



Universiteit Utrecht

Journalistic blind spots

*De representatie van de Algemene Verordening Gegevensbescherming voor
(gefragmenteerde deel-) publieken in Nederlandse kranten en online platformen*

Student: A.M.A.C. Korringa | 3724581

februari 2018

Universiteit Utrecht

Universiteit Utrecht

Geesteswetenschappen

Master New Media & Digital Culture

Student: A.M.A.C. Korringa | 3724581

Eerste lezer: dr. M.T. Schäfer

Tweede lezer: dr. K.F. van Es

Amsterdam, 20 februari 2018

Voorwoord

Voor u ligt mijn master thesis voor de master New Media & Digital Culture aan de Universiteit van Utrecht. Na enkele heftige depressies en tegenslagen had ik nooit durven en kunnen dromen dat het zou lukken om een gehele master thesis te schrijven. Het heeft al die tijd als het zwaard van Damocles boven mijn hoofd gehangen tot enkele maanden geleden. Het opnieuw bezig zijn met wetenschap en uitvoeren van onderzoek heeft mij mede in een opwaartse spiraal gebracht.

Ik wil allereerst mijn begeleider Mirko Schäfer hartelijk danken voor zijn geduld, betrokkenheid en aanstekelijke enthousiasme. Het was een prachtig onderzoek om te doen waarbij we samen voor opmerkelijke resultaten kwamen te staan wat voor enorm veel energie zorgde. Daarnaast veel lof voor studieadviseur Stefan Vuurens die een geruime tijd een luisterend oor was en heeft meegedacht hoe ik deze studie goed en spoedig zou kunnen afronden. Ook dank aan opleidingscoördinatoren van de master Ingrid Hoofd en René Glas voor het meedenken hoe dit laatste obstakel zo snel mogelijk getackeld kon worden.

Tot slot wil ik uit de grond van mijn hart mijn grote liefde bedanken. Zonder jou had ik dit nooit doorgezeten, deze is ook voor jou. Bedankt Tess voor al het luisteren, lezen wat gaande het onderzoek alleen maar intensifieerde. Dan rest mij nu niets anders meer, dan u veel plezier te wensen bij het lezen van mijn master thesis!

A.M.A.C. Korringa



Februari 2018,
Amsterdam

Samenvatting

Het privacy debat is de afgelopen jaren veelvuldig in de media behandeld en kent vele vormen. In dit onderzoek staat de representatie van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in de Nederlandse kranten en diverse online platformen centraal. Het corpus bestaat uit de Nederlandse (kwaliteits-) dagbladen, De Correspondent en de platformen voor *special interest groups* in het veld van marketing en bestuur namelijk: Frankwatching, Marketing Facts en Binnenlands Bestuur.

Door middel van het theoretische raamwerk bestaande uit concepten betreffende journalistiek, gatekeeping functies van media instituties en framing van nieuws zijn er 170 publicaties geanalyseerd. Deze zijn gepubliceerd van januari 2015 tot begin november 2017.

In de kranten wordt er met 48 artikelen zeer beperkt aandacht geschonken aan de AVG waarbij de nieuwe rechten voor Europese burgers over het hoofd worden gezien. Voor de gefragmenteerde (deel-)publieken van marketing en bestuursleden is er aanzienlijk meer aanbod vanwege het feit dat deze groepen in grotere mate worden geraakt door de verordening. Het is dan ook dat hier grotendeels het debat plaatsvindt.

De overheersende tendens waarin de auteurs schrijven, blijkt vooral dat angst de grote drijfveer is. Hierna zijn informatieve publicaties de grootste categorie met ten slotte artikelen waarbij een economisch belang de boventoon voert. De verschillende frames kunnen ook met elkaar verweven zijn. Angst wordt door auteurs regelmatig gebruikt om diensten of producten te verkopen ten behoeve van de implementatie van de AVG.

De Nederlandse nieuwsinstituten binnen het corpus schieten te kort in de informatievoorziening omtrent de AVG. Zij dienen het publieke discours te scholen om enerzijds het publieke debat te stimuleren en anderzijds van informatie te voorzien omtrent de nieuwe rechten van Europese en dus ook Nederlandse burgers.

Keywords: privacy, wetgeving, AVG, GDPR, framing, gatekeeping, (kwaliteits-) dagbladen, De Correspondent, Frankwatching, Marketing Facts, Binnenlands bestuur

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
Inhoudsopgave	5
1.0 Het tijdperk van Europese privacy?	6
2.0 De blinde vlek van de journalistiek	12
2.1 Gefragmenteerde publieken.....	13
2.2 De gatekeeping rol van de media	15
2.3 Framing: Een onderwerp in een bepaald licht plaatsen.....	20
3.0 Methode: Een comparatieve tekstanalyse	24
3.1 Search query onderzoek door AVG gerelateerde keywords.....	24
3.2 Corpusverzameling met behulp van LexisNexis.....	26
3.3 Corpus.....	26
3.4 Framing: manieren om over de AVG te spreken.....	30
3.5 Diepgang in de AVG verslaglegging	34
3.6 Beperkingen van de onderzoeksmethoden	35
4.0 AVG in de media: een comparatieve analyse	39
4.1 Algemene Verordening Gegevensbescherming.....	39
4.2 Verslaglegging over tijd.....	41
4.3 Inhoudelijke behandeling van de AVG	44
4.4 Framing van de AVG	51
Conclusie	59
Discussie	63
Literatuurlijst	64
Figuren	74
Bijlagen	75
<i>Bijlage A – Correspondentie Dimitri Tokmetzis – De Correspondent</i>	76
<i>Bijlage B – Correspondentie Tineke Pauw – Frankwatching</i>	77
<i>Bijlage C – Correspondentie Sjoerd Hartholt – Binnenlands Bestuur</i>	78
<i>Bijlage D - Corpus</i>	79

1.0 Het tijdperk van Europese privacy?

“Privacy niet belangrijk vinden omdat je niets te verbergen hebt, is hetzelfde als niet geven om vrijheid van meningsuiting omdat je niets te zeggen hebt.” (Snowden, 2015).

Met deze quote openen journalisten van de Correspondent Maurits Martijn en Dimitri Tokmetzis hun boek *je hebt wél iets te verbergen* (2016). In dit boek onderzoeken en raken zij de essentie van onze paradoxale houding ten opzichte van privacy die vele burgers hebben. Enerzijds maken wij ons namelijk druk over het gebrek aan online privacy maar, tegelijkertijd zou 45% van de Nederlanders zijn of haar gezondheidsdata af willen staan voor een korting op de gezondheidspremie (CIGI-IPSOS, 2016; Multiscope, 2016). Als privacy echter geschonden wordt, door zowel bedrijven als de overheid, dan is er niet langer sprake van een paradoxale houding maar alleen van een schande met alle gevolgen van dien.

De schending van privacy, zowel wereldwijd als nationaal, is regelmatig het onderwerp in de Nederlandse media. Zo werd op 12 december 2017 nog naar buiten gebracht dat de informatie van 174.000 Nederlandse passagiers en chauffeurs van Uber door hackers is buitgemaakt in 2016, het bedrijf heeft dit toen bewust verzwegen en betaalde hackers vervolgens 100.000 dollar om de gegevens te verwijderen en te zwijgen over de hack (NU.nl, 2017a). Dit terwijl de meldplicht datalekken vanaf 1 januari 2016 al van kracht was in Nederland en tevens onderdeel is van de aanstaande wetgeving (Autoriteit Persoonsgegevens, 2016).

Vanaf 24 mei 2016 is namelijk de nieuwe Europese privacy verordening in werking getreden, bekend onder de noemer; General Data Protection Regulation (vanaf nu afgekort als GDPR). In Nederland gaat deze wetgeving verder onder de naam de Algemene Verordening Gegevensbescherming (vanaf nu afgekort als AVG) aangezien elk individueel EU- lidstaat extra toevoegingen kan inbrengen op het fundament die het GDPR legt. Deze nieuwe wet heeft de huidige wet bescherming persoonsgegevens (vanaf nu afgekort als Wbp) vervangen die dateerde uit 1995. Een hoognodige verandering aangezien het begrip persoonsgegevens aan hevige veranderingen is blootgesteld door de groei van technieken en fenomenen als sociale media en mobiele telefonie die zijn intreding hebben gedaan. Vanaf 25 mei 2018 zal de verordening ook gehandhaafd worden door de Autoriteit Persoonsgegevens. Deze kan vervolgens audits uitvoeren bij bedrijven die dienen mee te

werken en alle relevante systemen inzichtelijk moeten maken tijdens deze controles.

De nieuwe verordening is onder andere ontworpen om de privacy van Europese burgers beter te beschermen en de regelgeving omtrent data meer te reguleren voor ondernemingen in zowel Europa als daarbuiten. Dit gaat gepaard met nieuwe boeteclausules die vooral de datahonger van de grote corporaties zoals Facebook en Google moeten bedwingen. Zo kreeg Facebook in mei 2017 een boete van 110 miljoen voor het misleiden van de Europese toezichthouders bij de overname van Whatsapp (AD.nl, 2017). Facebook pretendeerde dat het niet de gegevens van Whatsapp zou gaan koppelen aan de overige diensten van Facebook. Achteraf bleek dit echter al sinds 2014 mogelijk en werd dit dan ook gedaan. Met een boetebedrag van 110 miljoen was het nog steeds een schijntje voor internationale ondernemingen zoals Facebook. De AVG lijkt hier verandering in te brengen met nieuwe sancties die kunnen oplopen naar twee tot vier procent van de totale wereldwijde jaaromzet, 8,8 miljard in 2016 in het geval van Facebook (Klaas Broekhuizen, 2017). De mogelijke hoogte van de boetes moeten ervoor zorgen dat vooral de Amerikaanse ondernemingen twee keer gaan nadenken voordat zij opzettelijk een grijs gebied gaan opzoeken als het aankomt op privacy en data.

Een zeer recentelijk stuk op NU.nl snijdt precies deze onderwerpen aan in relatie tot de importantie van de AVG. Minister Dekker van Rechtsbescherming heeft, na Kamervragen van SP-kamerleden Hijink en van Nispen, navraag gedaan bij Facebook over bedrijven die klantgegevens delen met het sociale netwerk. Zulke informatie delen met het sociale netwerk zonder toestemming is momenteel al verboden onder de Wbp en ook de AVG. Facebook laat echter weten geen cijfermatige informatie te verstrekken over het delen van klantgegevens door bedrijven met Facebook (NU.nl, 2017b). Geen verassende reactie aangezien Facebook goudgeld verdient met zowel de informatie als de advertenties die vervolgens worden ingekocht door de Nederlandse bedrijven (Boogert, 2017).

Een saillant detail is dat de AVG geen enkele keer genoemd wordt in de voorgaande artikelen, dit terwijl de regelgeving al in werking is getreden en de nieuwe verordening de regels omtrent persoonsgegevens verder gaat aanscherpen en de Wbp gaat vervangen. Dit zijn allen belangrijke factoren om de AVG minstens te vermelden of een uitleg te geven over de verordening. Inmiddels (februari 2018) krijgt het onderwerp langzamerhand meer aandacht. Dit is vijf maanden nadat ik ben gestart met dit onderzoek toen ik eveneens geen kennis had over de AVG. Tevens zijn er slechts vier maanden resterend voordat de AVG

gehandhaafd zal worden.

Hierdoor rijst de vraag waarom, in het eerste opzicht, de wet in de brede media zo weinig aandacht krijgt, terwijl het maatschappelijke debat omtrent privacy regelmatig in het nieuws aan bod komt en breed uitgemeten wordt. Journalisten en de media zouden de taak moeten uitdragen om de maatschappij te informeren om zo het publieke debat aan te wakkeren. Heeft dit te maken met een gebrek aan kennis gerelateerd aan wetsvoorstellen? Of een bewuste keuze omdat ze het wetsvoorstel minder relevant vinden?

Voor een verordening die de Europese en Nederlandse burgers meer macht geeft over hun persoonsgegevens en de data die vervolgens in beheer is bij de bedrijven waarmee zij zakendoen, lijkt het echter gek om het onderwerp geheel uit te sluiten. Moeten mediaorganisaties en journalisten niet juist de burgers op de hoogte stellen van deze nieuwe 'macht' die zij in handen krijgen. Vanuit de oriëntatie lijkt de AVG dan ook meer in de belangstelling te staan bij groepen die geraakt worden door de vernieuwde regelgeving.

Er kan gedacht worden aan bijvoorbeeld marketeers en overheidsinstanties die rekening moeten houden met de verscherpte privacy verordening. Logischerwijs kan het implementatietraject van de AVG voor vragen zorgen bij deze gefragmenteerde (deel)publieken waardoor het onderwerp besproken dient te worden. Databases met klantgegevens moeten namelijk voortaan gemakkelijker aangepast kunnen worden doordat burgers meer zeggenschap hebben over hun data. Ook publieke instanties moeten zich houden aan meer regels kortom, ingrijpende veranderingen voor marketeers en persona die bestuursfuncties bekleden. Derhalve worden er vier online platformen meegenomen in het corpus namelijk De Correspondent, Marketing Facts, Frankwatching en Binnenlands bestuur. Voornamelijk de laatste drie lijken de (deel)publieken beter te informeren over de AVG door de intrinsieke motivatie.

Vanuit de eerste verkenning leeft de hypothese dat journalisten in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen vrijwel geen aandacht schenken aan de AVG. Zij lijken de voorkeur te geven aan sensationele verslaggeving omtrent het onderwerp data en privacy, een tendens die tevens wordt doorgetrokken in relatie tot de AVG. Hierbij zijn de journalisten niet objectief en lijken zij hun rol om de samenleving te informeren niet te vervullen. Tevens lijkt het debat omtrent de AVG, ondanks het belang van de Nederlandse burgers, elders plaats te vinden.

Vanuit de hypothese zal ik dit onderzoeken door middel van het uitvoeren van een

kwantitatieve analyse naar het aantal AVG gerelateerde publicaties in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen en op De Correspondent, Marketing Facts, Frankwatching en Binnenlands bestuur. Vervolgens zal er een comparatieve tekstanalyse uitgevoerd worden ten behoeve van framing. De periode van 1 januari 2015 t/m 9 november 2017 zal onderzocht worden. De gekozen startdatum is in verband met de limitatie van een van de zoekmachines, dit zal in de methodische beperkingen verder aan bod komen. Hierdoor tracht ik de volgende vragen te beantwoorden;

H1) Hoe wordt de AVG in de Nederlandse media gerepresenteerd ten behoeve van (gefragmenteerde deel-) publieken?

D1) Hoe verloopt de verslaglegging over tijd?

D2) Hoe wordt het onderwerp AVG inhoudelijk behandeld?

D3) Hoe worden ze geframed?

In dit onderzoek staat dan ook de Algemene Verordening Gegevensbescherming centraal en de wijze waarop er over dit onderwerp verslag wordt gedaan. Hierbij zal de focus van verslaglegging liggen op de Nederlandse media, waaronder (kwaliteits-)dagbladen, en mediaorganisaties die zich richten op gefragmenteerde deel-publieken binnen het veld van bestuurs- en marketingfuncties. Hierbij zal de juridische wereld, zoals het Europese Parlement, buiten beschouwing gelaten worden door het gebrek aan toegang.

Sinds de onthullingen van Edward Snowden is het privacy debat wereldwijd explosief gegroeid waarbij privacy voorvechters zoals de stichtingen Privacy First en Bits of Freedom de samenleving proberen te voorzien van gedegen informatie. Op Europees gebied wordt er langsepende campagne tegen Facebook gevoerd door de Oostenrijker Max Schrems. Het is een exemplarisch voorbeeld wat betreft de positie van de consument ten opzichte van multinationals zoals Facebook als het aankomt op bijvoorbeeld privacy. Schrems voert al enkele jaren een campagne tegen Facebook omdat zij onzorgvuldig omgaan met de privacy van de gebruikers door mogelijke misvattingen of opzettelijke schending van de Europese privacywetten. Het rechtelijk vervolgen van Facebook is echter niet zo makkelijk gebleken door het verweer van Facebook sinds de aanklacht gedateerd van augustus 2014 (Kreiken, 2014). Zeer recentelijk heeft Schrems pas toestemming gekregen om Facebook te vervolgen in zijn eigen land (NU.nl, 2017).

Schrems laat zien dat de AVG een groot Europees belang gaat hebben wat betreft de Europese privacy. Gezien het feit dat wij een levendige privacy debat¹²³⁴⁵⁶⁷⁸⁹¹⁰ in Nederland hebben, is het maatschappelijk gezien relevant om te onderzoeken wat er momenteel gaande is in relatie tot de AVG. Het populaire discours zou zich bezig moeten houden met een verordening die meerdere lagen van de samenleving zal raken. Ook de overheid zou een vooruitstrevende rol kunnen belichamen door de Nederlandse burgers en ondernemingen proactief te kunnen informeren. Wellicht dat het eigen belang van de overheid in relatie tot de AVG vele malen lager ligt in vergelijking met vergelijkbare privacy debatten.

De regering schroomt niet om direct tot operationalisering over te gaan in het geval van cyberveiligheid. De rol van overheidsorganen in de Russische hacking activiteiten werd dan ook uitgebreid uit de doeken gedaan in het populaire discours¹¹¹². Het expliciet naar buiten treden, of moedwillig lekken van informatie, kan gezien worden als een retorische truc om de aankomende Wet op de Inlichtingen- en Veiligheidsdiensten (Wiv) gemakkelijker erdoor heen te krijgen.

