties voor organisaties	8
Privacy in de zorg: WhatsApp doc?	10
Big brother is using your data	12
Hoe gevoelig zijn we over gevoelige gegevens?	14
Het belang van een goede reputatie	15
Kinderen en online privacy	17
Veiligheid boven privacy	18
Over het onderzoek	20
Wat doet KPMG op het gebied van privacy?	21
Over KPMG	22
We houden contact	23

De opmerkelijkste cijfers



82% weet niet wat de nieuwe privacywetgeving inhoudt.



Seksuele voorkeur, etnische achtergrond en geloofsovertuiging worden niet als bijzondere persoonsgegevens beschouwd.



85% wil dat bedrijven en overheden boetes krijgen, als ze de privacy van burgers schenden.



52% waardeert het niet als websites persoonsgegevens op basis van aankopen opslaan en gebruiken.



50% zegt van de nieuwe privacyrechten gebruik te gaan maken.



Bijna 80% vindt het erg als organisaties zonder toestemming persoonlijke gegevens doorgeven aan derde organisaties.



28% maakt zich zorgen over de privacy van zijn of haar eigen medische persoonsgegevens.



85% maakt zich zorgen over de online bescherming van persoonsgegevens van zijn of haar kinderen.



53% weet wie er toegang heeft tot zijn of haar medische gegevens. 90% heeft nog nooit het eigen patiëntendossier ingezien.



46% is bereid privacy in te leveren voor meer veiligheid.



33% heeft geen goed overzicht van welke persoonsgegevens verwerkt worden door bedrijven en overheden.



44% wil privacy niet opgeven voor uitgebreidere mogelijkheden tot handhaving van criminaliteit.

Wat betekent de AVG voor de burger?

De AVG biedt burgers meer bescherming van persoonsgegevens en rechten om voor zichzelf op te komen bij de verwerking van hun persoonsgegevens door bedrijven en organisaties.




De AVG bepaalt onder welke voorwaarden bedrijven en organisaties persoonsgegevens van burgers mogen verwerken en op welke wijze deze gegevens vastgelegd moeten worden.

Organisaties moeten bovendien kunnen aantonen dat de verwerking van de gegevens rechtmatig is of dat toestemming is verkregen om de gegevens te verwerken.

Verder krijgen burgers het recht om organisaties te vragen alle persoonlijke gegevens te verwijderen (recht op vergetelheid), het recht om persoonlijke gegevens in te zien (recht op inzage) en het recht om van organisaties persoonsgegevens in een standaardformaat te ontvangen (recht op overdraagbaarheid).

Organisaties die zich vanaf 25 mei 2018 niet houden aan de nieuwe privacyregels, bijvoorbeeld door het schenden van het recht op inzage, vergetelheid of overdraagbaarheid, riskeren hoge boetes.

Veranderingen die de AVG met zich meebrengt voor organisaties

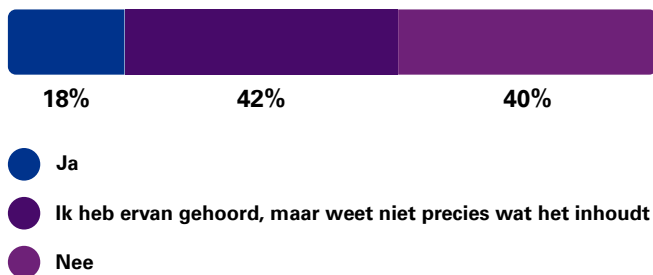
	Wbp* (huidige wetgeving)	AVG (vanaf 25 mei 2018)
 <p>RECHTEN BETROKKENEN</p>	Beperkte rechten	Uitbreiding en verdieping van de rechten met recht op vergetelheid en recht op overdraagbaarheid
 <p>BEVEILIGING PERSOONS-GEGEVENS</p>	Beveiliging moet 'voldoende' zijn	Strengere maatregelen, zoals specifieke vereisten omtrent versleuteling van persoonsgegevens
 <p>BOETES</p>	Boete van max. € 820.000 of 10% jaaromzet	Boete van max. € 20.000.000 of 4% wereldwijde omzet
 <p>BIJZONDERE PERSOONS-GEGEVENS</p>	Extra gevoelige persoonsgegevens (onder andere godsdienst, politieke gezindheid, en strafrechtelijke persoonsgegevens) mogen niet zomaar verwerkt worden	DNA wordt specifiek opgenomen. Biometrische gegevens worden ook gezien als gevoelige gegevens
 <p>FUNCTIONARIS VOOR GEGEVENS-BESCHERMING</p>	Functie is toegelicht, maar is geen verplichting	Wordt verplicht voor overheidsorganisaties en organisaties met grootschalige verwerking van persoonsgegevens
 <p>GEGEVENS-BESCHERMINGS-EFFECT-BEOORDELING</p>	Geen specifieke vereisten	Verplicht wanneer hoge risico's zijn verbonden aan verwerking van persoonsgegevens

*Wet bescherming persoonsgegevens

Wat weten Nederlanders van de wetgeving?