De rol van Nieuwsuur en De Volkskrant als journalistieke instituties, zijn hier dan ook

¹ <https://nos.nl/artikel/2180779-datalek-belastingdienst-wiebes-doet-aangifte.html>

² <https://www.nu.nl/internet/5067674/nijmeegse-tandartspraktijk-waarschuwt-datalek-aanval.html>

³ <https://www.rtlnieuws.nl/buitenland/zet-privacy-overboord-anders-reist-terrorist-probleemloos-door-europa>

⁴ <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/05/18/facebook-bij-hoeveel-privacy-schendingen-is-het-genoeg-9306173-a1559380>

⁵ <https://www.nu.nl/internet/5039060/gebruikersdata-obike-deelfietsen-waren-inzichtelijk-datalek.html>

⁶ <https://www.nu.nl/tech/5036348/toetsenbord-app-lekt-data-van-31-miljoen-gebruikers.html?redirect=1>

⁷ <https://www.nu.nl/internet/5006039/privacyactivist-max-schrems-mag-facebook-aanklagen-in-oostenrijk.html>

⁸ <https://www.rtlnieuws.nl/buitenland/voorstel-voor-krachtige-europese-privacywet-neemt-belangrijke-horde>

⁹ <https://nos.nl/artikel/2213886-rutte-na-hackoperatie-avvd-nieuwe-aftapwet-moet-er-komen.html>

¹⁰ <https://fd.nl/economie-politiek/1195982/europa-bezorgd-over-bescherming-data-in-de-verenigde-staten>

¹¹ <https://www.volkskrant.nl/tech/hackers-avvd-leverden-cruciaal-bewijs-over-russische-inmenging-in-amerikaanse-verkiezingen~a4561895/>

¹² <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2213762-hackteam-avvd-gaf-fbi-cruciale-info-over-russische-inmenging-verkiezingen.html>

cruciaal zoals Bit of Freedom ook constateert (Zenger, 2018). Zij geven tenslotte regeringsfunctionarissen direct een platform om het belang van de Wiv te benadrukken. Dit zet tevens vraagtekens bij de integriteit van de journalisten zelf en mogelijke sociale of economische belangen die voor het publiek niet evident zijn.

Het voorgaande voorbeeld is exemplarisch om te laten zien dat angst als een vehikel gebruikt kan worden voor overtuiging. De inzet van angst wordt vaker toegepast ten behoeve van maatschappelijke debatten. In het theoretische discours is dit fenomeen ook wel bekend als morele paniek (Cohen, 2011; McLuhan, 1964). Hoewel er in dit onderzoek niet in wordt gegaan op morele paniek zal wel het gevoel van angst ter overtuiging of beïnvloeding een rol spelen in combinatie met de manier hoe er over de AVG wordt gesproken. Tevens is het wetenschappelijk gezien relevant om te zien hoe publicaties voor *special interest groups* verschillen van die voor de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen.

Vanuit de ideologieën van journalistiek vertrekt dit onderzoek om het speelveld van journalisten en de opspelende belangen in kaart te brengen. Vervolgens zal het proces van *gatekeeping*, kortgezegd de selectie van nieuws- en nieuwselementen, uiteengezet worden om een theoretisch beeld te vormen van het journalistische werkproces. Aansluitend zal het theoretische veld van *framing* een laatste verdieping geven die ingaat op de wijze waarop het nieuws uiteindelijk gebracht wordt. Op deze wijze zal er geanalyseerd worden hoe het AVG in het publieke debat gerepresenteerd is.

2.0 De blinde vlek van de journalistiek

Mediaorganisaties en journalisten hebben, bij het vormen van het nieuws, te maken met zowel economische als sociale druk (Gerbner, 1965). Naast dat nieuws als een waarde verkocht moet worden in de vorm van bijvoorbeeld oplages, abonnementen, views of clicks zijn er, volgens verschillende wetenschappers, ook ideologieën die gepaard gaan bij journalistiek en het voeren hiervan. Hier zijn echter wel verschillen in op basis van institutionele setting en geografische locaties. Hanitsch (2007) benadert dit vanuit de ideologische elementen van objectivisme en empirisme. Fengler en Russ Mohl (2008) doen dit vanuit hun economische theorieën en pretenderen dat journalisten geen idealistische vorm van publieke service kunnen voeren door de economische implicaties.

Communicatiewetenschapper Mark Deuze (2005) heeft een vijftal componenten die deel uit maken van de journalistieke ideologie die een consensuele blik werpt. Daarbij stelt hij zelf dat sommige elementen tegenstrijdig kunnen zijn. Desondanks geven zij goed het morele kompas weer voor het beoefenen van journalistiek in zijn algemeenheid en geldend voor diegene die verslagleggen over de AVG. De beroepsideologieën van journalistiek volgens Deuze zijn: publieke dienst, objectiviteit, autonomie, dringendheid en ethiek.

Communicatiewetenschapper Denis McQuail betoogt daarnaast dat vele instituten de bredere sociale rol vaststellen, zoals bij scholen of ziekenhuizen, zodat de beoefenaars zich kunnen richten op het uitvoeren van hun taken (2010, p. 242). In het geval van journalisten zou dit echter minder het geval zijn. Bij journalistiek zou het onduidelijk zijn wat de centrale en unieke professionele vaardigheid is voor het beoefenen van het beroep. Socioloog Max Weber (1946) refereert daarbij naar journalisten als buitenstaanders, vergelijkbaar met kunstenaars, door het gebrek van een vaste sociale classificatie. Zij balanceren daarmee op de rand van verschillende instituten om enerzijds het netwerk groot te houden voor informatie gewin maar kunnen daarmee ook dezelfde instituten schaden door informatie naar buiten te brengen ten behoeve van het publieke debat.

Hiermee stelt het gelijk het meest fundamentele probleem bloot tussen vrijheid en beperkingen binnen het media- en/of nieuwsinstituut die zijn eigen ideologische waarden plaatst in de categorie van originaliteit en vrijheid (McQuail, 2010, p. 257). De vrijheid die het instituut wil behouden, laat zich vervolgens zien in de werkzaamheden van een journalist. Bij het observeren of ontvangen van nieuws zijn zij, al dan niet gebonden aan een

media-instituut, in staat te kiezen welke actualiteiten een nieuwswaarde hebben en welke zij uiteindelijk willen verslaan. Dit proces van nieuwsselectie is theoretisch ook wel bekend als *gatekeeping* en werpt vragen op in relatie tot de journalist of auteurs die ervoor kiezen om de AVG uit te sluiten van verslaggeving. Het privacy debat komt veelvuldig in de media, echter komen wetsvoorstellen minder aan bod. Ligt de grondslag hier in de opleiding die de journalisten hebben genoten of zijn wetsvoorstellen als de AVG niet sensationeel genoeg om te verslaan? Het op de hoogte stellen van de samenleving is een breder proces en een wisselwerking tussen auteurs, het media instituut en externe factoren die in de *gatekeeping* theorie aan bod komen. Nieuwsvoorziening speelt een belangrijke rol in de samenleving ten behoeve van democratie. Habermas zijn notie van de publieke sfeer refereert naar een open ruimte ten behoeve van het publieke debat en de democratie (1989). Deze open ruimte lijkt echter geïdealiseerd te zijn als er rekening wordt gehouden met diverse economische en sociale invloeden. Deze komen dan ook later in bod in het onderwerp over *gatekeeping* waarbij de samenleving niet volledig geïnformeerd wordt ten behoeve van de democratie. Katz en Lazarsfeld zijn iets genuanceerder over de rol van media waarbij zij enerzijds een ruimte zien voor geïnformeerde publieke opinie en anderzijds de ondermijning en beïnvloeding van de publieke opinie (Katz & Lazarsfeld, 1955). Dit geeft dan ook beter weer wat de rol van nieuwsvoorziening teweeg kan brengen. Door de samenleving niet adequaat te informeren over de AVG is deze niet volledig op de hoogte waardoor deze publieke debat ongeïnformeerd discussie kan voeren.

Vanwege de verschillende doelgroepen die aangesproken kunnen worden met de bestudeerde artikelen, is het belangrijk om de ontologie in relatie tot het publiek en met name gefragmenteerde publieken theoretisch te behandelen. *Gatekeeping* kan tenslotte ervoor zorgen dat onderwerpen met een grotere relevantie voor gefragmenteerde doelgroepen dan ook onderwerpen voor deze groep blijven ondanks dat er een relevantie voor het bredere publiek is. Ik constateer dit door het grote verschil in publicaties voor Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen en die voor gefragmenteerde publieken.

2.1 Gefragmenteerde publieken

Verassend genoeg vond ik tijdens het onderzoek veel referenties naar de AVG in publicaties gericht op bestuursleden en marketeers. Dit doet mij denken dat er gespecialiseerde publieken zijn die een bijzondere interesse hebben in de AVG als

onderwerp. Het concept van *audiences*, ofwel publiek, is in de jaren blootgesteld aan flinke veranderingen (McQuail, 1997). De alteraties zijn niet verwonderlijk door opkomende technieken als internet en daarbij nieuwe platformen als websites, blogging en vlogging. Waar nieuwsinstututen, zoals (kwaliteits-)dagbladen eerst bovenaan de hiërarchie stonden in informatievoorziening voor het publiek, heeft dit door de voorgaand genoemde platformen voor een kentering gezorgd.

Het publiek is allereerst zowel een product vanuit sociale context als een reactie op voorzieningen vanuit de media en diens producties (McQuail, 2010, p. 331). Veelal gebeurt dit gelijktijdig door de media die producties uitzetten met een aantrekkingskracht of belang voor een publiek. Een artikel over de data implicaties in relatie tot de AVG zou interessant zijn voor bijvoorbeeld marketeers en dus een platform als Marketing Facts. Eenzelfde artikel plaatsen in *De Telegraaf* zou echter zorgen voor een verkeerde match en wisselwerking in publiek en de mediaproductie.

Hier komt ten tweede de notie van gefragmenteerde publieken aan bod. Zoals in de eerste alinea is aangegeven is er sinds de jaren '80 een kentering te zien van een groot en breed publiek, ofwel massa, naar kleinere gefragmenteerde groepen met een specifiekere interesse en wens richting nieuws- en media instututen (Tewksbury, 2016). Daarmee breekt het met de homogeniteit van het grotere publiek en laat het direct een handelingsvermogen zien van het gefragmenteerde publiek. Dit stuurt in tegen het gedachtegoed dat het publiek simpelweg ontvangers zijn van media (McQuail, 2010, p. 331). De gefragmenteerde publieken kunnen zich ook verzamelen onder de noemer van *special interest groups*, vanaf nu SIG's genoemd (Reed, 2018). SIGS's hebben een duidelijke focus voor een specifiek onderwerp waarbij het streven onder andere kennisdeling is.

In dit onderzoek is er specifiek gekozen voor het bestuderen van artikelen gericht op gefragmenteerde publieken, naast de Nederlandse (kwaliteits-) dagbladen, uit het veld van bestuur en marketing. Deze groepen lijken op het eerste oog het meest geraakt door de veranderingen die de AVG met zich mee gaat brengen. Tevens lijkt op het eerste gezicht ook het maatschappelijke debat omtrent de AVG uit te blijven en zich meer te vormen als een special interest issue. Daarbij lijkt het publieke discours te kort te schieten in de informatievoorziening naar het belang van de AVG voor het publieke debat. Journalisten zouden toelichting kunnen leveren wat er gebeurt De wijze van verslaglegging kan binnen de gefragmenteerde doelgroepen sterk verschillen. Gekozen onderwerpen vanuit de AVG

kunnen namelijk hevig uiteenlopen beredeneerd vanuit *gatekeeping* theorie en tevens gedacht vanuit de gefragmenteerde publieken. Wetmakers worden uitgesloten van dit onderzoek door het gebrek aan toegang. Zo kan een *gatekeeping* keuze zijn om het subject privacy officers aan bod te laten komen voor het publiek. Dit is interessant voor het publiek die een bestuursfunctie bekleden en bijvoorbeeld het Binnenlands bestuur lezen, maar niet voor het gros van de *De Telegraaf* lezers.

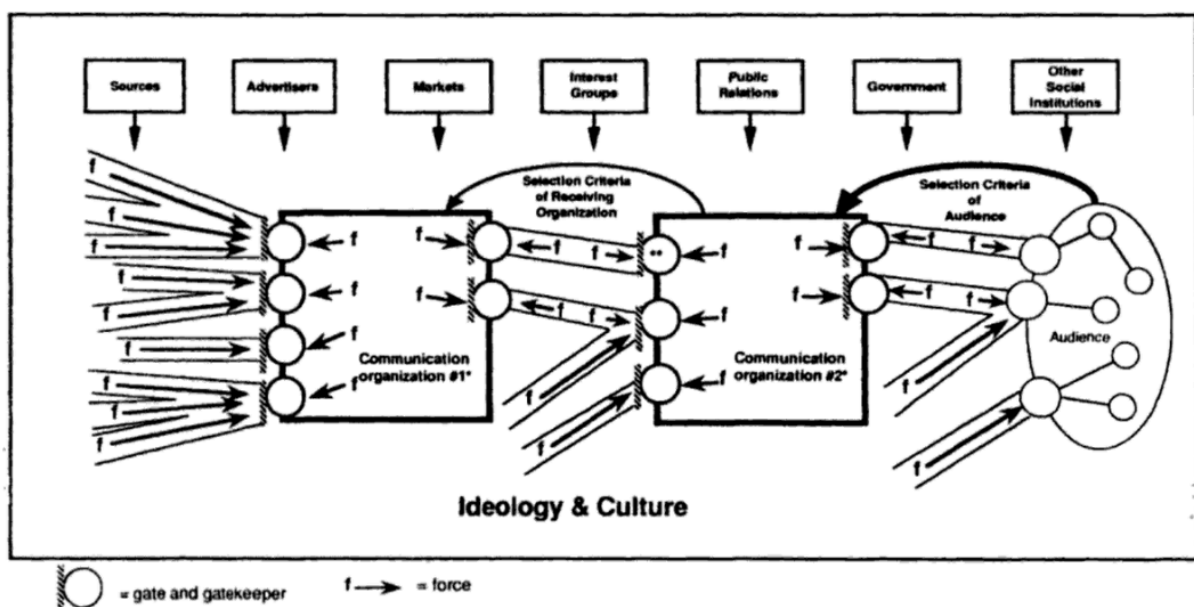
2.2 De gatekeeping rol van de media

In mijn onderzoek zag ik dat de AVG als onderwerp in vergelijking met het privacy debat amper terugkwam in de media en met name de kranten. Met behulp van *gatekeeping* theorieën heb ik gekeken naar de rol die de media hebben in de selectie en representatie van nieuws. Het geeft vervolgens een duidelijker beeld van het journalistische speelveld. Onderzoek en theorie naar *gatekeeping* is ontstaan vanuit het werk van Kurt Lewin wie het proces van besluitmaking bestudeerde in relatie tot het inkopen van voedsel (1951). Lewin constateerde dat informatie langs verschillende gate area's vloeide waar vervolgens beslissingen werden gevormd. Het idee van gate area's is vervolgens opgepikt door David Manning White (1950) die onderzoek deed naar de verwerking van informatie door telegramredacteuren bij Amerikaanse kranten. Zij besloten uiteindelijk welk nieuws er werd gehouden en welke werd verwijderd, een significante *gatekeeping* activiteit waarop White een model ontwierp om dit proces te verduidelijken (White, 1950).



Figuur 1. Gatekeeping model D.M. White. Herdrukt van "The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of news", door auteur D.M. White, 1950, in Journalism & Mass Communication Quarterly, issue 4, volume 27, United States: Sage journals. Copyright 1950

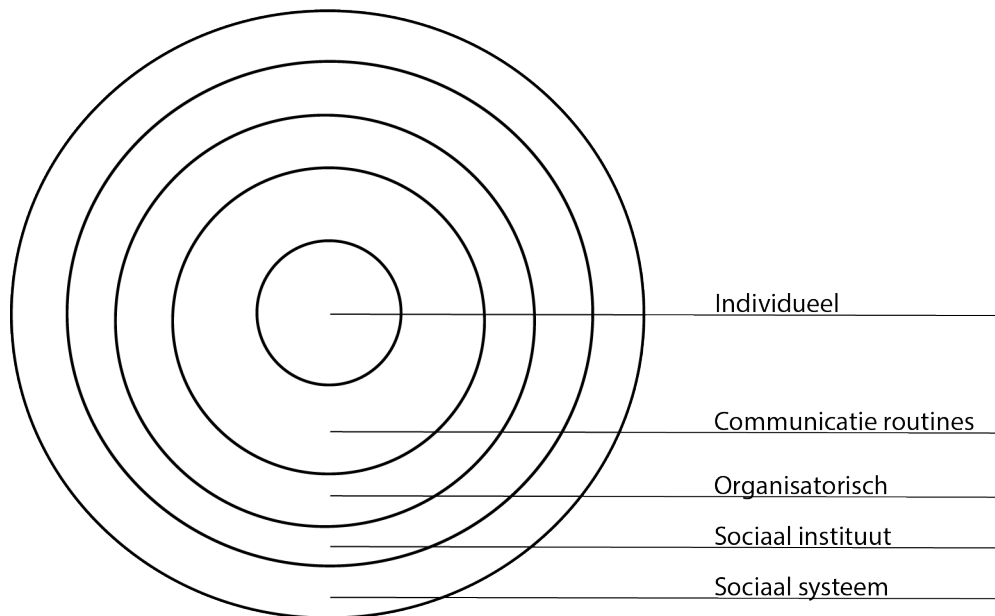
Ondanks de plausibiliteit van White's *gatekeeping* model is zijn werk op terechte gronden bekritiseerd en verder doorwrocht. Door zijn focus op de rol van telegramredacteuren als gatekeepers sluit hij de senior editors uit die wel degelijk een invloed uitoefenen op het proces. Hierdoor schrijft White ten onrechte meer macht aan het individu, zoals de telegramredacteuren, toe (Bass, 1969; Reese & Ballinger, 2001). Niettemin is White zijn werk decennialang van grote invloed geweest voor *gatekeeping* theorieën. Daarnaast heeft Pamela Shoemaker de laatste twintig jaar de meest invloedrijke werken gepubliceerd waarbij zij verder kijkt dan alleen het individu (Roberts, 2005) (zie Figuur 2). Shoemaker wordt hierdoor terecht gezien als een van de grootste theoretici in het hedendaagse discours over het concept *gatekeeping* (Shoemaker, 1991; Shoemaker & Vos, 2009).