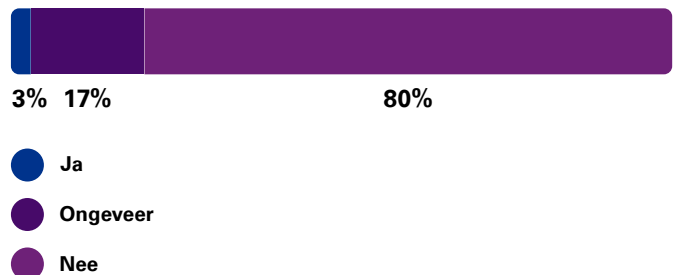
Bijna de helft van de Nederlanders heeft geen idee dat er een nieuwe privacywetgeving van kracht wordt.

Bent u ervan op de hoogte dat de AVG in werking treedt?



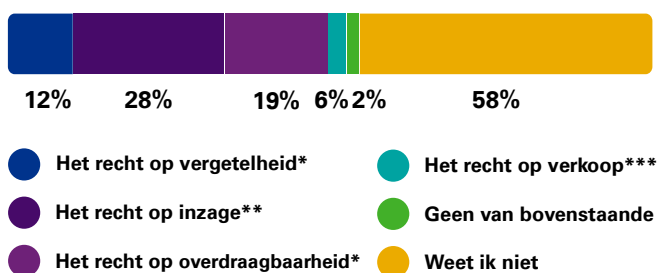
...laat staan dat ze weten hoe ze van deze nieuwe privacyrechten gebruik kunnen maken. **80%** heeft geen idee.

Weet u hoe u gebruik moet maken van deze privacyrechten?

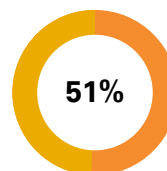


De meeste Nederlanders weten ook niet welke privacyrechten vanaf 25 mei 2018 nieuw zijn...*

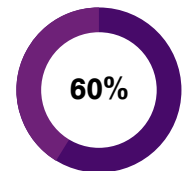
Welke van onderstaande rechten zijn nieuwe AVG-privacyrechten?



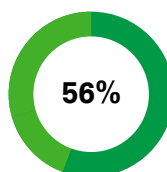
Echter, wat zou er gebeuren als de ondervraagden wel zouden weten welke privacyrechten ze hebben? In dat geval wil de meerderheid er gebruik van maken. **51%** zegt gebruik te gaan maken van het recht op vergetelheid, **60%** van het recht op inzage, **56%** van het recht op overdraagbaarheid en **59%** van het recht op rectificatie.



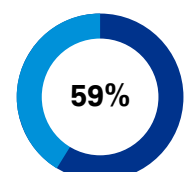
Recht op vergetelheid



Recht op inzage



Recht op overdraagbaarheid



Recht op rectificatie

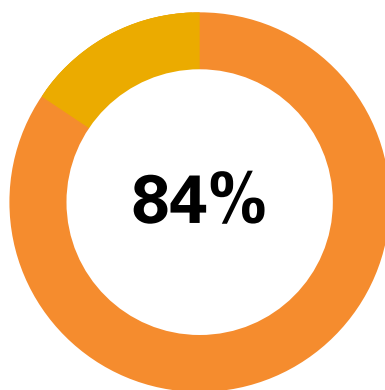
*: Nieuw recht zoals beschreven in de AVG

** : Bestaand recht zoals beschreven in de Wbp

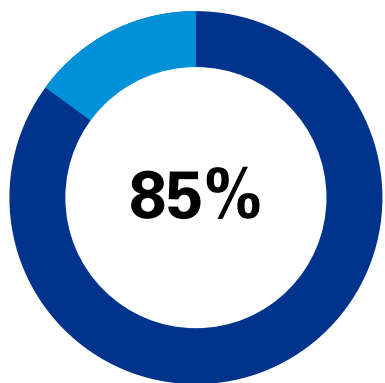
***: Fictieel recht (bestaat niet)

Behoefte aan privacy heeft consequenties voor organisaties

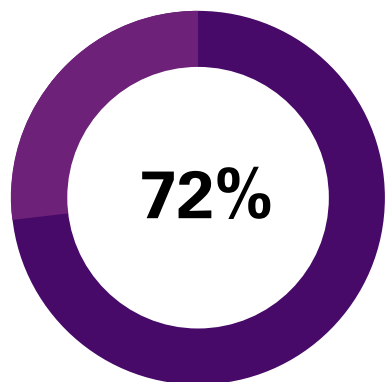
De AVG geeft burgers de mogelijkheid om gebruik te maken van nieuwe privacy-rechten, maar heeft ook gevolgen voor de manier waarop burgers willen dat organisaties met hun persoonsgegevens omgaan en welke repercussies ze eisen als dat niet privacy-proof gebeurt.



84% van de Nederlanders vindt het belangrijk dat bedrijven en overheden nieuwe diensten privacy-proof maken.



85% van de Nederlanders vindt het belangrijk dat bedrijven en overheden boetes krijgen als ze hun privacy schenden.



72% van de Nederlanders denkt dat hoge boetes bedrijven en overheden ertoe zullen zetten om zorgvuldig met hun privacy om te gaan.



Het is opvallend dat de meerderheid van de Nederlanders hun privacy wel belangrijk vindt, maar geen kennis heeft van de mogelijke manieren die zij hebben om hun privacy te waarborgen.

Als ze deze kennis wel hebben denken ze zeker van deze rechten gebruik te gaan maken.

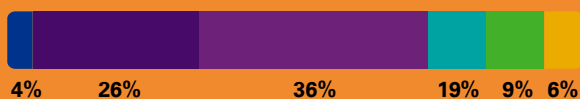
Privacy in de zorg: WhatsApp doc?

De zorg. Een wereld waarin alles draait om vertrouwen. Het is daarom niet verwonderlijk dat de omgang met (bijzondere) persoonsgegevens door zorginstellingen één van de meest besproken privacyvraagstukken is.

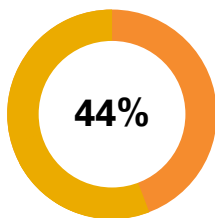
Wat blijkt: relatief weinig mensen maken zich zorgen over hun privacy als het gaat om medische persoonsgegevens. De grootste groep (36%) staat relatief neutraal tegenover dit onderwerp.

Slechts 28% van de Nederlanders maakt zich zorgen over de privacy van hun medische persoonsgegevens.

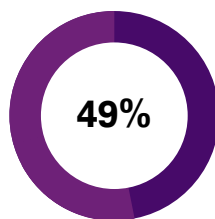
Ik maak me zorgen over de privacy van mijn medische persoonsgegevens



Veel onwetendheid omtrent de bescherming van eigen persoonsgegevens in de zorg.



44% van de Nederlanders denkt dat hun bijzondere persoonsgegevens goed worden beschermd door hun huisarts. Voor ziekenhuizen is dat percentage **41%**.

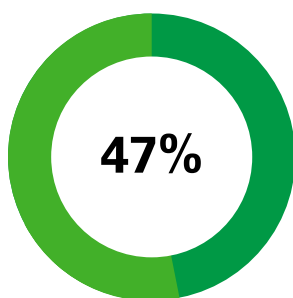
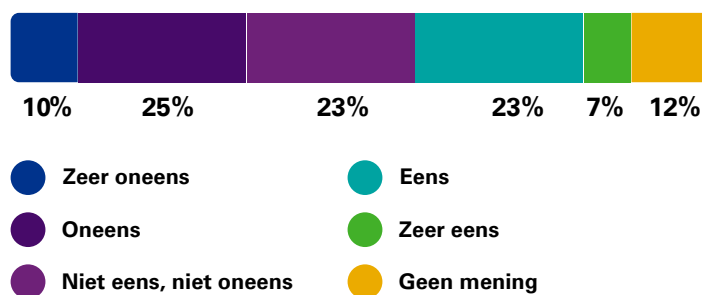


Daar staat tegenover dat **49%** 'niet eens / niet oneens' en 'weet niet / geen mening' antwoordt (bij ziekenhuizen **50%**), wat erop duidt dat de helft van de mensen eigenlijk niet weet of hun bijzondere persoonsgegevens goed worden beschermd.