Figuur 2. Gatekeeping model P.J. Shoemaker. Herdrukt van Gatekeeping, door auteur P.J. Shoemaker, 1991, New York, United States: Sage publishing. Copyright 1991

Een casestudie door David Berkowitz, professor in marketing, heeft aangetoond dat de hoofdlijnen van Shoemaker's model toepasbaar bleken te zijn bij een lokaal nieuwsstation (1990). In *Gatekeeping Theory* verdiepen en verduidelijken Shoemaker en Vos het eerdere werk van Shoemaker en stellen dat zij het proces van *gatekeeping* op vijf niveaus actief kan zijn (Shoemaker & Vos, 2009, pp. 31–97). Hoewel de benamingen niet altijd overeenkomen, zijn de niveaus sterk geïnspireerd door het Hierarchy of Influences model van Shoemaker en Reese waarbij zij focusten op de invloed van massa media content

(Shoemaker & Reese, 1991, 1996, 2013). In *Mediating the Message* worden de niveaus van binnen naar buiten benoemd als: individuele, media routines, organisatorische, extramedia en ideologische invloeden (Shoemaker & Reese, 1996, p. 64). In het werk in samenwerking met Vos zijn alleen de laatste twee niveaus, extramedia en ideologisch, anders vernoemd namelijk het sociale instituut en het sociale systeem maar worden in essentie gelijk omschreven (Shoemaker & Vos, 2009, pp. 31–32) (zie Figuur 3).



Figuur 3. Vijf niveau's van Gatekeeping. Bewerkt van Gatekeeping Theory (page 31-108), door auteurs P.J. Shoemaker, T. Vos, 2009, New York, United States: Routledge. Copyright 2009

Het proces van nieuwsselectie en aansluitend de creatie van het nieuwsproduct kan sterk uiteenlopen in de mate van betrokkenheid en is tevens onderhevig aan verschillende niveaus. De mate van betrokkenheid in de selectie van nieuws in relatie tot de AVG is een belangrijk punt. Aangezien de AVG een wetsvoorstel betreft met grote technische en sociale implicaties kan het uiteenlopen welke factoren vanuit de AVG van belang zijn voor verschillende doelgroepen. Gedegen opleidingen voor de journalist, auteur of redactiemedewerkers kunnen een groot verschil maken in de selecties die worden gemaakt.

Socioloog Arthur Asa Berger (1995) stelt concluderend dat *gatekeeping* theorie laat zien dat het nieuws wat wij voorgeschoteld krijgen, een uiteindelijke analyse is van iemands mening wat belangrijk nieuws is of niet en wat vervolgens idealiter de aandacht zal trekken en behouden. Dit hoeft per definitie niet te betekenen dat het nieuws wat gekozen is ook daadwerkelijk van belang of het belangrijkste is (1995, p. 65). Hierbij kan *gatekeeping* zowel

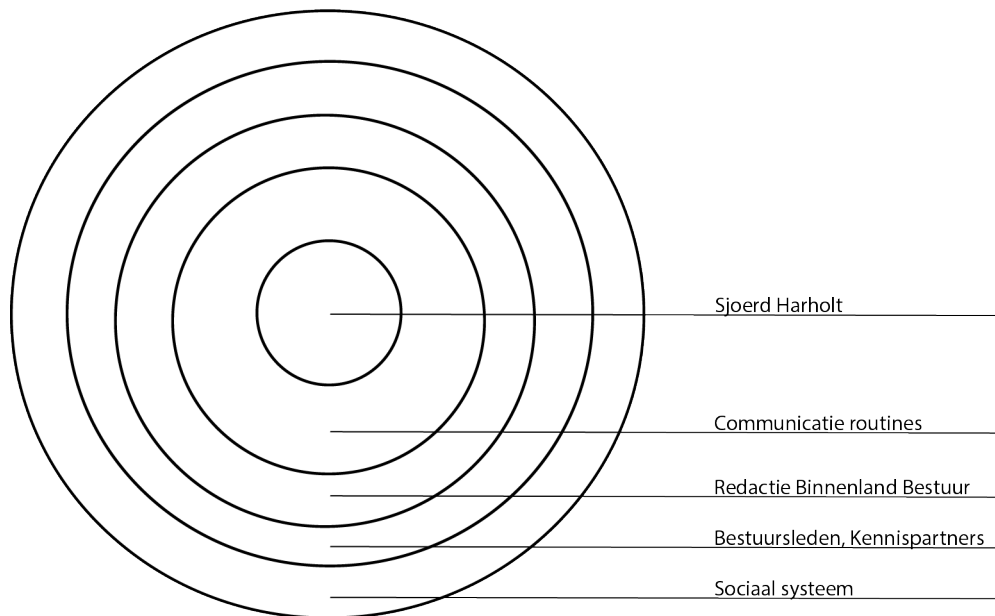
tekstueel als visueel werken volgens Berger. Later in dit hoofdstuk zal dit specifieke element, het vormen en de presentatie van het nieuws, uiteengezet worden aan de hand van *framing* theorieën die beter aansluiten en ook wel worden gezien als een verdieping op het *gatekeeping* concept.

De grondlegging van *gatekeeping* theorie ligt, zoals gesteld, in het veld nieuwssselectie en of nieuws een volgende gate passeert. Het gedachtegoed van *gatekeeping* als metafoor heeft echter meer potentie en is eveneens hanteerbaar buiten het veld van nieuwsinstituten. Het kan ook goed toegepast worden tijdens analyses naar andere media instituten en uitgevers (McQuail, 2010, p. 260). Dit wordt eveneens beaamd door Shoemaker en Vos die daarnaast stellen dat het proces van *gatekeeping* ook op websites terug te zien is (2009). Het proces van nieuwssselectie door een journalist werkzaam bij Algemeen Dagblad, kan daarbij lijken op eenzelfde proces door een gastauteur op een website als Frankwatching. De uiteindelijke resultaten kunnen echter hevig uiteenlopen door de naleving van journalistische ideologieën en economische en sociale aspecten vanuit nieuws- en media-instituten.

Tevens heeft tijd een grote invloed op de selectie van het nieuws (Fishman, 1980; Tuchman, 1978). McQuail bekrachtigt dit door terecht te stellen dat tijd ingebakken zit in de definitie van het nieuws (2010, p. 265). Hoewel het element van tijd niet expliciet wordt beschreven in *gatekeeping* kan dit niet over het hoofd gezien worden in het proces van nieuwssselectie en in relatie tot de AVG. Aangezien de verordening twee duidelijke data heeft, de in acht name en de start van de handhaving, groeit de urgentie naar nieuws omtrent de AVG automatisch over tijd mee. Dit proces van nieuwsgolven, waarbij tijd een cruciale factor speelt, is al meermaals aangetoond door Vasterman in onderzoeken naar de berichtgeving omtrent zinloos geweldig, seksueel misbruik en de nasleep van de Bijlmerramp (2014).

Het concept van *gatekeeping* en het gewicht van tijd op nieuwssselectie laat zich zien in het artikel van Binnenlands Bestuur redacteur Sjoerd Hartholt van 31-1-2017 (zie Figuur 4). In *Organisaties worstelen met nieuwe privacywetgeving* bespreekt Hartholt (2017) een door PwC Privacy Governance studie naar de mate waarop bedrijven in de publieke sector klaar zijn voor de AVG. Hartholt is de redacteur binnen het domein Digitaal besturen bij Binnenlands Bestuur waarbij de redactie bestaat uit zeven leden met elk hun eigen domein en Eric de Kluis als hoofdredacteur (Binnenlands Bestuur, 2018). Het is aannemelijk dat de

communicatie routines, de selectie van het nieuws, hoofdzakelijk door Harholt is uitgevoerd en het eindresultaat is doorgespeeld naar de Kluis ter controle en goedkeuring voor publicatie. Hij stelt tevens de enige te zijn die over de AVG schrijft voor Binnenlands Bestuur (zie Bijlage C – Correspondentie Sjoerd Harholt – Binnenlands Bestuur). Dit zijn duidelijke kenmerken van het organisatorische niveau van *gatekeeping* analyse (Shoemaker & Vos, 2009, pp. 62–75).



Figuur 4. Vijf niveau's van Gatekeeping voor Binnenlands Bestuur. Bewerkt van Gatekeeping Theory (page 31-108), door auteurs P.J. Shoemaker, T. Vos, 2009, New York, United States: Routledge. Copyright 2009

Harholt selecteert binnen het gegeven onderzoekskader door PwC een drietal elementen vanuit de AVG namelijk: mei 2018, privacy impact assessment en de nieuwe boetestructuur. Overige elementen vanuit de AVG worden buiten beschouwing gelaten, iets wat als terecht beargumenteerd kan worden. Dit aangezien de voorgaande onderwerpen goed aansluiten bij de doelgroep waarvoor het geschreven is namelijk bestuursleden. Naast het publiek binnen het niveau van sociale instituut zijn tevens adverteerders, die omschreven worden als kennispartners, geraakt door dit artikel op Binnenlands Bestuur. Het is daarom niet verwonderlijk dat deze aan de zijkant van het desbetreffende artikel te zien zijn aangezien PwC geen kennispartner is binnen dit domein (zie Figuur 5).

...nemen, met veel zijden draadjes en de omgang met nieuwe reggeving benaderen.

Te weinig maatregelen

De organisaties krijgen binnen afzienbare tijd allemaal te maken met vernieuwde privacywetgeving: de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Toch lijkt het erop dat de voorbereiding daarop bij veel organisaties nog niet in gang is gezet. Uit het onderzoek van dit jaar blijkt dat slechts 22 procent van de organisaties met regelmaat risicoanalyses zoals de Privacy Impact Assessment uitvoert. Een op drie doet dit uitsluitend op ad hoc basis, terwijl 45 procent van de deelnemende organisaties aangeeft helemaal geen risicoanalyses uit te voeren in het kader van de omgang met persoonsgegevens, of niet te weten of dat gebeurt. Daarnaast heeft het personeel bij nagenoeg de helft van de organisaties de afgelopen twaalf maanden geen training of opleiding op het gebied van privacy gevolgd.

Voorbereiding meestal nog niet afgerond

Het is voor organisaties verplicht om bij de ontwikkeling en implementatie van nieuwe systemen rekening te houden met de privacy van betrokkenen en de bescherming van persoonsgegevens. Slecht 31 procent van de deelnemers zegt hier rekening mee te houden bij de ontwikkeling van nieuwe systemen. Negen van de tien organisaties heeft inzichtelijk welke persoonsgegevens de organisatie verwerkt, maar slechts 35 procent documenteert de verwerkingen. De voorbereiding op de nieuwe wetgeving is bij de meeste organisaties nog niet afgerond, maar sommigen zijn er nog niet eens mee begonnen. Een kwart van de organisaties heeft de wijzigingen door de toekomstige wetgeving nog niet geïdentificeerd. Uiteindelijk zegt slechts een op tien organisaties met klaar te zijn voor de komende afgevoerde maatregelen.



Figuur 5. Screenshot van Binnenlands Bestuur opgehaald via <http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/nieuws/organisaties-worstelen-met-nieuwe.9557231.lynkx>

De analyseniveaus van *gatekeeping* zijn goed toepasbaar binnen het referentiekader van dit onderzoek. Naast het economische aspect, zoals de uiteenlopende verdienmodellen van kranten, websites en magazines, verkiezen nieuws- en media-instituten vaak welwillend een eigen doelgroep zoals hierboven te zien valt. Daarnaast is dit een integraal onderdeel van het sociale instituut zoals Shoemaker en Vos omschrijven (2009, p. 76). Zo verslaat het Financiële Dagblad nieuws gericht op de financiële en politieke wereld, terwijl De Telegraaf een meer populistische vorm van verslaggeving erop nahoudt en een andere doelgroep voor ogen heeft. Naast de keuze op het niveau van nieuwselectie en gefragmenteerde publieken is vervolgens de wijze waarop het nieuws verpakt wordt van belang en ligt dit tevens in de macht van de journalist of auteur. Om de artikelen adequaat te kunnen analyseren is er gebruik gemaakt van het *framing* concept.

2.3 Framing: Een onderwerp in een bepaald licht plaatsen

In mijn verkenning van de AVG viel op dat de AVG gepresenteerd werd in een toon van paniek door het aanhalen van hoge boetes en de nadruk op het gebrek aan tijd. Er waren drie verschillende manieren terug te zien waarop de AVG werd belicht. Dit ga ik onderzoeken aan de hand van *framing*. Framing theorie verklaart waarom bepaalde thema's op een bepaalde manier gepresenteerd worden dus hoe en waarom de AVG op een bepaalde manier wordt belicht.

Het concept van het frame in relatie tot artikelen over actualiteiten, of het nieuws, is

vaak op vele manieren te koppelen. Denk hierbij aan een frame als context, referentie, thema of zelfs een *news angle* (McQuail, 2010, p. 318). In het geval van dit onderzoek spreken wij van *framing*, ofwel hoe de content gepresenteerd wordt aan het publiek (het frame). Een van de grondleggers van *framing* theorie is antropoloog Erving Goffman. Ook Tuchman roemt Goffman om *framing* in relatie tot nieuws (1978). Bij de presentatie van het frame aan het publiek is het belangrijk dat er tevens een frame of referentie bestaat bij het uiteindelijke publiek die op zichzelf een beeld vormt, na het lezen, op basis van bijvoorbeeld educatie en herkomst.

Goffman noemt dit ook wel het *primary framework*: “indeed a primary framework is one that is seen as rendering what would otherwise be a meaningless aspect of the scene into something that is meaningful.” (1974, p. 21). Met behulp van iemands *primary framework* zal het individu een vertaling maken voor zichzelf en daarbij de situatie begrijpelijk maken. Een artikel gerelateerd aan de AVG over datastructuren zal bijvoorbeeld door de beoogde werking van Goffman’s *primary framework* begrepen worden door het publiek met een IT achtergrond.

Binnen het *primary framework* is er onderscheid te maken tussen het *natural* en *social framework* (Goffman, 1974, p. 22). Het *natural framework* refereert naar het identificeren van situaties van pure fysieke aard zoals het weer of biologische gevallen. Het *social framework* refereert naar het identificeren van situaties door middel van doelmatigheid, menselijke wil en intellect ofwel het betekenis geven vanuit het menselijke subject en hiermee een realiteit vormt (Goffman, 1974, pp. 22–39).

Hoewel gatekeeping academici stellen dat het proces van *gatekeeping* het sociale construct realiseert voor het publiek en hiermee een vorm van realiteit creëert, gaat dit proces werkelijk verder dan slechts deze realisatie (Shoemaker & Vos, 2009, p. 3). De selectie van nieuws is hier uiteraard een laag waarmee rekening gehouden dient te worden aldaar het in een bepaalde mate de inhoud stelt van een artikel en daarmee het voorgeschotelde social construct. Een volgende slag die gemaakt wordt is die van de presentatie ofwel verpakking van de selectie ofwel *framing*, mogelijk in zowel tekstuele als visuele vorm.

Robert Entman (1993), professor in media en publieke relaties, concludeerde dat na een uitgebreid literatuuronderzoek naar *framing* er een duidelijke definitie ontbrak voor de mediawetenschappen. Hoewel het concept van *framing* alomtegenwoordig is binnen

sociale- en de geesteswetenschappen, stelt Entman dat er een gebrek is aan een definitie hoe *frames* ingebed worden, hoe deze zich kunnen manifesteren in een tekst en hoe deze frames invloed kunnen uitoefenen op het denkproces (1993, p. 51). Vanuit het discours van communicatietheorie pleit hij dan ook voor een werkbare definitie aangezien het concept van *framing* een manier geeft om de kracht van communicatieteksten te omschrijven. De analyse van frames zouden daarbij verlichting geven op de exacte manier waarop teksten invloed kunnen uitoefenen op het menselijke bewustzijn (Entman, 1993, pp. 51–52).

In lijn met Goffman betoogt Entman dat framing in haar essentie draait om selectie en het proces van betekenis geven aan deze selectie; “to frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation.” (Entman, 1993, p. 52). Hij schuift hier echter wel naar het idee dat het selecteren van frames een meer bewuste daad is, een notie die populair is en past binnen het mediawetenschappelijke discours (Snow & Benford, 2000).

Entman baseert, naast de literatuurstudie, zijn bevindingen in relatie tot *framing* op zijn eigen mediawetenschappelijke onderzoek naar nieuws en het gebruik van frames. Entman (1991) onderzocht de Amerikaanse berichtgeving van twee identieke luchtvaartongelukken met vele burgerdoden waarbij militaire acties de oorzaak waren (1991). Het eerste vliegtuig was van Koreaanse komaf (KAL 007) en werd neergeschoten in 1983 door een vliegtuig van de Sovjetunie. Het tweede vliegtuig was een Iraanse burgervlucht (Iran Air 655) welke werd neergeschoten in 1988 door een schip van de Verenigde Staten in de Perzische Golf.

De verslaglegging voor beide actualiteiten liepen sterk uiteen waarbij het incident met het Koreaanse vliegtuig werd afgeschilderd als een opzettelijke aanval met vele slachtoffers en een emotionele ondertoon. Het incident met de Iraanse vlucht was echter een tragedie, een vergissing waarbij de toon neutraal bleef met slechts technische details en een opvallend gebrek aan emotie (Entman, 1991). De analyse van teksten aan de hand van *framing* theorie laat goed zien dat de keuze van woorden de uiteenzetting van de tendens een grote impact kan hebben op het algehele verhaal.

Het proces van *framing* is terug te zien in verschillende artikelen omtrent de AVG. Zo lijken er drie frames leidend te zijn, namelijk: reporting, angst en selling. Een exemplarisch voorbeeld van *framing* is te zien in het artikel geschreven door Franka Rolvink Couzy,

journalist voor Het Financiële Dagblad. Met de titel 'Miljoenenboete Facebook is kinderspel bij wat komen gaat' zet Couzy een tendens richting angst in relatie tot de AVG. Deze lijn zet zij vervolgens sterk door in het gehele artikel met quotes van Aleid Wolfsen, voorzitter van de Autoriteit Persoonsgegevens. Deze stelt dat hoge boetes sneller uitgedeeld zullen worden waarbij er geen ruimte is voor overleg of onderhandeling (Couzy, 2017). Couzy en Wolfsen hadden kunnen kiezen voor enige nuancering en een andere woordkeuze maar zetten hevig in op het onderwerp van boetes om angst in te boezemen. Wolfsen doet dit naar alle waarschijnlijkheid om de macht en reikwijdte van de Autoriteit Persoonsgegevens te laten zien.

McQuail stelt dat *framing* tevens een manier is om een reeks aan losse geïsoleerde feiten te verzamelen tot een geheel, een uiteindelijk verhaal of nieuwsproductie (2010, p. 318). Het is dan ook vrijwel onmogelijk volgens McQuail dat journalisten in deze vertalingsslag dichtbij pure objectiviteit kunnen blijven, iets wat juist hoog in het vaandel staat zoals eerder geconcludeerd kon worden vanuit de ideologieën van journalistiek.

Entman erkent dit en maakt daarbij onderscheid tussen de verschillende wijzen waarop journalisten de *framing* toepassen (2007). Het eerste type is die van opzettelijke falsificatie ofwel verzuim waarbij de journalist zichzelf ver verwijderd van objectiviteit. Het tweede type is die van content bias waar de realiteit van het nieuws sterk een kant op leunt zonder invloed van de journalist. Het derde type is *decision-making bias* waar de motivatie en de mindset van de journalist onopzettelijk wordt beïnvloed (Entman, 2007).

Dit onderzoek naar frames in relatie tot de AVG verslaglegging is interessant om te ontdekken hoe de journalisten en auteurs de artikelen tekstueel verpakken. *Framing* is daarbij van belang voor de tekstuele analyse in dit onderzoek. Dit zal namelijk sterk uiteenlopen aangezien journalisten of auteurs een bepaalde realiteit willen neerzetten over de AVG. Auteurs met grote economische belangen, een winstoogmerk door het verkopen van diensten of producten, kunnen opzettelijk het nieuws over de AVG zo *framen* dat het negatief of beangstigend kan overkomen. Door de berichtgeving negatief te *framen* bestaat er zo een beangstigende realiteit waarbij de auteur, niet geheel onopvallend, soelaas biedt.

3.0 Methode: Een comparatieve tekstanalyse

In dit hoofdstuk komt de methodologische verantwoording aan bod met het theoretisch kader als uitgangspunt. Allereerst worden de zoekwoorden omschreven die voor dit onderzoek van belang zijn. Ten tweede zal het proces van verzameling met behulp van de database LexisNexis aan bod komen. Zo wordt er beter gekeken naar het aantal artikelen die door het proces van *gatekeeping* heen kwamen. Ten derde kijken wij naar de analyse methode van *framing* die door middel van een close reading verder ingaat op de schrijfwijze van journalisten en auteurs. Vervolgens komt de inhoudelijke behandeling van de AVG verslaglegging aan de orde door middel van een categoriseringsschema. De inhoudelijke behandeling en *framing* methoden geven dan ook direct antwoord op twee van de deelvragen. Tenslotte presenteer ik een lijst met methodologische beperkingen waar rekening mee is gehouden voor en tijdens dit onderzoek.

3.1 Search query onderzoek door AVG gerelateerde keywords

Het gebruik van de juiste zoekwoorden is van belang om de juiste resultaten te vinden bij het gebruik van zoekmachines. Bij het bepalen van de zoekwoorden is er rekening gehouden met een drietal factoren die van grote invloed zijn op de uiteindelijke zoekresultaten. In de volgende alinea's worden deze factoren uiteengezet.

Allereerst betreft de AVG een wetgeving op Europees niveau. Hierdoor kunnen de benamingen uiteenlopen van de Nederlandse variant, Algemene Verordening Gegevensbescherming, of de Engelstalige, General Data Protection Regulation. Ten tweede is er rekening gehouden met de afkortingen die hieruit voortvloeien zoals het in dit stuk gebruikte AVG maar daarnaast ook de Engelstalige afkorting GDPR. Ten derde zal, ondanks dat dit onderzoek zich beperkt tot de verslaglegging in de Nederlandse media, er rekening gehouden moeten worden dat journalisten en andere auteurs zowel beide termen kunnen gebruiken in de door hen geschreven artikelen.

Door de initieel beperkte resultaten met de eerder gekozen zoekwoorden vanuit de eerste selectie is de keuze gemaakt om het zoekveld breder te trekken. Vanuit de gedachte dat auteurs het onderwerp, de Europese privacywetgeving, wel kunnen behandelen maar er bijvoorbeeld niet voor kiezen om de term daadwerkelijk expliciet te vermelden. Mede hierom zijn er een viertal termen toegevoegd die ruimer te interpreteren zijn door zowel

mens als machine (zie Figuur 10). Dit proces is ook wel bekend als *snowball sampling* waarbij er verder wordt gebouwd na de aanvankelijke resultaten (Goodman, 1961).

Selectie 1 (31-10-2017)	Selectie 2 (8-11-2017)
Algemene Verordening Gegevensbescherming	Wetgeving privacy
AVG General Data Protection Regulation	Richtlijn privacy Autoriteit Persoonsgegevens
GDPR	AP

Figuur 6. Zoekfasen en woorden

Dit resulteerde in een groot aantal extra resultaten die lang niet altijd relevant waren. Tegelijkertijd werd de tijd die gespendeerd is aan het zoekproces drastisch vergroot. Echter heeft dit ook een positieve keerzijde om het mogelijke probleem van *Source Distance* te vermijden. Rogers stelt (2013): “As the term suggests, it is the study of the distance of a source from the top of the rankings. How far from the top are certain sources per query? Do the top sources share a particular type or bent?” (p.113). Door specifieke zoekwoorden te hebben gekozen en daarbij alle zoekresultaten te indexeren is er niet langer sprake van *Source Distance*. Alle zoekresultaten worden tenslotte geregistreerd en bekeken om te zorgen dat er zo veel mogelijk relevante artikelen in het corpus vallen.

Bij de bepaling van alle zoekwoorden is naast het advies van Bryman, ook de definitie van *query design* gebruikt door Rogers: “That is, when querying an engine, some users fill in sentences, pose fully punctuated questions, or make remarks in search engine input fields, as if in conversation with the engine..” (Rogers, 2013, p. 104). Tijdens het onderzoek is er mede daarom gekozen voor duidelijke korte zoekwoorden of korte combinaties tussen deze zoekwoorden. Het is voor de zoekmachines in kwestie dan makkelijker om de search query’s uit te voeren. Tevens zou het door Rogers genoemde voorbeeld niet werkbaar zijn tijdens dit onderzoek vanwege de verschillende varianten van zoekmachines op de sites.

3.2 Corpusverzameling met behulp van LexisNexis en zoekmachines

Het initiële startpunt van dit onderzoek was de bestudering van verslaglegging omtrent de AVG in de Nederlandse (kwaliteits-) dagbladen. Hiervoor is er intensief gebruik gemaakt van de Amerikaanse databaseplatform LexisNexis. LexisNexis is een verzameling van nieuwsberichten, juridische en bedrijfsinformatie van tienduizenden websites, blogs sociale media en forums (LexisNexis, 2017). LexisNexis staat erom bekend een uitgebreide digitale database te hebben met krantenartikelen van de Nederlandse kwaliteitsdagbladen.

In totaliteit zijn er 55 krantenartikelen gevonden inclusief regionale dagbladen. De reden hiervan was het zeer beperkte corpus met slechts de Nederlandse (kwaliteits-) dagbladen. Vanwege de tegenvallende resultaten is er gekozen om het corpus te vergroten. Het lijkt namelijk dat de AVG geen ruim besproken onderwerp is in het populaire discours. Vanuit de eerdergenoemde zoekactiviteiten vanuit LexisNexis kwamen er een aantal specifiekere websites naar voren die het onderwerp AVG meer bespraken. Omdat het publiekelijke debat zich daar meer plaats lijkt te vinden is er gekozen om de platformen voor *special interest groups* zoals: Marketing Facts, Frankwatching en Binnenlands Bestuur te betrekken in het corpus. Tevens is De Correspondent toegevoegd om hun vorm van onderzoeksjournalistiek te spiegelen aan die van de kranten. Het was hierbij bekend dat er een tal van andere nieuws- en media instituties betrokken konden worden zoals Emerce¹³ of De Groene Amsterdammer¹⁴. Emerce geeft aandacht aan het onderwerp van de AVG¹⁵¹⁶. Echter is er gekozen om LexisNexis leidend te laten om zo de *inter-archive reliability* later te kunnen verhogen (zie 3.6 Beperkingen van de onderzoeksmethoden) en het corpus af te bakenen vanwege de omvang.

3.3 Corpus

Op basis van de selectief gekozen zoekwoorden en de uitvoerige methodische verantwoording bestond het initiële corpus na twee zoekrondes uit een totaal van 532 artikelen in de periode van 1 januari 2015 tot 9 november 2017. Dit besloeg alle resultaten

¹³ Emerce is niet geïndexeerd door LexisNexis

¹⁴ Slechts een resultaat buiten het gekozen tijdsbestek op 6 december 2017
<https://www.groene.nl/artikel/de-muren-hebben-sensoren>

¹⁵ <https://www.emerce.nl/nieuws/thuiswinkelorg-lanceert-privacytool>

¹⁶ <https://www.emerce.nl/achtergrond/algemene-verordening-gegevensbescherming-verandert-cht>

uit de Nederlandse kwaliteitsdagbladen, lokale dagbladen, De Correspondent en de *special interest groups* Frankwatching, Marketing Facts en Binnenlands Bestuur. Zoals beschreven zal worden verderop in de methodiek was er opzettelijk gekozen voor een tweede zoekronde met bredere begrippen als privacywetgeving en richtlijn privacy.

Op het moment van afronden van dit onderzoek (februari 2018) begint de aandacht voor de AVG in de Nederlandse media te groeien (Nu.nl, 2018a, 2018b). De aandacht doet echter nog geen recht aan het belang van de AVG en bijvoorbeeld de voorbereidingen die organisaties dienen te treffen. Met een periode van twee jaar om te voldoen aan de eisen van de AVG vind ik het ronduit opmerkelijk dat slechts vier maanden voor de handhaving de informatievoorziening op gang komt. Een goed voorbeeld hiervan is een reclamespot op Radio 538 waarin de AP melding maakt over de AVG en dat organisaties zich klaar moeten maken voor de nieuwe verordening waarbij zij de website hulpbijprivacy.nl vermelden.

Voordat de verdere analyses als verslaglegging over tijd (zie 4.2 Verslaglegging over tijd), soorten nieuws (zie 4.3 Inhoudelijke behandeling van de AVG) en frames (zie 4.4 Framing van de AVG) uitgevoerd konden worden, diende het corpus gedistilleerd te worden. Op deze wijze werden alleen de artikelen gefilterd waarin expliciet AVG werd genoemd of waar er een duidelijke verwijzing was naar de AVG. Vanuit dit proces bleven er uiteindelijk 170 (31,95%) publicaties over van het initiële corpus. Tijdens dit proces werd het evident dat er al verschillende frames te herkennen zijn door de wijze waarop journalisten en andere auteurs de berichtgeving vormgeven.

In totaal besloeg het krantencorpus 48 relevante artikelen van de 54 initiële gevonden stukken. De berichtgeving kwam daarbij voort uit 15 entiteiten. Daarbij was er enige kruisbestuiving onvermijdelijk. Zo werd er een artikel gepubliceerd in zowel *NRC Handelsblad* als *NRC Next* met vrijwel identieke inhoud. Dit gold ook voor het *Algemeen Dagblad* met drie regio afhankelijke varianten namelijk *AD/De Dordtenaar*, *AD/Rivierenland* en *AD/Groene Hart*. Met 24 artikelen, 50% van het totale corpus van krantenartikelen was *Het Financiële Dagblad* veruit het Nederlandse kwaliteitsdagblad dat de meeste verslaglegging deed over de AVG. Om dit in perspectief te plaatsen was *De Telegraaf* met vijf artikelen de nummer twee in verslaglegging.

Vanuit de gedachte dat *Het Financiële Dagblad* een krant is met een duidelijke focus op nieuws gerelateerd aan, beurs, financiële wereld, economie, politiek en ondernemen, is het niet verwonderlijk dat een onderwerp als de AVG breed uitgemeten wordt. Zij heeft

tenslotte ervoor gekozen om deze, door de AVG geraakte doelgroep, te voorzien van informatie. De totale verslaglegging in aantal artikelen zag er voor (kwaliteits-) dagbladen als volgt uit (zie Figuur 6).

Naam nieuws instituut	Aantal artikelen
Het Financiële Dagblad	24
De Telegraaf	5
Leeuwarder Courant	3
NRC Handelsblad	2
AD/De Dordtenaar	2
Dagblad van het Noorden	2
De Trouw	2
Het Parool	1
NRC Next	1
Limburgs Dagblad	1
AD/Algemeen Dagblad	1
AD/Rvierenland	1
AD/Groene Hart	1
Reformatisch Dagblad	1
De Volkskrant	1

Figuur 7. Verslaglegging in de kranten vanaf 1 januari 2015 t/m 9 november 2017

De overige 116 artikelen zijn gepubliceerd door de overige drie mediabronnen (zie Figuur 7). In de volgende alinea's worden de desbetreffende websites behandeld in de volgende orde van de minst naar de meeste artikelen. Dit laat zien dat het onderwerp van de AVG aanzienlijk meer leeft bij de SIG's in tegenstelling tot de vele nieuwsinstituten binnen de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen. Omdat de gekozen platformen zich duidelijk richten op gefragmenteerde (deel)publieken worden deze verder uiteengezet ter verduidelijking.

De jongste website in dit onderzoek is die van De Correspondent, opgericht in 30 september 2013 na een succesvolle crowdfunding campagne (2017). Aanvankelijk zijn er 51 artikelen gevonden waar er 45 niet relevant van bleken te zijn. Met zes relevante artikelen (11,76%) is het een van de mediabronnen met de minste artikelen. Dit is echter niet

verwonderlijk vanwege het gedachtegoed wat schaaft achter De Correspondent namelijk het publiceren van artikelen met een hoogwaardige kwaliteit door gedegen onderzoek en journalistiek werk.

Frankwatching, opgericht in 2004 door Frank Janssen, is naast een informatieve website tevens een platform voor opleidingen (Frankwatching, 2017). Met een focus op onderwerpen als marketing, communicatie, sociale media en technologie is Frankwatching een bron van informatie voor vele professionals. De zoekmachine van deze website werkte als een van de beste door direct relevante resultaten te vermelden. Dit is tevens te zien in de eerste destillatie doordat er een totaliteit van 72% relevante artikelen uit de initiële zoekresultaten overbleven.

Met 13,57% was MarketingFacts echter een website met een minder geslaagde zoekmachine. Van de 140 artikelen bleken er 19 relevant te zijn voor de AVG. Tijdens het zoekproces zorgde dit ook voor enige vertraging door de vele False Positives (zie Beperkingen 3.6). Opgericht in 2002 staat Marketingfacts bekend als het kennisplatform op het gebied van interactieve marketing (Marketingfacts, 2017). Binnenlands bestuur is met 262 resultaten veruit de grootste leverancier van artikelen. Hiervan was 30,15% relevant ofwel 79 artikelen. Dit platform zet zichzelf in de markt als een kwalitatief platform voor ambtenaren en bestuurders in alle lagen van de overheid (Binnenlands Bestuur, 2017b).

Website	Initieel	Gedestilleerd
Frankwatching	25	18
Marketing Facts	140	19
Binnenlands Bestuur	262	79
De Correspondent	51	6

Figuur 8. Gevonden vs. Relevant voor special interest groups

Om de artikelen omtrent de verslaglegging over de AVG tekstinhoudelijk te kunnen analyseren, zal dit onderzoek uitgevoerd worden vanuit de empirisch benadering met comparatieve kwalitatieve tekstanalyse. Empirisch onderzoek is de wetenschap vanuit de eigen ervaring waarbij er werkelijk wordt gekeken naar het verschijnsel, dit ervaart en vervolgens analyseert (Jong de, 2015, p. 141). Daarbij zijn de eigen waarnemingen essentieel voor onder andere het zoeken, lezen, beoordelen en analyseren van de artikelen over de

AVG. Dit zal uiteindelijk resulteren in kwalitatieve resultaten. Kwantificatie van de resultaten is bewust niet gekozen aangezien passages gelezen moeten worden om te oordelen in welk frame zij vallen.

Vanwege de onderhandelingen in het Europees parlement omtrent de AVG die van 2013 t/m 2015 liepen (zie 4.1 Algemene Verordening Gegevensbescherming), de publicatie van de wetteksten op 4 mei 2016 en de uiteindelijke inwerkingtreding op 24 mei 2016, is er bewust gekozen voor een start datum van 1 januari 2015. Door de tijdlimitatie voor de oplevering van de master thesis is 9 november 2017 gekozen om het uiteindelijke corpus te kunnen afsluiten om tijdig de analyses uit te voeren. Het is bekend dat er zevental aan maanden resterend is tot de uiteindelijke handhaving van de AVG. Dit mag echter niet de resultaten van dit onderzoek ten nadele komen aangezien het een accuraat beeld geeft hoe de verslaglegging is verlopen van inwerkingtreding tot 1,5 jaar later.

De gevonden publicaties worden voor de kwantitatieve analyse op een gestapelde plot diagram geplotted met behulp van Google Sheets. Door de visuele uiteenzetting van de gevonden kwantitatieve resultaten zal onder andere de verslaglegging over tijd worden geanalyseerd. Het aantal publicaties zal voor het gehele tijdsbestek maandelijks bij elkaar worden opgeteld om zo duidelijke stijgingen en dalingen te constateren in de publicatie frequentie. Dit zal antwoord geven op de deelvraag over de verslaglegging over tijd.

3.4 Framing: Manieren om over de AVG te spreken

Woordkeuze en zinsopbouw zijn belangrijke factoren in de wijze waarop schrijvers zoals journalisten en auteurs hun verhaal overbrengen. Dit is opvolgend aan het proces van nieuwsselectie zoals omschreven met het concept van *gatekeeping* (zie 2.2 De gatekeeping rol van de media). Daarmee wordt *framing* gezien als een verdieping op *gatekeeping*. Hoe auteurs en media instituties met deze macht omgaan, kan uiteenlopen. Hebben zij de opdracht om zo objectief mogelijk het nieuws te verslaan of wegen de economische belangen zwaarder zoals advertentie-inkomsten?

Baldwin van Gorp laat zien dat *framing* van grote invloed kan zijn op het verslaan van nieuws. In van Gorp zijn doctorale boek genaamd *Framing Asiel* gebruikt hij verschillende *framing* mechanismen zoals tekst, typografie en afbeeldingen om inhoudelijk identieke stukken te publiceren. Daarmee stelt hij twee frames op gerelateerd aan het onderwerp asielzoekers, namelijk het indringer frame en het slachtoffer frame. Lezers werden door de

framing mechanismen gestuurd om zo de asielzoekers te zien als indringers of slachtoffers (van Gorp, 2006). Daarmee toont hij aan dat *framing* voor beïnvloeding kan zorgen zoals gesteld door framing theoretici als Entman (Entman, 1993).