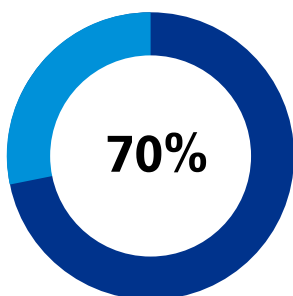
Er zijn meer mensen die niet weten wie er toegang heeft tot hun elektronisch patiëntendossier (EPD) (35%) dan mensen die dit wel weten (30%).

Maar liefst 90% van de Nederlanders heeft nog nooit het eigen EPD ingezien.

Ik weet wie er toegang heeft tot mijn EPD



47% van de Nederlanders – onder wie vooral jongeren – accepteert niet dat een arts foto's via WhatsApp deelt met een collega voor bijvoorbeeld een second opinion.



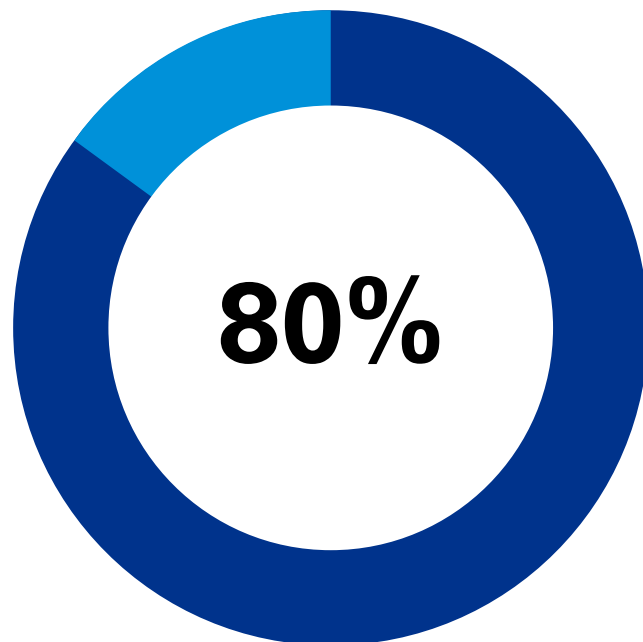
70% vindt dat je een gesprek met een arts zou moeten kunnen opnemen, om het te kunnen terugluisteren. Hierbij realiseren ze zich wellicht niet dat ze zeer gevoelige persoonsgegevens op hun telefoon bij zich dragen of uploaden naar de cloud.

Big brother is using your data

Mensen vinden het belangrijk om te weten waarom persoonsgegevens worden verzameld en verwerkt. Tegelijkertijd weten ze eigenlijk niet wie welke persoonsgegevens van hen verzamelt en verwerkt.

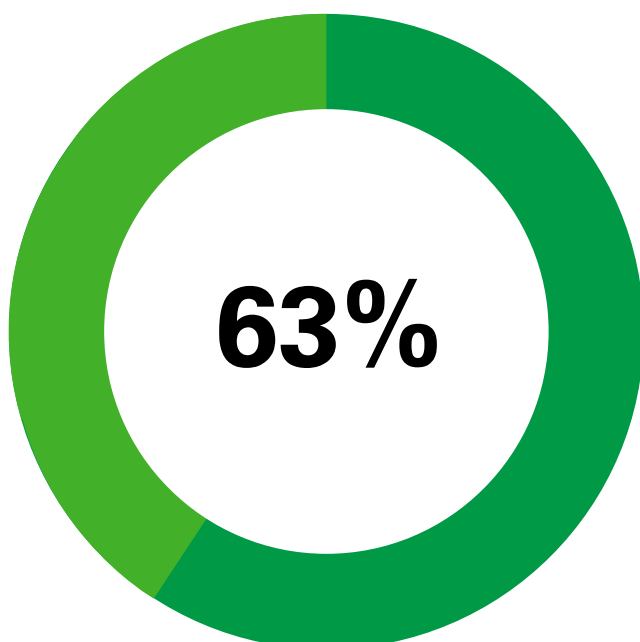
We willen weten wie wat verzamelt...

Meer dan **80%** van de Nederlanders vindt dat bedrijven en instanties die beschikken over bijzondere persoonsgegevens dit duidelijk moet vermelden.