Experimentele onderzoeken laten zien dat frames het denk- en beslissingsproces van mensen kan beïnvloeden. Dit varieert van het maken van beslissingen in onzekere situaties (Kahneman & Tversky, 1984, 2000), het toekennen van verantwoordelijkheden (Iyengar, 1991) en het cynisme ten opzichte van politieke structuren (Cappella & Jamieson, 1997).

Politiek wetenschapper Roger Pielke (2007) biedt in zijn werk *The Honest broker* een viertal perspectieven in relatie tot het beoefenen van professioneel gedrag. Zijn geïdealiseerde rollen van kennisoverdracht geven een goede theoretische blauwdruk op de wijze waarop auteurs kunnen opereren zoals het een aantal keer is geschetst (Pielke, 2007, p. 1). Dit komt overeen met de ethische en morele consequenties die voor journalistiek gelden zoals die door Mark Deuze zijn geschetst (2005). Bij het lezen van de teksten kwamen er een drietal manieren naar voren waarop de journalisten en auteurs het nieuws over de AVG naar buiten brachten namelijk reporting, angst en selling. Om de artikelen binnen het corpus te comparatief te analyseren zijn er derhalve een drietal frames theoretisch verdiept op basis van de posities. Door de teksten te lezen en te beoordelen op inhoud zijn de teksten in een frame te plaatsen.

Teksten kunnen logischerwijs overlappen tussen twee of zelfs wel meerdere frames. Zo kan een auteur kiezen om elementen vanuit de AVG te vermelden maar tegelijkertijd angst oproepen door woordkeuzes voor titels of zinnen. Tot slot kan de auteur ook gelijktijdig eigen diensten adviseren. Er zal echter altijd maar één frame leidend zijn, dit op basis van het frame wat het sterkst vertegenwoordigd is door de inhoudelijke keuzes van de auteurs. Voorbeelden hiervan komen in de volgende alinea's nog verder aanbod.

De eerste positie is de rol van *The Honest Broker* die ernaar streeft om behulpzaamheid te zijn door bijvoorbeeld de lezer te informeren over de AVG (2007, p. 1). De auteur houdt zich aan duidelijke verslaglegging over het fenomeen en de elementen die de AVG bevat en probeert deze op een zo duidelijk mogelijke wijze over te brengen. De tendens van het artikel niet een positieve of negatieve kant opgestuwd. Op basis van deze positie is het reporting frame geconstrueerd.

Het beste voorbeeld hiervan is het artikel door journalist Dimitri Tokmetzis (2016) geschreven op 14-4-2016 genaamd 'Drie keer belangrijk privacynieuws uit Europa' dat is

geplaatst op De Correspondent. Tokmetzis (2016) wijdt niet verder uit dan de hoofdelementen van het nieuws namelijk het aannemen van het GDPR in het Europees parlement, informeren wanneer de wet gehandhaafd wordt en de belangrijkste hoofdpijlers die de wet met zich mee brengt. Daarbij stuurt Tokmetzis (2016) weg van de meer sensationele vormen van verslaglegging, iets wat in frame twee vaker voorkomt.

De tweede en gelijk derde zijn die van de *Science Arbitor* modus van interactie waarbij de auteur vervalt in de rol van *Stealth Issue advocacy* (Pielke, 2007, p. 2-3). Auteurs binnen dit frame geven een registratie over het fenomeen AVG. Echter sturen zij, met behulp van negatief geladen woorden, de titels en passages. Dit kan voor eigen gewin zijn of het sensationaliseren van de verslaglegging. Zo worden, wellicht opzettelijk, belangrijke elementen uit de AVG vermeden zoals in het geval van data portabiliteit. Daarentegen worden er uitgebreide passages geschreven over de boeteclausules of de tijdsdruk die er ligt met het goed implementeren van de AVG. Op basis van de *Stealth Issue advocacy* positie is het angst frame geconstrueerd.

Matthias de Bruyne (2017), werkzaam bij marketing en data brancheorganisatie DDMA, publiceerde een exemplarisch voorstel voor een artikel wat past binnen het tweede frame. De Bruyne's gekozen titel voor het stuk op Marketing Facts, 'Marketeers nog lang niet klaar voor GDPR', zet direct de toon voor marketeers in relatie tot de AVG. Met pakkende alinea's maakt de auteur de keuze om de verslaglegging omtrent het door DDMA uitgevoerde onderzoek angst in te boezemen. Hierdoor speelt De Bruyne de organisatie DDMA in de kijker als autoriteit op het gebied van AVG waarbij DDMA op de website meerdere documenten aanbiedt die hulp bieden bij de implementatie van de AVG. Om toegang tot deze artikelen te krijgen dient de gebruiker echter een omzetafhankelijke en jaarlijkse contributie te betalen. De Bruyne noemt dit, het expliciet aanbieden van de extra diensten of services, niet.

De vierde positie is die van *Issue Advocates* waarbij auteurs proberen de lezer te overtuigen of te activeren. De overtuiging of activatie is hierbij in het belang van de auteur die graag haar of zijn diensten wil verlenen of producten wil verkopen (Pielke, 2007, p. 2). Overlap met de twee voorgaande frames is hierbij mogelijk. Zo zijn er auteurs die vanuit een reporting frame hun diensten vervolgens adverteren. Een vaker voorkomend voorbeeld zijn auteurs die angst framing gebruiken om zo een voet tussen de deur te krijgen en vervolgens in het selling frame vervallen om in contact te komen. Dit gebeurt zowel impliciet als

expliciet maar is snel evident door de woordkeuzes. Op basis van deze positie is het selling frame geconstrueerd.

Robert van Vianen, partner bij consultancybureau BDO Utrecht, publiceerde op 29-9-2017 een artikel op Binnenlands bestuur getiteld ‘Budget autoriteit persoonsgegevens omhoog’. Hoewel andere partijen hier informatief over schreven, bracht van Vianen het nieuws zo dat de Autoriteit Persoonsgegevens nu veel actiever gaat controleren en dat de kans op boetes enorm gaat groeien. In het slotstuk biedt BDO Utrecht dan ook haar diensten aan om beter voorbereid te zijn vanwege de toezichthouder met meer capaciteit (van Vianen, 2017). In het voorgaande voorbeeld is het desbetreffende artikel gecategoriseerd in het selling frame. Dit omdat de auteur een duidelijk doel voor ogen heeft met het artikel, verkopen van diensten, en hiervoor angst als middel gebruikt.

Aan de hand van de het reporting frame, het angst frame en het selling frame zijn de artikelen binnen het corpus geanalyseerd en ingedeeld om inzichtelijk te krijgen welke keuzes de auteurs maken in relatie tot de verslaglegging omtrent de AVG (zie Figuur 8). Daarbij gaat de aandacht uit naar de tekstuele verpakking en de interpretatie door de onderzoeker. Voor een vervolgonderzoeker zou experimentele onderzoeksopzet met proefpersonen een mogelijkheid zijn. Dit ligt echter niet in de scope van dit onderzoek. De gekozen *framing* methode zal antwoord geven op de deelvraag hoe de artikelen over de AVG geframed worden.

Frame 1 - Reporting	Frame 2 – Angst	Frame 3 – Selling
Artikelen bevatten neutrale woordkeuzes en de auteur houdt zich aan feitelijke verslaglegging.	Artikelen bevatten negatieve woordkeuzes en connotaties. Auteur legt de nadruk op negatieve elementen (bijvoorbeeld boeteclausules) en negeert positieve elementen vanuit de AVG (bijvoorbeeld dataportabiliteit).	Artikelen bevatten duidelijk één of meerdere elementen waar in diensten worden aan geboden of expliciet contactgegevens worden gedeeld.
<i>Voorbeeld</i>	<i>Voorbeeld</i>	<i>Voorbeeld</i>

Figuur 9. Drie frames van verslaglegging in relatie tot de AVG

3.5 Diepgang in de AVG verslaglegging

Tijdens het zoekproces werd evident dat de omvang en inhoud van artikelen, gevonden met de zoekwoorden, sterk uiteenliep. Zo zijn er publicaties met slechts marginale verwijzingen naar de AVG tegenover volledige achtergrondartikelen over de implicaties die de AVG met zich het meebrengt voor bijvoorbeeld dataopslag en algoritmes. Om de artikelen te categoriseren op basis van het type verslaglegging is er gebruik gemaakt van de door Vasterman (2014) bepaalde classificaties die hij eveneens toepaste in zijn onderzoek naar het fenomeen mediahype (p. 68). Door dit te doen kan er beter onderscheid gemaakt worden tussen werkelijke berichtgeving over de AVG of slechts berichtgeving over verwante onderwerpen zoals de meldplicht datalekken wet of de aankomende e-privacy wet. Vasterman (2014) identificeerde subcategorieën om zo nieuwsgolven in relatie tot de mediahype juist te bestuderen. Aangezien er geen onderzoek wordt gedaan naar een mediahype is er gekozen om slechts de relevante subcategorieën te operationaliseren in dit onderzoek die in de volgende alinea's worden uiteengezet.

Kepplinger en Habermeier (1995) maken allereerst de indeling naar drie soorten nieuws namelijk: *key events*, *similar events* en *thematically related events*. *Key events* worden omschreven als "spectacular reports about more or less unusual occurrences". *Similar Events* als "occurrences of the same type" en *thematically related events* als "occurrences factually related with the key events, but not belonging to the same class of events" (Kepplinger en Habermeier, 1995, p. 374). Vasterman brengt deze vervolgens onder in twee typen namelijk incidenteel en thematisch nieuws (2014, p. 68). Incidenteel nieuws heeft te maken met het verslaan van gebeurtenissen die vanuit zichzelf ontstaan. Een concreet voorbeeld is het aannemen van de verordening door het Europees parlement, de Raad en Commissie. Hieronder zal direct de classificatie *Key Event* geschaard worden als subcategorie zoals geïdentificeerd door Kepplinger en Habermeier (1995).

Thematisch gerelateerd nieuws is een overkoepelende categorie waarbij het nieuws een productie is gevormd door nieuws- en media instituten. In deze categorie vallen opinie- en achtergrondartikelen, maar ook nieuws met marginale verwijzingen in relatie tot het Key Event. In dit onderzoek wordt geen gebruik gemaakt van het similar events type dat door

Kepplinger en Habermeier is opgesteld (1995). De overweging hiervoor is de focus op het onderwerp AVG. Gelijksoortige onderwerpen zijn bijvoorbeeld de E-privacy wet en de meldplicht datalekken. Hoewel deze wetten verwant zijn aan de AVG, zijn deze onderwerpen niet van belang. De voorgaande overwegingen hebben geresulteerd in het classificatieschema wat gehanteerd voor de ordening van soorten nieuws over de AVG (zie Figuur 10).

Incident gerelateerd nieuws	Thematisch gerelateerd nieuws
<i>Source generated</i>	<i>Media generated</i>
Key Events	Opinie
	Marginale verwijzing
	Achtergrond

Figuur 10. Ordening soorten nieuws over de AVG

3.6 Beperkingen van de onderzoeksmethoden

Voor dit onderzoek zijn er een aantal beperkingen bekend door het gebruik van de gekozen theorieën en methoden. Allereerst zou het onderzoek doorgetrokken kunnen worden tot mei 2018 om zo een completer beeld van de verslaglegging te krijgen wat betreft de gefragmenteerde deelpublieken en de kwaliteits- dagbladen. Zoals eerder gesteld is dit echter geen optie door de thesis deadline die binnen blok 2 moet vallen. Zoals een aantal keer eerder gesteld hebben de media een lange tijd geslapen en komt de informatievoorziening nu (februari 2018) langzaam pas opgang. Dit is simpelweg te laat voor vele organisaties die mogelijk nu pas voor het eerst horen over de AVG en onder een behoorlijke tijdsdruk de implementatie moeten realiseren.

De startdatum van januari 2015 is met opzet gekozen door de limitatie van de zoekmachine op het platform Marketing Facts. Deze kan geen zoekresultaten weergeven voor 1 januari 2015. Het kan zijn dat er hierdoor resultaten worden uitgesloten bij de overige bronnen. Gezien het tijdsfad van de AVG en de uiteindelijke constatering van de hoeveelheid publicaties moet dit echter geen aanzienlijk probleem opleveren.

Dit onderzoek beperkt zich 'slechts' tot de Nederlandse (kwaliteits-) dagbladen en de gekozen platformen voor *special interest groups*. Zoals eerder gesteld vallen hiermee de juridische en het Nederlandse en Europese overheidsorganen buiten de scope door het

gebrek aan toegang. Er is het besef dat Nederlandse burgers meer media consumeren dan slechts de Nederlandse. Echter zal dit buiten beschouwing worden gehouden vanwege de scope.

Door het gebruiken van LexisNexis werd er rekening gehouden met de methodologische implicaties die een digitale database en de verwante zoekmachine met zich mee kunnen brengen. David Deacon (2007), professor of communication and media analysis aan de universiteit van Loughborough onderzocht de validiteits- en betrouwbaarheidsimplicaties die bij het gebruik van LexisNexis kunnen opspelen. In de volgende alinea's worden deze implicaties uiteengezet en daarbij de oplossingen die zijn gebruikt in de loop van dit onderzoek.

Bij het opvragen van krantenartikelen via LexisNexis worden deze gepresenteerd in uitsluitend tekstuele vorm. Hierbij zijn de artikelen ontdaan van hun typografie, werkelijke publicatie in het opzicht van design en afbeeldingen. Deacon (2007) noemt dit ook wel, *loss of the visual dimension* (p. 10). Aangezien de aandacht uitgaat naar de tekstuele representatie zal het verlies van de visuele dimensie geen probleem vormen voor de analyse. Juist de taalkeuzes binnen de structuren van taal komen aanbod en worden door de eerder behandelde frames onderzocht. Higgens (2001) stelt:

Visual structures and linguistic structures both realise meanings. These in part overlap between the two modes but are also different; some things can be said only visually, others only verbally. The way in which meanings are realised will be different: language choices are between, for instance, word classes, tenses, and semantic structures; visual choices are between, for example, colours, camera angles, and compositional structures." (p. 87–88)

Een volgend methodologisch punt is die van *False Positive* en *False Negatives*. *False Positives* zijn hierbij zoekresultaten die één of meerdere betekenissen kunnen hebben (Deacon, 2007, p. 6). Dit resulteert in een langere lijst met zoekresultaten waarvan de bruikbaarheid uiteen kan lopen. *False Negatives* refereert naar zoekwoorden die te specifiek zijn of naar woorden die eerder niet gebruikt werden (Deacon, 2007, p. 6). Een voorbeeld hiervan is de verslaglegging voordat de term AVG gangbaar werd in de Nederlandse media. Hiervoor werd bijvoorbeeld Europese Privacy Verordening gebruikt als de vertaling voor de General Data Protection Regulation. Door weloverwogen zoekwoorden te kiezen (zie Figuur 10) zijn beide complicaties verminderd.

Ondanks de belofte van LexisNexis alle krantenartikelen te hebben, constateerde Deacon (2007) dat er een discrepantie kan zitten tussen de werkelijke hoeveelheid artikelen bij een krant en de artikelen in de database van LexisNexis. Na het indexeren van alle artikelen uit de kwaliteitsdagbladen is daarom een extra controle gedaan bij de desbetreffende dagbladen of 1) de artikelen overeenkomen en 2) er artikelen zijn gemist die wel gevonden konden worden via de kwaliteitsdagbladen zelf. Door deze extra bewerking is de, door Deacon voorgestelde, *Inter-archive reliability* verhoogd en de integriteit van het corpus verder verstevigd (Deacon, 2007, p. 16).

Tijdens het gebruik van de database werden er ook dubbele resultaten gevonden, soms wel drie keer. Deze dubbele resultaten zijn allereerst extra gecontroleerd qua inhoud en tekst of het wel degelijk een dubbel resultaat bevatte. Vervolgens zijn deze ontdebeld alvorens de volgende stap van de analyse werd uitgevoerd. De reden van de dubbele resultaten is onduidelijk zoals ook Deacon heeft geconcludeerd (Deacon, 2007, p. 21).

Tot slot gaan de archieven van LexisNexis tot 30 jaar terug, ruim voldoende daar dit onderzoek zich richt op de afgelopen 1,5 jaar en mede daardoor geen legitiem probleem. Hoewel de bovenstaande punten toegespitst zijn op het gebruik van LexisNexis kunnen zij eveneens gelden tijdens het gebruik van andere databases en zoekmachines en worden zij dan ook in acht genomen.

Door het verbreden van het corpus is er naast LexisNexis gebruik gemaakt van meerdere zoekmachines. Het is bekend dat het gebruik van zoekmachines slechts een percentage van het totale web indexeren (Zimmer, 2010, p. 655). Tevens lopen de zoekmachines veelal uiteen qua functionaliteiten en daadwerkelijke effectiviteit op websites zelf. Bryman identificeert dit (2012):

While this means that the use of several search engines is highly desirable when seeking out appropriate websites, it has to be recognized that not only will they allow access to just a portion of the available websites but also they may be a biased sample. (p. 655)

Om het door Bryman geïdentificeerde beletsel uit te ontsluiten is er ten eerste gebruikt gemaakt van de zoekmachines die de websites zelf bieden. Daarnaast is er gebruik gemaakt van Google als tweede zoekmachine om zo, in vergelijking met het gebruik van LexisNexis, de *inter-archive reliability* te verhogen. Tevens zijn de zoekresultaten doorgestuurd naar de redacties van de websites in kwesties. Op deze manier is er extra

geverifieerd of alle artikelen zijn gevonden. Daarbij adviseerde Dimitri Tokmetzis van De Correspondent eveneens Google te gebruiken naast de zoekmachine die zijzelf gebruiken. (zie Bijlage A – Correspondentie Dimitri Tokmetzis – De Correspondent)

Door het gebruik van Google als zoekmachine is er rekening gehouden met de invloeden als lokalisatie en cookies tijdens zoekresultaten. Vooral in het laatste geval zouden cookies ervoor kunnen zorgen dat er mogelijk andere zoekresultaten worden gepresenteerd in verband met Google AdSense en Google Adwords. Om dit te vermijden is er een volledige herinstallatie uitgevoerd op de machine waarop het zoekwerk werd uitgevoerd. Richard Rogers, Web epistemoloog aan de universiteit van Amsterdam stelt namelijk dat het apparaat welke gebruikt gaat worden voor onderzoek zo schoon mogelijk moet zijn voor gebruik:

In preparation, digital methods researchers consider the installation of a clean research browser, like the purchase of a new field notebook. The general purpose of the preparation, in this case, is to eradicate traces. The researcher prepares a clean slate, free of cookies and other engine entanglements such as history and preferences. One signs out of the engine (by logging out of Gmail, Yahoo mail, etc.) and uninstalls toolbars, which are incidentally one of the leading means by which engines study users. To be clear, here we are turning the tables and are making studies of engines, or more precisely social studies via or on top of engines.. (Rogers, 2013, p. 111)

4.0 AVG in de media: een comparatieve analyse

In dit hoofdstuk zal de comparatieve analyse aanbod komen uitgevoerd aan de hand van de methodiek gebaseerd op het theoretische kader. Allereerst zal de AVG kort uitgelegd worden om een referentiekader te schetsen en de implicaties van de nieuwe verordening te illustreren. Vervolgens zal de verslaglegging over tijd aan bod komen, de categorisering van type nieuws en aansluitend de frame analyse. Gedurende het hoofdstuk zal er meermaals naar de Appendix verwezen worden voor extra voorbeelden. Daarmee is het corpus opgedeeld in twee categorieën, namelijk Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen en *special interest groups*. De eerste categorie bevat (kwaliteits-)dagbladen waarbij de tweede categorie de Correspondent, Frankwatching, Marketing Facts en Binnenlands Bestuur bevat.

4.1 Algemene Verordening Gegevensbescherming

De Algemene Verordening Gegevensbescherming is een 88 pagina's tellende wetgevingshandeling en staat bekend als: 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 (Europees Parlement en de Raad, 2016). De intrekking van Richtlijn 95/46/EG refereert naar de wetbescherming persoonsgegevens die zal vervallen nadat de AVG gehandhaafd zal worden in de gehele Europese unie.

De beweegreden van de nieuwe verordening was de sterk verouderde Richtlijn 95/46/EG die dateerde uit 1995. Op basis van deze richtlijn hebben de lidstaten in de EU momenteel hun eigen nationale wetten die sterk uiteen kunnen lopen. Dit zorgde er onder andere voor dat Facebook zich vestigde in Ierland en zich exclusief aan de Ierse wetgeving wilde houden die op punten soepeler is dan bijvoorbeeld de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). De juridische implicaties op Europees niveau leidden tot veel verwarring (Kraan, 2015). Tevens was hierdoor de Europese Unie gefragmenteerd beschermd (Europees Parlement en de Raad, 2016, p. 2). De AVG moet binnen de gehele Europese Unie zorgen voor unificatie op het gebied van databescherming.

Om de verslaglegging over tijd juist te kunnen analyseren is het van belang om de chronologische tijdlijn van de AVG kort te schetsen. De AVG is geïntroduceerd in het

Europees parlement op 25 januari 2012 waarna de onderhandelingen tussen het Europees Parlement, de Raad en de commissie hebben geleid tot een gezamenlijk voorstel op 15 december 2015 (Burton, Kuner, & Pateraki, 2013; European Council, 2015). Dit gezamenlijke voorstel is tot stand gekomen na drie eerdere iteraties namelijk het voorstel van de Europese Commissie in 2012, het Europese Parlement in 2014 en de Raad in Juni 2015 (Burton et al., 2016). Na het ondertekenen van het voorstel in Januari 2016 is het aangenomen door de Europese Raad op 8 april 2016 en vervolgens het Europese Parlement op 16 april 2016. Na publicatie in de officiële Europese journal op 4 mei 2016 trad de verordening na 20 dagen automatisch in werking (European Union, 2016).

Vervolgens hebben ondernemingen twee jaar de tijd gekregen om orde op zaken te stellen en te voldoen aan de AVG. Zoals eerder vermeld zal vanaf 25 mei 2018 de verordening gehandhaafd worden op Europees niveau met de Autoriteit Persoonsgegevens als toezichthouder in Nederland. De AVG gaat daarbij uit, in tegenstelling tot de Wbp, van de zogeheten one-stop-shop-regel waarbij organisaties die zogeheten grensoverschrijdende gegevensverwerking uitvoeren nog maar te maken hebben met één privacy toezichthouder (Autoriteit Persoonsgegevens, 2017c).

Ook zijn organisaties vanaf de handhaving verplicht om een Data Protection Impact Assessment (DPIA) uit te voeren. Een DPIA streeft ernaar om vooraf de privacy risico's van gegevensverwerking in kaart te brengen om vervolgens maatregelen te treffen om deze risico's te verkleinen (Autoriteit Persoonsgegevens, 2017a). Het uitvoeren van een DPIA is niet altijd verplicht en dit onderwerp is nog aan verandering onderhevig. De AP streeft ernaar om op korte termijn een lijst met criteria te hebben.

Ook de Functionaris voor de gegevensbescherming (FG) is niet in alle gevallen verplicht maar wel voor overheden en publieke organisaties. Een FG houdt intern toezicht op de gegevensbescherming en dient de privacywet na te leven. Daarbij is het belangrijk dat de FG onafhankelijk kan opereren. Een onderneming mag geen instructies geven, ontslaan, sancties of een belangenverstremgeling opleggen om de onafhankelijkheid te kunnen waarborgen (Autoriteit Persoonsgegevens, 2017b).

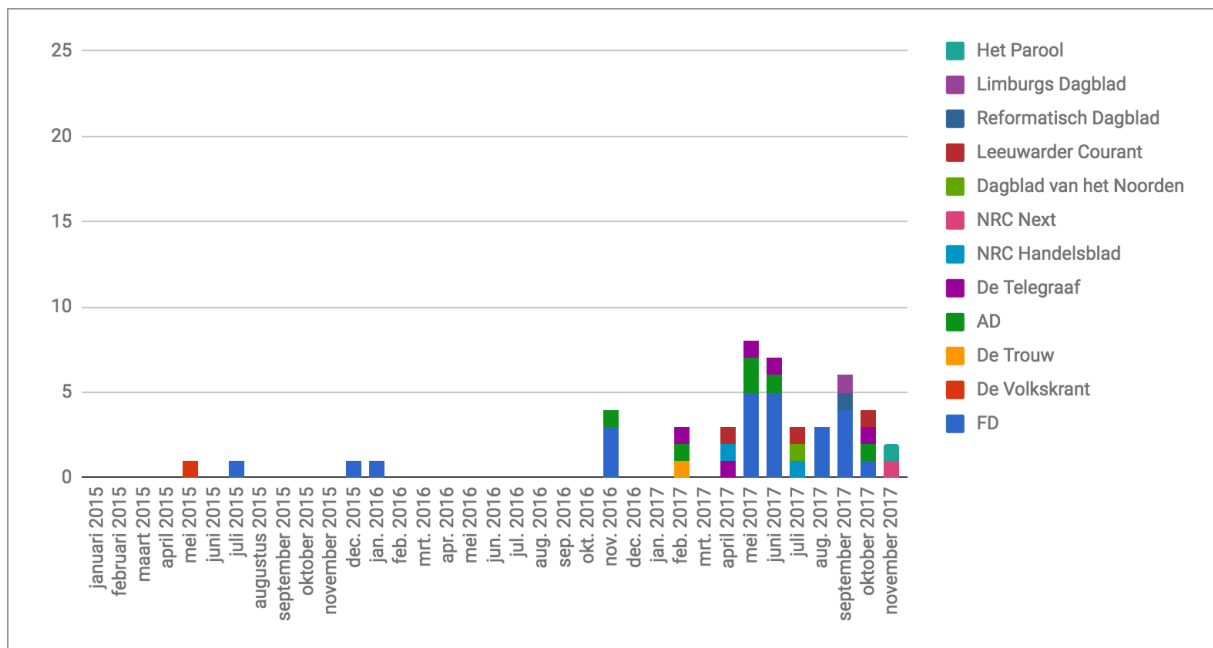
Een van de grootste toevoegingen zijn de Rechten van Betrokkenen. Door de AVG worden de bestaande privacyrechten uitgebreid en gelden er twee nieuwe rechten. Het eerste recht is het recht op vergetelheid. Organisaties dienen hiermee de gegevens echt te verwijderen en niet zoals vaak het geval is nog de gegevens te bewaren. Het tweede recht is

die van dataportabiliteit. Met dit recht kunnen burgers gegevens opvragen die zij gemakkelijk kunnen overdragen aan een andere partij. Organisaties zijn daarom wettelijk verplicht om de gegevens in een gestructureerd, veelgebruikt en machine leesbaar formaat te verstrekken (Autoriteit Persoonsgegevens, 2017d).

Voor organisaties geldt een verantwoordingsplicht om aan te tonen dat zij voldoen aan de nieuwe privacyregels. De AP stelt dat de verwerking van gegevens moet voldoen aan rechtmatigheid, transparantie, doelbinding en juistheid (Autoriteit Persoonsgegevens, 2017e). Vanaf 25 mei 2018 zijn organisaties dan ook verplicht verantwoording af te leggen over de gegevensverwerking wanneer de AP daarom vraagt. Dit overzicht pretendeert niet een alomtegenwoordig beeld te geven wat betreft de AVG. Wel tracht het een indicatie te geven van de implicaties en reikwijdte gebaseerd op de informatie in de wetsteksten en de Autoriteit Persoonsgegevens.

4.2 Verslaglegging over tijd

De conceptie van de AVG als verordening is, zoals gelezen kon worden in het vorige hoofdstuk, duidelijk op een tijdlijn te plotten. Met name de inwerkingtreding op 24 mei 2016 is een belangrijk moment voor media instituties als een mogelijk startpunt van verslaglegging omtrent de AVG. Ook de aanloop naar 25 mei 2018 is daarbij een cruciale einddatum vanwege de handhaving. In dit onderdeel zal de verslaglegging over tijd geanalyseerd worden en gekeken worden of en hoe de verslaglegging over tijd toeneemt. Om dit overzichtelijk te houden zal de eerdergenoemde tweedeling van de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen en *special interest groups* worden aangehouden.

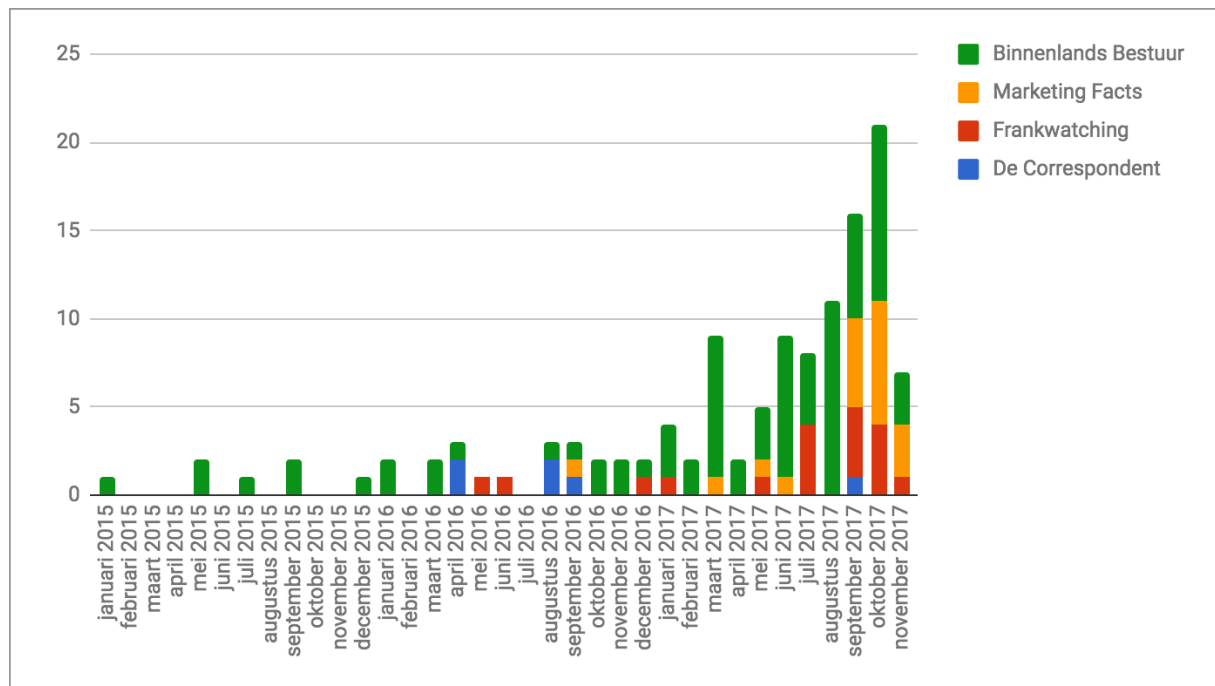


Figuur 11. Chronologische verslaglegging Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen

In de periode van januari 2015 tot januari 2017 zijn er slechts drie van de twaalf nieuwsinstituten die verslagleggen over de AVG namelijk *Het Financiële Dagblad*, *De Volkskrant* en *het Algemeen Dagblad*. Een in het oog springend detail is het gebrek aan artikelen door het overgrote deel van de kranten in mei 2016, de inwerkingtreding van de AVG. Voor een Europese wetgeving met grote gevolgen voor zowel Nederlandse bedrijven als Nederlandse burgers is dit opvallend te noemen. Vanaf januari 2017 is er een duidelijke intensifiëring te constateren in de berichtgeving. Opvallend is het feit dat vanaf dat moment ook de andere dagbladen aanhaken en nieuws publiceren omtrent de AVG. *Het Financiële Dagblad* (FD) blijft daarbij een voorttrekkende rol hebben met een hogere kwantiteit aan artikelen en daaropvolgend het *Algemeen Dagblad* (zie Figuur 11).

De berichtgeving voor de SIG's lijken op het eerste oog dezelfde tendens te vertonen, namelijk: vrijwel geen berichtgeving van januari 2015 tot en met januari 2017 (zie Figuur 12). Tevens zijn het aantal bronnen wat wel verslag legt minimaal. Voornamelijk Binnenlands Bestuur neemt het voortouw met meerdere artikelen waarin de AVG vermeld wordt. Daarnaast piekt vanaf januari 2017 het aantal artikelen, in lijn met de artikelen vanuit de kranten. Zoals eerder geconstateerd in (zie 3.3 Corpus Figuur 8) is Binnenlands Bestuur de voortrekker als het aankomt op artikelen waarin de AVG vermeld wordt met daarachter

Marketing Facts. Beide zijn niet verwonderlijk aangezien deze SIG's van bestuursleden en marketeers hevig worden geraakt met de nieuwe Europese privacy verordening.



Figuur 12. Chronologische verslaglegging special interest groups

In acht genomen dat wetswijzigingen en wetgeving als onderwerp niet breed uitgemeten worden in de media is het gebrek aan berichtgeving vanaf mei 2016 toch opvallend. Voornamelijk omdat de AVG sterke punten heeft ten behoeve van privacy, dataveiligheid en een handelingsvermogen legt bij de Nederlandse burgers als het aankomt op data. Dit terwijl er talloze voorbeelden zijn waarbij de privacy grof wordt geschonden door zowel overheden als internationale coöperaties zoals gelezen kon worden in de inleiding. Daarnaast krijgen deze onderwerpen, waarvan de sleepwet eveneens een uitstekend voorbeeld is, wel een breed platform voor het publieke debat met een referendum als gevolg.

Het door McQuail gestelde betoog dat tijd integraal is in de definitie van nieuws komt hier sterk naar voren (2010, p. 265). Hoewel er aandacht was voor de inwerkingtreding was de urgentie voor de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen en in grotere mate de SIG's nog laag. Naarmate de tijd vordert, groeit de urgentie en is de AVG een vaker geselecteerd nieuwsobject door tijd en *gatekeeping* (Fishman, 1980; Shoemaker & Vos, 2009; Tuchman, 1978). Daarmee groeit de nieuwsgolf gestaag vanaf januari 2017. Organisaties dienen te

voldoen aan de AVG en zullen tegen veel vraagstukken aanlopen met de integratie van de nieuwe regelgeving. De verslaggeving zal hierdoor verder stijgen met name voor de SIG's.

Gezien de lijn van berichtgeving en de theoretische bevestiging leeft de reële verwachting dat in de resterende zes maanden de berichtgeving verder zal versterken. Dit op basis van de huidige golf van berichtgeving en de groeiende urgentie aangezien de AVG vanaf 25 mei 2018 nageleefd dient te worden. Instanties die hier in gebreke verblijven kunnen dan aangesproken worden en tevens kunnen er boetes worden opgelegd door de Autoriteit Persoonsgegevens. Deze gedachte is ook bevestigd door Tineke Pauw, content strateeg en redacteur voor Frankwatching, zij stelt dat er meer content geschreven zal worden gebaseerd op hands on ervaring met de AVG (zie Bijlage B – Correspondentie Tineke Pauw – Frankwatching). Hoewel in de voorgaande alinea's de hoeveelheid artikelen in chronologische volgorde aan bod zijn gekomen, zegt dit nog niets over de mate waarop de AVG aan bod komt.

4.3 Inhoudelijke behandeling van de AVG

Aan de hand van het voor dit onderzoek geoperationaliseerde categorisatieschema van Vasterman (2014), zijn de 170 artikelen geïndexeerd op het soort berichtgeving. Door dieper op dit niveau te kijken kan er meer verteld worden in welke mate de AVG behandeld wordt. Het proces van *gatekeeping* is hier dan ook van toepassing. In de volgende paragrafen zal na een uiteenzetting van het totaaloverzicht, er per type een uitleg worden gegeven inclusief voorbeelden. Vervolgens worden de types in perspectief geplaatst in relatie tot de verslaggeving over tijd. De onderverdeling van de publicaties op basis van het type berichtgeving is te zien in Figuur 13.

Type berichtgeving	Aantal
Key Event	2
Opinie	14
Marginaal	114
Achtergrond	40

Figuur 13. Type berichtgeving in aantallen in totaliteit

Met 114 artikelen (67,06% van het totale corpus) is het aantal artikelen met slechts een marginale verwijzing omtrent de AVG veruit de grootste categorie. Deze artikelen bieden weinig tot geen diepgang over de Europese verordening. Veelal was het een vermelding wanneer de handhaving van de AVG van kracht zal gaan (voor voorbeelden zie Appendix A – regels 28, 40, 54, 67, 70). Ondanks de oppervlakkige vorm van berichtgeving treedt wel een disseminatie van informatie op. Door meerdere vermeldingen over de AVG komt het publiek meermaals in aanraking en groeit de bewustwording gestaag.