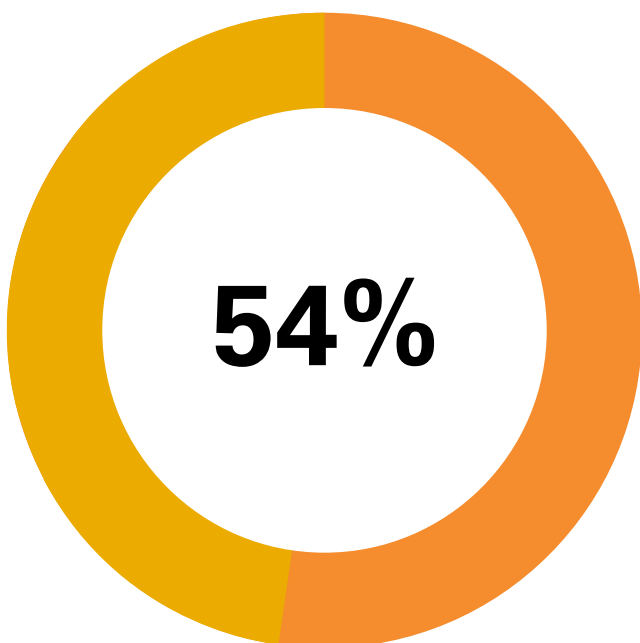
...maar we hebben geen goed overzicht...

Maar liefst **63%** van de ondervraagden geeft aan geen goed overzicht te hebben welke persoonsgegevens verzameld en verwerkt worden door bedrijven en overheden (waarvan **30%** überhaupt geen antwoord weet te geven op deze vraag).



...en we hebben goede redenen nodig om gegevens te delen.

54% van de ondervraagden geeft aan dat de bereidheid persoonsgegevens te delen afhankelijk is van de reden waarom de persoonsgegevens worden verzameld. **15%** geeft zelfs aan dit heel erg belangrijk te vinden.



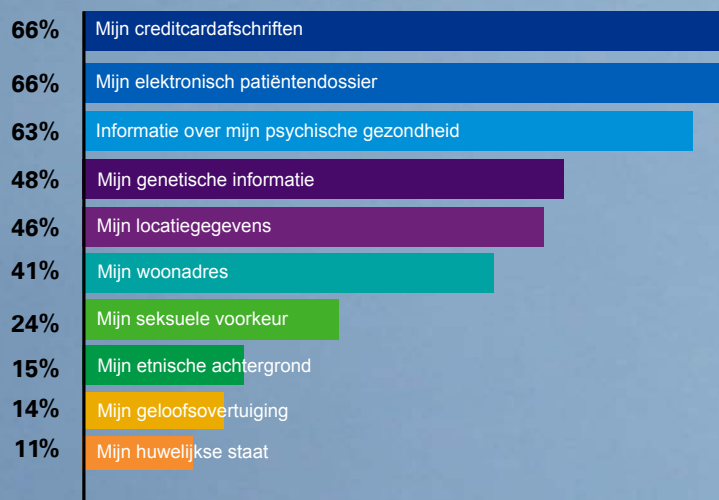
Hoe gevoelig zijn we over gevoelige gegevens?

Opvallend is dat seksuele voorkeur, etnische achtergrond en geloofsovertuiging door de meeste Nederlanders niet als gevoelige persoonsgegevens worden aangemerkt.

Opmerkelijk, omdat juist deze gegevens volgens de AVG wel als gevoelig worden bestempeld, en extra bescherming krijgen. De verwerking ervan brengt namelijk extra risico's met zich mee voor de grondrechten en fundamentele vrijheden van individuen.

En over gevoelige gegevens gesproken: slechts **30%** van de ondervraagden zou het heel erg vinden als zijn of haar EPD op straat komt te liggen.

Welke van de volgende gegevens zou u aanmerken als bijzondere (extra gevoelige) persoonsgegevens?



Het belang van een goede reputatie

Voor bedrijven wordt, met de komst van de nieuwe privacywetgeving, een goede reputatie op het gebied van bescherming van persoonsgegevens van groot belang. Dat kan voordeel opleveren, namelijk dat consumenten bereidwilliger zijn om persoonsgegevens met hen te delen.

57% van de Nederlanders is bereid om persoonsgegevens te delen afhankelijk van de reputatie van het bedrijf.

We gaan voor gemak, maar vooral voor veiligheid

94% van de ondervraagden heeft een smartphone. Meer dan de helft van hen gebruikt applicaties die het dagelijks leven vergemakkelijken.

Echter, bij het gebruik van dergelijke applicaties vindt men veiligheid en privacy veel belangrijker dan gemak.