Een in het oog springende conclusie is dat platformen voor de SIG's voornamelijk artikelen van marginale aard publiceren. In totaal zijn er 82 artikelen gepubliceerd op Marketing Facts, Frankwatching en Binnenlands bestuur met een marginale verwijzing naar de AVG. De grootste oorzaak hiervan zijn de vele kennispartners die aangesloten zijn bij Binnenlands Bestuur met 66 publicaties. Kennispartners zijn bedrijven uit sectoren als IT, advocatuur en educatie (Binnenlandsbestuur, 2018). Zij gebruiken het platform van Binnenlandsbestuur om te informeren maar in grotere mate voor eigen promotie doeleinden, dit komt tijdens de frame analyse verder aanbod.

Hoewel de vermelding dat het nieuws van de kennispartners komt is, het onderscheid moeilijk waar te nemen tussen het nieuws van de redactie en derde partijen. De visuele aspecten als typografie en illustraties zijn namelijk vrijwel identiek. Ook de wijze waarop auteurs worden vermeld is identiek, iets wat bij Frankwatching en Marketing Facts anders is aangegeven. Daar wordt direct duidelijk bij welke organisaties een auteur werkzaam is. Dit gegeven schept gelijk een referentiekader tijdens het lezen van het artikel waarbij een mogelijk eigen gewin duidelijk te identificeren is. Met 6 artikelen is Frankwatching de nummer twee wat betreft artikelen met een marginale verwijzing voor de *special interest groups*.

Categorie	Aantal
Key Event	0
Opinie	11
Marginaal	28
Achtergrond	10

Figuur 14. Type berichtgeving in aantallen voor Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen

Het hoge aantal marginale verwijzingen is een voorbode als er wordt gekeken naar de berichtgeving over de inwerkingtreding van de AVG, gekenmerkt door de categorie van het *Key Event*. Slechts twee artikelen waren gewijd aan dit onderwerp waarbij De Correspondent de enige partij was die het artikel zelf had gepubliceerd (Tokmetzis, 2016). In het andere geval, Binnenlands Bestuur, was het een publicatie via het ANP (Binnenlands Bestuur, 2016).

De reden hiervoor is enkel giswerk. Enkele mogelijkheden zijn: een gebrek aan kennis over het lopende wetsvoorstel, geen zicht op de implicaties die het wetsvoorstel gaat brengen of simpelweg geen focus op verslaglegging over nieuwe wetten. Dimitri Tokmetzis heeft wel laten weten dat hij en De Correspondent het prefereren om stukken te publiceren die geen focus hebben op onderwerpen als wetsvoorstellen (zie Bijlage A – Correspondentie Dimitri Tokmetzis – De Correspondent). Dit verklaart de verhoudingen van type nieuws bij De Correspondent die onderzoeksjournalistiek prefereren. Tevens worden het gefragmenteerde publiek van De Correspondent minder direct geraakt door de AVG.

Met 40 publicaties (23,53%) zijn achtergrondartikelen de een na grootste categorie. Marketing Facts heeft hierbij een hoge bijdrage. Dit heeft onder andere te maken met de wijze waarop de marketingbranche is geraakt door de AVG. Door achtergrondartikelen te wijden aan dit onderwerp worden marketeers geholpen met de nieuwe regelgeving. Tot slot zijn er veertien opiniestukken gepubliceerd verspreid over alle bronnen. Een voorbeeld hiervan is het adviesstuk aan de nieuwe voorzitter van Bits of Freedom waarbij een betere handhaving in relatie tot de AVG bekrachtigd zou moeten worden (Martijn, 2016).

De omvang van de categorie achtergrondartikelen is onder andere door publicaties waar de AVG wordt aangehaald in relatie tot onderwerpen als e-mail of database marketing. Daarbij is het bijvoorbeeld een waarschuwing dat er rekening gehouden moet worden met de nieuwe verordening of dat de nieuwe verordening voor verandering gaat zorgen.

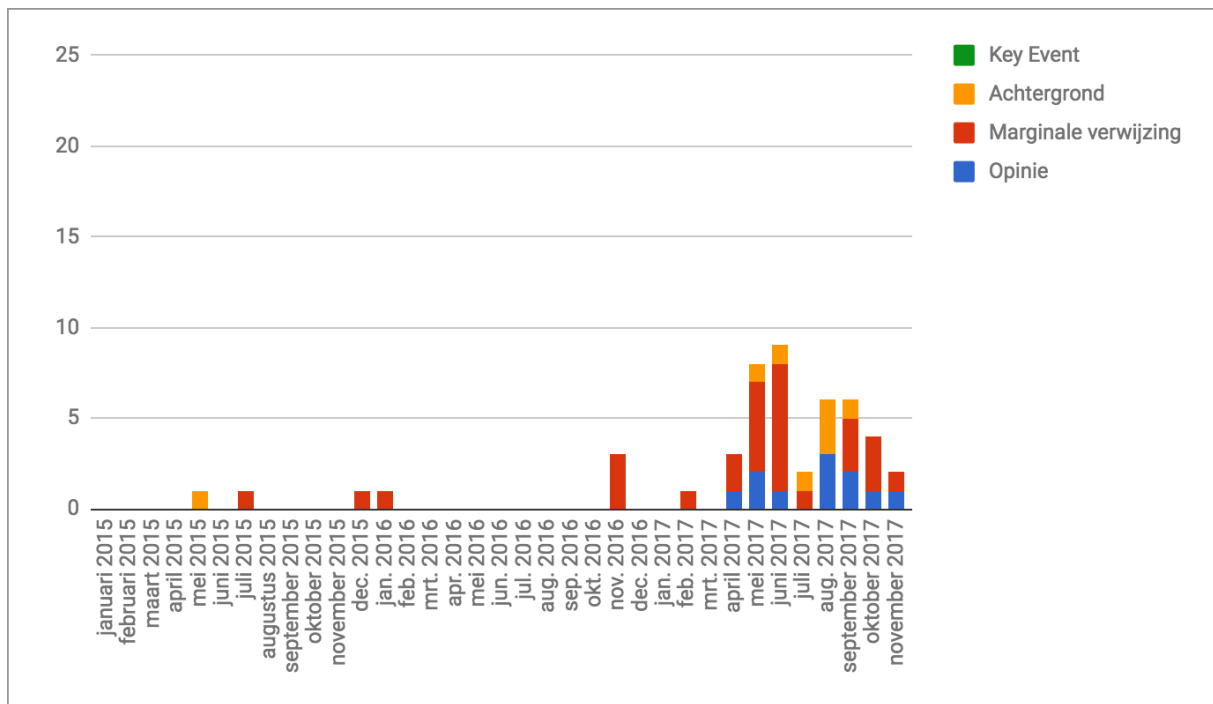
Website	Key Event	Opinie	Marginaal	Achtergrond
Frankwatching	0	0	10	8
Marketing Facts	0	1	6	12
Binnenlands Bestuur	1	2	66	10

Figuur 15. Type berichtgeving in aantallen voor SIG's

Lezers van de SIG's worden, zoals eerder besproken, meer geraakt door de AVG. Het was dan ook de verwachting dat het aantal achtergrondartikelen, artikelen die dieper ingaan op de AVG en onderwerpen die geraakt worden door de AVG zoals bijvoorbeeld e-mail marketing, hoger zou uitvallen. Vooral de onduidelijkheid die leeft over de implicaties van de AVG en de naleving hiervan roepen om gedegen achtergrondartikelen om marketeers, IT'ers en juristen op de hoogte te stellen.

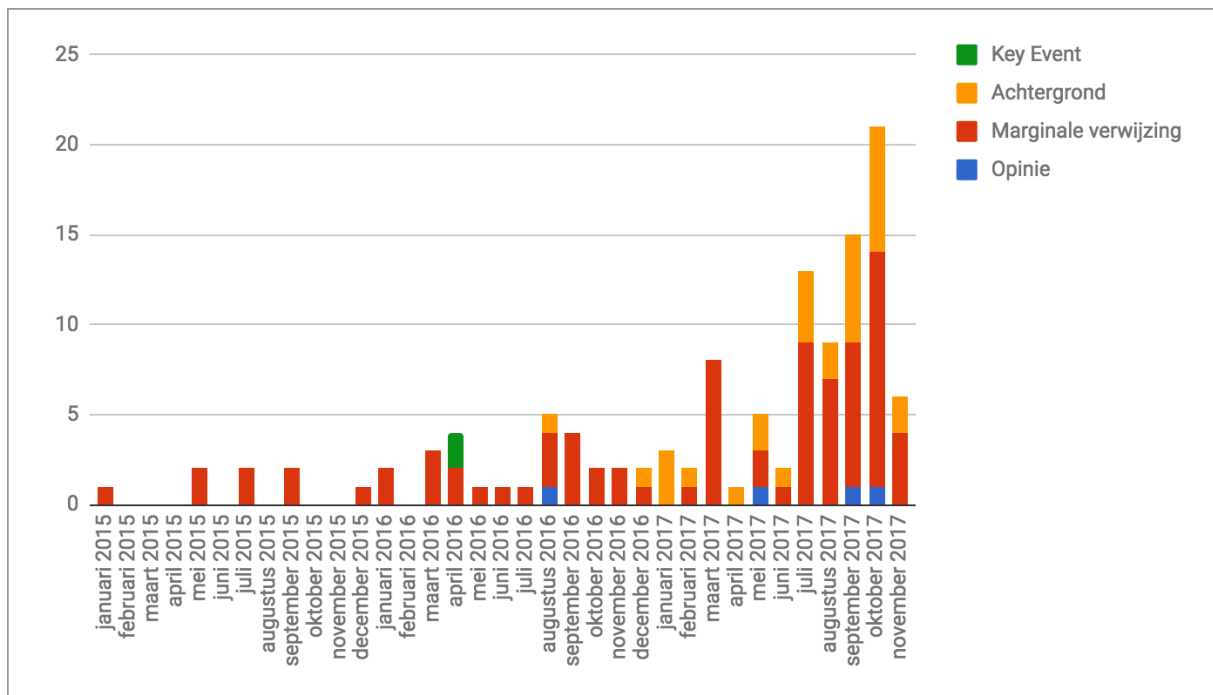
Bij Frankwatching en Marketing Facts was dit wel degelijk het geval. Met het aantal publicaties van respectievelijk 8 (28,57% van het desbetreffende corpus) en 12 artikelen (63,16% van het desbetreffende corpus). Beide partijen zijn procentueel gezien voorlopers in het informeren op een uitgebreidere wijze ten behoeve van de AVG. Door de kennispartners van Binnenlands bestuur overschaduwde het aantal marginale verwijzingen de achtergrondartikelen. Auteurs kiezen ervoor om de AVG aan te halen maar verder niet de diepte in te treden.

In beide gevallen is echter de economische factor wel te identificeren ook al verschillen ze. Kennispartners bij Binnenlandsbestuur kiezen er veelal duidelijk voor om de behandeling over de AVG marginaal te houden om zo contact te krijgen met de gefragmenteerde publieken. Bij Frankwatching en Marketing Facts zijn de AVG achtergrondartikelen uitgebreider. Dit is ook te classificeren als een vehikel voor het uiten van expertise en public relations om juist zo zichzelf in de kijker te spelen.



Figuur 16. Type berichtgeving over tijd voor Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen

Als er wordt gekeken naar de verslaglegging op basis van de categorieën in de het tijdsbestek voor de kranten, dan is er te zien dat marginale verwijzingen ook direct de publicatie van opiniestukken laat groeien. Opvolgend is een kleine golf te zien van achtergrondartikelen en een continuering van de opiniestukken. Het publieke debat over de AVG in de kranten laat hiermee zien dat na de marginale verslaglegging er meer diepgang wordt opgezocht.



Figuur 17. Type berichtgeving over tijd voor SIG's

Tijdens de verslaglegging over tijd in relatie tot de typen artikelen die gepubliceerd zijn, zien we dat marginale verslaglegging begint vanaf januari 2015. Vooral Binnenlandsbestuur is hier verantwoordelijk voor waarna meerdere partijen aanhaken vanaf april 2016. Rondom januari 2017 is er een grote stijging te zien in het aantal artikelen met grotere achtergrondverhalen rondom de AVG. Vanaf dat moment gaan de marginale artikelen gepaard met achtergrondartikelen waarbij, zoals eerder geconcludeerd was, vooral Binnenlandsbestuur veel artikelen publiceert met marginale verwijzingen.

De verwachting leeft dat rondom januari 2018 de groei van achtergrondartikelen sterker zal stijgen. Dit omdat de expertise rondom de AVG verder groeit bij partijen die er veelal mee bezig zijn en deze informatie willen delen ten behoeve van mogelijk economisch belang. Daarnaast zijn er op dat moment slechts enkele maanden resterend voordat de AVG gehandhaafd zal worden. Ervan uitgaande dat 58% van bijvoorbeeld de marketeers gemiddeld tot niet op de hoogte zijn de AVG, zal de vraag naar dergelijke artikelen dan ook groeien binnen de gefragmenteerde publieken (De Bruyne, 2017).

Tijdens de analyse naar soorten nieuws in het corpus is de overvloed aan marginale artikelen in relatie tot de overige categorieën een sterke indicator dat diepgaande inhoudelijke publicatie over een wetvoorstel momenteel niet de voorkeur heeft. Een

kenmerkend punt is dat (kwaliteits-)dagbladen, welke de functie hebben het overgrote deel van de bevolking te informeren, beperkt schrijven over de AVG en met name diepgang mist over een onderwerp als dataportabiliteit. Juist dit onderwerp is van enorm belang voor de algemene bevolking. Het mag opmerkelijk genoemd worden dat geen enkel Nederlands (kwaliteits-) dagbladkrant en slechts twee platformen hier een melding over gemaakt hebben. Zeker als dit in perspectief wordt gesteld naast het privacy debat wat veelal ter sprake komt.

Het is vervolgens logisch dat Marketing Facts en Frankwatching de nieuwsselectie breder trekken en de rol van gatekeepers weloverwogen op zich nemen door elementen van de AVG selectiever te kiezen en te behandelen door middel van achtergrondartikelen. Daarbij is de nieuwsselectie weloverwogen en toegespitst op de gefragmenteerde deelpublieken zoals marketeers. Door de economische belangen van vooral de kennispartners valt Binnenlands bestuur in het niets qua achtergrondartikelen. Dit terwijl juist dit platform een vooruitstrevende en informerende rol heeft voor het gefragmenteerde deelpubliek van bestuursleden. Hier lijken de ideologieën van journalistiek van de redactie van Binnenlands bestuur al te botsen met die van de gastauteurs. Dit zal naar verwachting verder evident worden tijdens de frame analyse.

Gatekeeping lijkt hier dus op twee niveaus zich te manifesteren, namelijk: thematisch en inhoudelijk. Thematisch slaat hier op de AVG die wel of niet door het *gatekeeping* proces komt van journalisten en auteurs en zo in de media-aandacht krijgt. Inhoudelijk refereert hier naar de inhoudelijke aandacht over de AVG waarbij het *gatekeeping* proces elementen uit de AVG selecteert en deze vervolgens representeert in de media. Tevens is hier een sterke relatie te zien met gefragmenteerde publieken ofwel *special interest groups*. De veronderstelling is dat de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen geen interesse hebben in de wetgeving, dit terwijl het belang er wel degelijk is. Door de expliciete interesse vanuit SIG's is het *gatekeeping* proces bij de media instituties zoals Marketing Facts, Frankwatching en Binnenlands bestuur wel degelijk anders doordat zij de behoefte zien en voelen voor SIG's.

4.4 Framing van de AVG

Tijdens de close reading zijn er een drietal frames opgevallen in de wijze waarop journalisten en auteurs over de AVG communiceerden. Op basis van Goffman (1974) en Entman (1991, 1993, 2007) hun conceptualisering van *framing* en Pielke's concept omtrent de (on)afhankelijke rol van wetenschappers (2007) zijn er een drietal frames theoretisch uitgediept om de artikelen omtrent de AVG te analyseren (zie 3.4 Frame en framevorming). Door te kijken naar de keuze van woorden en zinsconstructies is elk artikel bestudeerd en vervolgens ingedeeld in een van de drie geclassificeerde types. Hierdoor zal de tendens waarmee journalisten en auteurs over de AVG schrijven worden blootgelegd. Daarmee wordt een beeld geschetst hoe de AVG gerepresenteerd wordt in de Nederlandse media. In Figuur 18 is het gehele overzicht te zien van het totaal aantal publicaties waarbij de kenmerken als nieuwsthematiek en *framing* kenbaar is gemaakt.

	Type 1 - Reporting	Type 2 - Angst	Type 3 - Selling
Key Event	2	0	0
Opinie	4	9	1
Marginaal	34	49	31
Achtergrond	9	28	3
Totaal	49	86	35

Figuur 18. Overzicht frames gehele corpus

Met 49 publicaties (28,82% van het corpus) zijn er artikelen waarbij de wijze van verslaglegging aansluit met de kenmerken van het reporting frame. Binnen het reporting frame staat neutrale kennisoverdracht over de AVG centraal, gebaseerd op de rol van *The Honest Broker* van Pielke (Pielke, 2007). De artikelen zijn informerend van aard waarbij een of meerdere aspecten wat betreft de AVG wordt behandeld. Actiewoorden die het reporting frame constitueren zijn onder andere: versterking, bescherming, uniformeren, van kracht en waarborgen. Met zes artikelen hebben de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen een klein aandeel in deze wijze van verslaglegging ten opzichte van het aantal bronnen. Het *Financiële*

dagblad is hierbij de partij die respectievelijk het grootste aandeel in brengt.

Frankwatching, De Correspondent, Marketing Facts en Binnenlands bestuur hebben met 43 artikelen een groot aandeel in het reporting frame gericht op de speciale interesse groepen. De hoeveelheid artikelen kon verwacht worden aangezien deze groepen het hardst getroffen worden door de nieuwe verordening. Het platform van Binnenlands bestuur heeft daarnaast met 29 informerende artikelen het grootste aanbod voor publiek met een bestuursfunctie. De AVG wordt vermeld bij diverse onderwerpen als verschillende wetgevingen, bezwaarschriften en afvalinzameling (Binnenlands Bestuur, 2017b; Hartholt, 2017; Hennekens, 2017).