PRIVACY

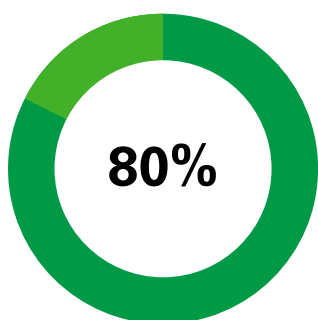


VEILIGHEID

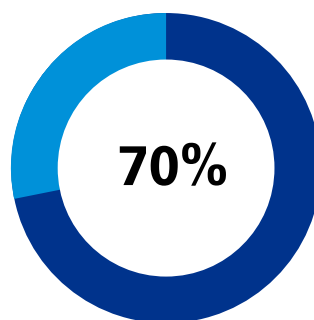


GEMAK

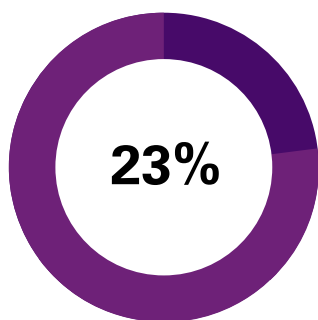
	Meest belangrijk	Gemiddeld	Minst belangrijk
PRIVACY	41%	44%	15%
VEILIGHEID	46%	45%	9%
GEMAK	13%	11%	76%



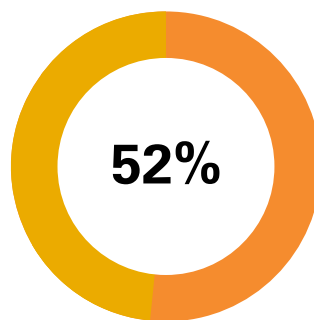
80% wil niet dat organisaties zonder toestemming persoonlijke gegevens doorgeven aan andere organisaties, voor bijvoorbeeld aanbiedingen. Zo'n 40% heeft dit wel eens meegemaakt.



70% van de mensen laat de bereidheid om gegevens te delen afhangen van de reden waarom en de wijze waarop de persoonsgegevens verwerkt worden.



Slechts 23% van de ondervraagden deelt graag privégegevens voor meer gemak of voordeel.



52% vindt het niet prettig dat websites aanbevelingen doen op basis van eerdere aankopen. Slechts 17% kan dit wel waarderen.

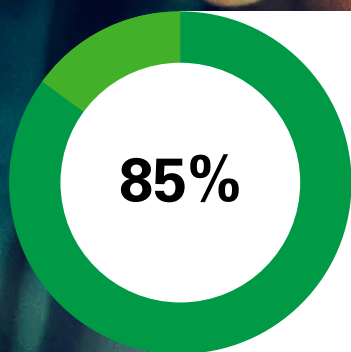
52% van de ondervraagden kan het niet waarderen als websites hun gegevens van aankopen opslaan en gebruiken.

Kinderen en online privacy

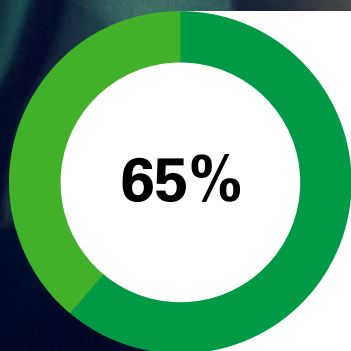
Ouders maken zich zorgen...

Al vanaf onze geboorte worden gegevens van en over ons verzameld. Dat begint met een naam, geboortedatum en geboorteplaats. In de jonge levensfase wordt dat al snel uitgebreid met foto's van een eerste hapje op Facebook, aankoopdata voor babykleding en chatberichten tussen klassenouders.

Gedurende de opvoeding gaan kinderen steeds meer zelf delen. En daar passen ouderlijke zorgen bij. Zo'n **85%** van de Nederlanders geeft aan bezorgd te zijn over de online privacy van hun minderjarigen. Deze bezorgdheid wordt in gelijke mate gedeeld door beide ouders.



85% van de Nederlanders maakt zich zorgen over de online privacy van hun kinderen.



65% is niet op de hoogte van de minimumleeftijd voor het gebruik van sociale media.

...maar delen intussen alles online

Echter, deze bezorgdheid houdt ouders niet tegen om – met hun kinderen – deel te nemen aan het sociale verkeer online.

Ongeveer de helft van de ondervraagden plaatst wel eens foto's van hun kinderen op sociale media. Vrouwen doen dat vaker dan mannen.

Meer dan de helft van de ondervraagden houdt toezicht op hun kinderen wanneer deze online zijn. Toch weet **65%** niet dat de verschillende sociale media een minimale leeftijd stellen aan gebruikers.

Veiligheid boven privacy

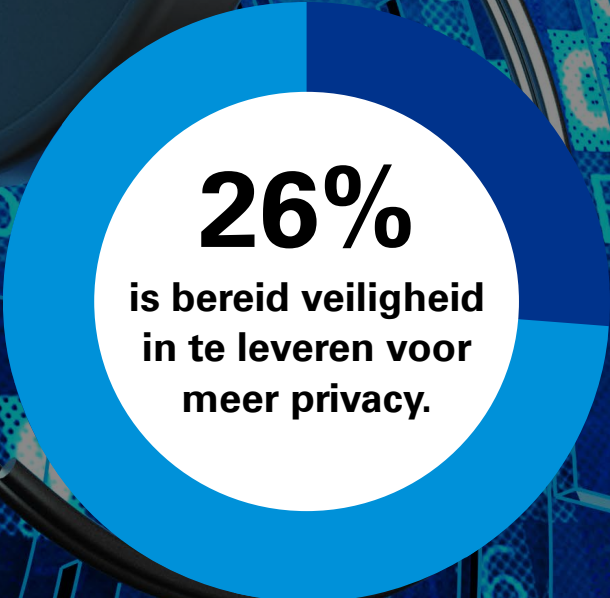
Privacy en veiligheid staan op gespannen voet met elkaar. Dat is van alle tijden.

In de afgelopen jaren en met name na de aanslagen van 11 september 2001 zien we een verschuiving in het debat. Privacy raakt wat in de verdrinking, zeker als het gaat over onze veiligheid. Preventief fouilleren, scherpe controles op luchthavens. Als je weet waar je moet kijken zie je het overal. Wat vinden de ondervraagden?



46%

is bereid privacy
in te leveren voor
meer veiligheid.



26%

is bereid veiligheid
in te leveren voor
meer privacy.

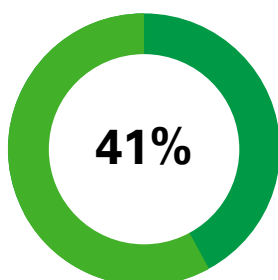
Terrorisme en criminaliteit

Volgens de Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid is er op dit moment een substantieel dreigingsniveau voor Nederland op het gebied van terrorisme (dreigingsniveau 4, bron: NCTV, ministerie van Justitie en Veiligheid).

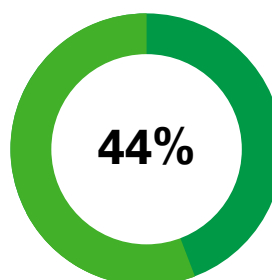
Niet verwonderlijk dat **52%** van de ondervraagden vindt dat de overheid meer bevoegdheden moet krijgen in de strijd tegen terrorisme. Ten aanzien van de strijd tegen criminaliteit ligt dit percentage iets lager (**48%**).

Echter, ondanks deze dreiging zijn er opvallend veel mensen die aangeven dat de burger recht heeft op privacy, ook al maakt dat onderzoeken naar terrorisme en criminaliteit lastiger.

41% is het eens met de stelling dat de Nederlandse burger recht op privacy heeft, ook al maakt dat onderzoeken naar terrorisme lastiger (24% is het hiermee oneens, 35% weet het niet, of heeft geen mening).



44% is het eens met de stelling dat de Nederlandse burger recht op privacy heeft, ook al maakt dat onderzoeken naar criminaliteit lastiger (21% is het hiermee oneens, 35% weet het niet, of heeft geen mening).



Over het onderzoek

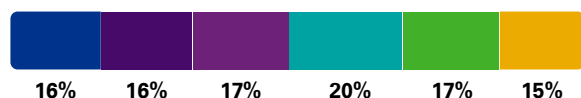
In opdracht van KPMG ondervroeg Motivaction International ruim 1000 Nederlanders van 15 jaar en ouder over verschillende thema's op het gebied van privacy en over de AVG, een nieuwe wet die ingaat op 25 mei 2018.

Geslacht



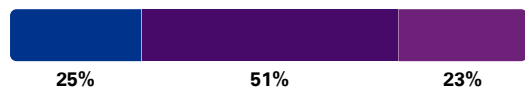
- Vrouw
- Man

Leeftijd



- 15 t/m 24
- 25 t/m 34
- 35 t/m 44
- 45 t/m 54
- 55 t/m 64
- 65 t/m 75

Opleiding



- Hoog
- Midden (afronding Propedeuse, afronding HBO, afronding WO)
- Laag (afronding HAVO, afronding VWO, MBO 2, afronding MBO 3, afronding MBO 4)
(afronding basisschool, afronding VMBO, afronding MBO 1)

KPMG volgt de ontwikkelingen met betrekking tot de nieuwe Europese privacywetgeving op de voet. De vragen zullen regelmatig opnieuw worden voorgelegd aan een dwarsdoorsnede van de bevolking. Zodoende krijgt u naast deze momentopname ook zicht op een trend in de kennis van de Nederlanders over de nieuwe privacywetgeving.

Wat doet KPMG op het gebied van privacy?

Consumenten worden steeds bewuster van de keuzes rondom de bescherming van hun persoonsgegevens. Onze klanten kunnen hier goed op inspelen door uit te stralen en aan te tonen dat zij extra stappen zetten om de persoonsgegevens van consumenten en medewerkers te beschermen. Wij zijn dé partner op het gebied van privacy-advies, omdat wij juridische kennis in het kader van data privacy combineren met ervaring op het gebied van grote verbetertrajecten en een hands-on mentaliteit.

- Samen met onze klanten lopen we door de gehele levenscyclus van privacy-management om vast te stellen waar verbetering nodig is.
- Wij hebben ervaring met privacy-advies in een breed scala van sectoren, zowel bij nationale mkb's als bij multinationals.
- Wij ondersteunen alle mogelijke privacy-diensten, van ontwerp tot implementatie, benchmarking, monitoring en auditing.
- Wij zorgen met onze expertise dat onze klanten kunnen voldoen aan de vereisten die worden gesteld vanuit de AVG én dat privacy indien gewenst een Unique Selling Point kan worden.
- Wij helpen onze klanten om zich te beschermen tegen negatief nieuws én we zorgen dat zij een goed ingerichte privacy-organisatie kunnen gebruiken als middel om te groeien.

Een greep uit onze privacydiensten:

- ontwerpen van een op maat gemaakte privacy roadmap;
- inrichten van de privacy-organisatie en governance (bijvoorbeeld het bepalen en vaststellen van eigenaarschap en de noodzaak voor een Functionaris voor Gegevensbescherming);
- schrijven en implementeren van privacybeleid en -maatregelen;
- ontwerpen van processen rondom de gegevensbescherming in het kader van de AVG;
- opzetten en uitvoeren van gegevensbeschermingseffectbeoordelingen;
- inrichten van processen voor het goed stroomlijnen van het opvolgen van vragen;
- opzetten van een meldingsprocedure voor datalekken;
- management van derde partijen waarmee persoonsgegevens worden uitgewisseld;
- analyseren van internationale gegevensstromen van multinationals (o.a. Binding Corporate Rules);
- opzetten van een register van verwerkingsactiviteiten;
- creëren en/of verdiepen van het privacybewustzijn van medewerkers.

Over KPMG

KPMG is actief in meer dan 155 landen met een breed professioneel dienstenportfolio.

Onze experts maken deel uit van een breed netwerk met rond de 190.000 professionals.

Wij zijn toonaangevend in het geven van advies op het gebied van privacy binnen verschillende sectoren en industrieën.

Meer dan 200 (CIPP/E-, CIPM- en CIPT-) privacyprofessionals zijn getraind en gekwalificeerd op het gebied privacy, met diepgaande kennis en ervaring op zowel juridisch, organisatorisch als technisch gebied.

Wij zijn hands-on in het implementeren van pragmatische, effectieve en op maat gemaakte privacyprogramma's.

Wij helpen uw organisatie om te voldoen aan regelgeving, en het vertrouwen te winnen van cliënten, stakeholders en werknemers.

We houden contact

Voor meer informatie over dit onderzoek, of voor andere vragen, kunt u contact opnemen met:



Koos Wolters
Partner
+31 (0)20 656 40 48
wolters.koos@kpmg.nl



Johan van Duijn
Manager
+31 (0)70 338 24 25
vanduijn.johan@kpmg.nl

De volgende mensen hebben mede bijgedragen aan de totstandkoming van dit onderzoek: Jessica Liu, Kim van Assendelft, Marijn Bakker, Marina Benassi, Karsten Brüne, Stephan Pröpper, Merel Roelofs, Gina Dijkstra en Remon Schoot.



The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2018 KPMG Advisory N.V., registered with the trade register in the Netherlands under number 33263682, and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ('KPMG International'), a Swiss entity. All rights reserved.

The name KPMG and logo are registered trademarks of KPMG International.