Een ander voorbeeld is een artikel door Dimitri Tokmetzis en Maurits Martijn waarbij zij een jaar aan privacy gerelateerd nieuws samenvatten (Tokmetzis & Martijn, 2017). De publicatie zet verschillende onderwerpen uiteen waarbij de AVG er een is. Met enkele voorbeelden wat de AVG teweeg gaat brengen, informeren zij op een neutrale en informerende wijze over het onderwerp waarbij zij terecht concluderen dat de AVG de huidige Europese regelgeving zal moderniseren. Het is echter opmerkelijk dat vooral de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen weinig tot geen artikelen hebben gepubliceerd die voornamelijk informierend van aard zijn. Overige voorbeelden van publicaties binnen het reporting frame zijn te vinden in de Appendix (zie Appendix A – regels 15, 69, 71, 73, 86).

Het reporting framework in relatie tot de soort berichtgeving door Vasterman laat wel zien dat er in totaal 34 artikelen met een informerende toon zijn gepubliceerd met slechts een marginale verwijzing naar de AVG. Zo ook het artikel over contentstrategie door Gijs Molsbergen op Frankwatching waarbij hij vervolgens advies geeft over dataopslag en daarbij refereert naar de AVG (Molsbergen, 2017). Zo zijn er meer vergelijkbare artikelen waarin de AVG marginaal wordt aangehaald in relatie tot grotere overkoepelende onderwerpen die door de AVG worden geraakt (Jacobs, 2017; Koopman, 2017; Terpstra, 2017).

Ondanks de beperkte wijze waarop de AVG omschreven wordt is de hoeveelheid publicaties, voornamelijk voor de speciale interesse groepen, goed te noemen. De gefragmenteerde publieken komen namelijk meerdere malen in aanraking met een vermelding omtrent de AVG waardoor een diffusie van informatie optreedt. Het publiek krijgt meermaals informatie over de AVG waardoor er langzaam maar zeker een referentiekader wordt opgebouwd.

Na marginale verwijzingen is de achtergrondcategorie de een na grootste met 9 artikelen. Een exemplarisch voorbeeld van een informerend achtergrondartikel is gepubliceerd op Marketing Facts door Martijn Takens van Advise (2017). Takens wijdt zijn artikel aan de implicaties die de AVG met zich mee brengt voor *tracking analytics* en data verzameling. Hoewel Takens economische belangen heeft in verband met de werkgever en de mogelijke nieuwe klanten, blijft Takens neutraal en informerend. Hij belichaamt de ideologieën van de journalistiek zoals omschreven door Mark Deuze (Deuze, 2005). Aansluitend zijn de enige twee *Key Event* registraties tevens van informerende aard waarbij zowel Tokmetzis als het ANP dichtbij de voorgaande ideologieën blijven.

Afsluitend is de combinatie tussen het reporting frame en opiniestukken de een na grootste categorie in vergelijking met de andere frames. Wolfje Mijnders, privacy adviseur werkzaam bij de gemeente Veenendaal, is verantwoordelijk voor de implementatie en naleving van de AVG. In haar opiniestuk, gepubliceerd op Binnenlands Bestuur, beschrijft zij ook de verschillende vraagstukken die hierbij komen kijken terwijl zij neutraal en informerend blijft (Mijnders, 2017). Dit terwijl het gemakkelijker is om in opiniestukken een negatieve ondertoon te gebruiken wat overeenkomt met het framework van angst.

Als er wordt gekeken naar de geïdentificeerde frames, dan is er te zien dat het angst frame leidend is en meer dan de helft (50,59%) van het totale corpus beslaat. Binnen het angst frame communiceren journalisten en auteurs met een negatieve woordkeuze of ondertoon over de AVG. Het frame is gebaseerd op de rollen van *Science Arbitor* en *Stealth Issue advocate* van Pielke waarbij auteurs de angst gebruiken als vehikel om hun eigen diensten in- of expliciet aan te prijzen (Pielke, 2007). De auteurs sturen tevens weg van de ideologieën van journalistiek door het nieuws te sensationaliseren (Deuze, 2005). Actiewoorden die dit frame constitueren zijn onder andere: kritiek, (grote) zorgen, strenger, drama, (hoogste/nodig) tijd, nu, extra werk en onwerkbaar.

Het overgrote deel artikelen in deze categorie, in overeenkomst met het reporting frame, heeft de classificatie van marginale verwijzing. In deze artikelen worden wederom overkoepelende onderwerpen behandeld zoals marketing, marketingtools en chatbots. Echter wordt de AVG in deze artikelen aangehaald waarbij er gepretendeerd wordt dat dit voor mogelijk lagere campagne resultaten gaat zorgen of het gevaar voor de boetes groot is (Dellelijn, 2017; Kerkhofs, 2017; Wouda, 2017).

Het *Financiële dagblad* voert, mede door de omvang van het corpus bij deze krant, de boventoon met 19 van de 24 artikelen in totaliteit. Op 14 augustus 2017 wijdde het *Financiële Dagblad* de voorpagina aan de AVG met de kop 'Bedrijven in paniek om Europese privacywet' (Segenhout & Leupen, 2017). Jeroen Segenhout en Johan Leupen beschrijven, ondersteund door verschillende zogenoemde experts, quotes van advocatenkantoren en onderzoeksbureaus, dat veel bedrijven nog niet klaar zijn voor de AVG en sancties dreigen.

Hoewel Segenhout en Leupen journalisten zijn, laten zij zich leiden door economische belangen van de zogenoemde experts als Patrick van Eecke, partner en tevens hoofd van privacypraktijken bij advocatenkantoor DLA Piper. De angst gedreven bewoording zoals: klanten zijn in paniek, worden door Segenhout en Leupen gretig overgenomen. Zij zetten tevens deze lijn door: "Het Europese beest [sic] dat het bedrijfsleven moet temmen, luistert naar de naam Algemene Verordening Gegevensbescherming." (Segenhout & Leupen, 2017). Dit is eveneens een representatief voorbeeld van een achtergrondartikel binnen het angst frame, waarvan er in totaal negen in de kranten en twintig voor *special interest groups* zijn geanalyseerd.

Het is opvallend te noemen dat, als de kranten aandacht schenken aan de AVG, dit vrijwel altijd met een negatieve lading is. Het lijkt erop dat de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen hierdoor liever de elementen van de AVG negatief belichten in plaats van het goede wat het Europees parlement met de AVG juist teweeg wil brengen. Wellicht dat de veelvoorkomende teneur rondom privacy en de schending hiervan wordt doorgetrokken naar de AVG.

Dit lijkt ook opgemerkt te zijn door Diana Janssen, directeur bij marketing en data brancheorganisatie DDMA. In haar informerend geframed opiniestuk stelt zij dan ook dat de overgrote tendens negatief geladen is en door dat het vergrote handelingsvermogen van de consument met betrekking tot data uit het oog verloren wordt (Janssen, 2017). Echter gebruikt de DDMA ook deze vorm van retoriek door angst in te boezemen bij de *special interest groups* en in het bijzonder de marketeers door de onderzoeken omtrent de AVG negatief te beladen (De Bruyne, 2017).

Janssen bekrachtigt echter hierbij wel de mening en het gegeven dat de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen in hun rol als publieke dienst te kort schieten. Auteurs op Marketing Facts en Frankwatching en de kennispartners op Binnenlands Bestuur zijn vaak werkzaam bij organisaties die baat hebben bij het verkopen van diensten zoals de DDMA. Deze zijn meer

gedreven door de economische belangen en in mindere mate de sociale zoals het publiek voorzien van neutrale informatie. Zij gebruiken dan ook bewust of onbewust negatieve bewoording om hun verhaal en achterliggende agenda kracht bij te zetten zonder dit expliciet te verwoorden, iets wat in het selling frame wel het geval is. Overige voorbeelden van publicaties binnen het angst frame zijn te vinden in de Appendix (zie Appendix A – regels 14, 16, 22, 27, 79, 119, 127, 156).

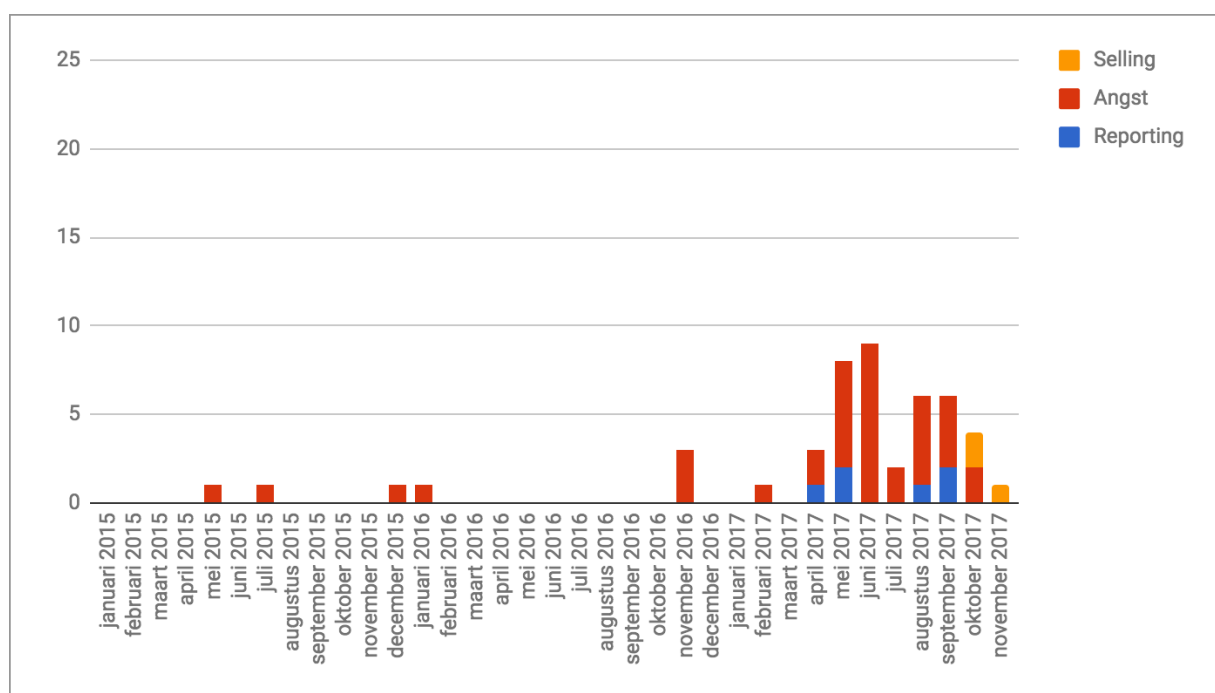
Met 35 publicaties (20,59%) is het selling frame de kleinste maar daardoor niet het minst interessante frame. Gebaseerd op de *Issue advocates* van Pielke trachten auteurs te overtuigen of activeren in relatie tot diensten of producten (Pielke, 2007). Artikelen binnen deze framing kunnen ook binnen het reporting en angst frame vallen. Echter weegt het selling frame zwaarder aangezien de journalisten of auteurs hierbij in- of expliciet hun producten of diensten aanprijzen en de economische belangen overduidelijk zijn. Woorden die het selling frame constitueren zijn onder andere: (kennis) sessie, aanmelden, adviseren, contact en download.

Met 27 artikelen heeft Binnenlands bestuur de meeste artikelen binnen het selling frame. Pink Roccade, kennispartner in de categorie Digitaal, heeft hier het grootste aandeel in met acht artikelen die binnen het selling frame passen. Mede door een uitgebreide blog serie omtrent de AVG wordt er meermaals gerefereerd naar de diensten van PinkRoccade en (gratis) producten als whitepapers (PinkRoccade, 2017). Ook plaatsen zij artikelen op Binnenlands Bestuur die een duidelijk doel hebben zoals de inschrijving voor AVG workshops (PinkRoccade, 2016).

Bestuursacademie Nederland, kennispartner in de categorie Bestuur en Organisatie, kiest zorgvuldig door middel van *gatekeeping* een onderwerp uit de AVG en belicht deze vervolgens maar uiteindelijk incorrect. In het artikel stellen zij dat Data Protection Officers (DPO) verplicht zijn met de nieuwe verordening. Vervolgens worden er diverse trainingen aangeboden en een telefoonnummer vermeld voor contact. Echter is een DPO niet in alle gevallen verplicht en is dit afhankelijk van verschillende factoren die niet aan bod komen in dit artikel (Bestuursacademie Nederland, 2017). Meer voorbeelden van publicaties die binnen het frame vallen zijn te vinden in de bijlagen (Zie Appendix A – regels 44, 45, 113, 122, 128, 133, 146, 151, 155).

Hoewel de journalisten van Binnenlands Bestuur meer objectief blijven in hun berichtgeving is het gebrek aan duidelijk onderscheid tussen het reguliere nieuws en het

nieuws door kennispartners wel een tekortkoming van het platform. Hierdoor kan het gefragmenteerde publiek van bestuursleden die het Binnenlands Bestuur bezoeken door berichtgeving gestuurd worden om zo opleidingen te volgen of andere diensten af te nemen. Om kennispartner te worden van Binnenlands Bestuur moet er een fee worden betaald, de hoogte hiervan is alleen te bepalen door contact op te nemen met de afdeling sales (Binnenlands Bestuur, 2017d). Afsluitend gaat Binnenlands Bestuur tegen zijn eigen waarden in waarin zij pretenderen hét journalistieke platform te zijn met onafhankelijk nieuws, achtergronden en opinie over bestuur en beleid (Binnenlands Bestuur, 2017a).



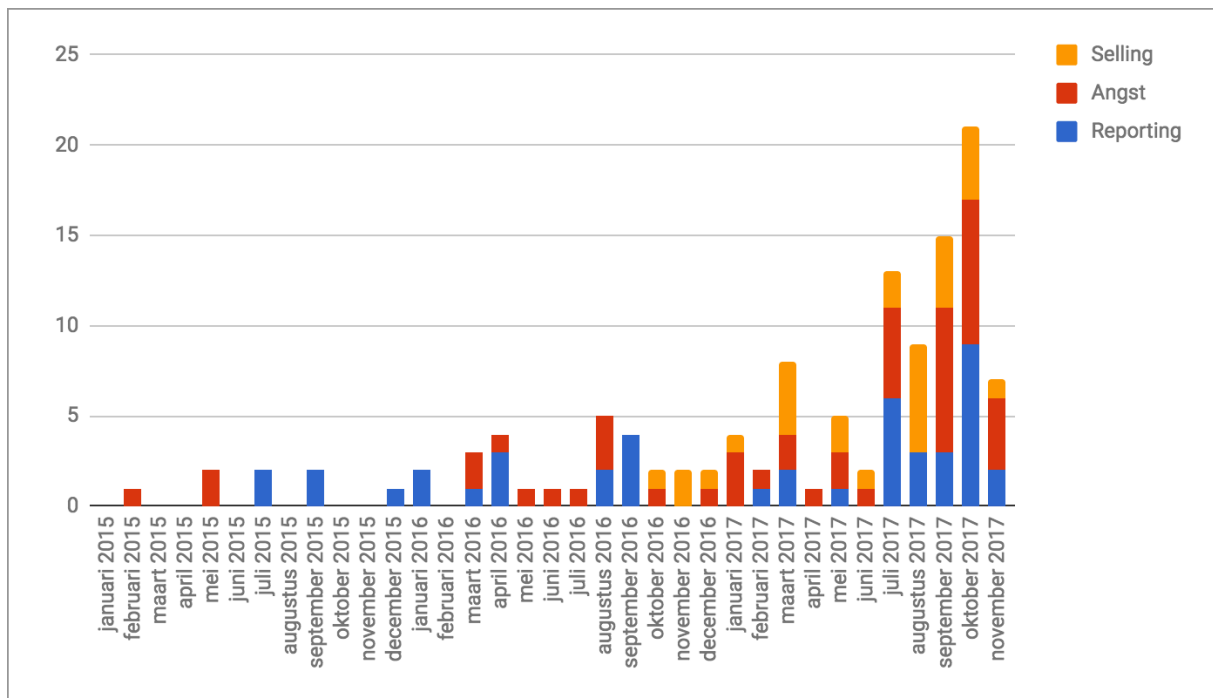
Figuur 19. Frames over tijd voor Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen

Als er wordt gekeken naar het chronologische verloop van *framing* in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen dan is er opvallend genoeg te zien dat angst framing werd toegepast alvorens de wetsteksten gepubliceerd waren. Privacywetgeving op een geünificeerd Europees niveau zou juist in het publieke debat het vermoeden moeten wekken van een positieve vooruitgang. Na de publicatie van deze teksten is er een lichte stijging in het reporting frame te constateren waarna het angst frame leidend is in geheel 2017. Het gebrek aan informatieve publicaties met equivalente *framing* voert hierdoor de boventoon. Het onderwerp van dataportabiliteit is slechts tweemaal vermeld maar zeer beperkt uiteengezet waarbij de tendens van het artikel overwegend in het angst frame viel

(Appendix A – regels 13, 22). Naarmate 2017 vordert, is er ook een lichte stijging in de toepassing van het selling frame in de kranten (Appendix – regels 44, 45, 47). De verantwoordelijke media instituties hiervoor zijn de *Leeuwarder Courant*, *Algemeen Dagblad* en *Het Parool*.

Een langdurige periode van angst framing in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen zet een negatief beeld neer over de AV wat de deuren opent voor publicaties met een overheersend selling frame. De applicatie van het selling frame is echter in de Nederlandse kwaliteits-)dagbladen minder toepasbaar. Wellicht dat de ideologieën van de journalistiek van Deuze meer in acht worden genomen (2005). Echter leeft de gedachte dat de toepasbaarheid van het selling frame beter aansluit bij de SIG's. Aldaar het publieke debat wat plaats vindt in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen op het eerste oog weinig behoefte heeft aan AVG gerelateerde dienstverlening.

Deze gedachte laat zich dan ook bevestigen als er gekeken wordt naar de frames over tijd voor SIG's. Vanaf eind 2016 groeit het aantal publicaties met het selling frame gestaag. Binnen de SIG's is de noodzaak tot tijdig ingrijpen onvermijdelijk door de wettelijke implicaties. Auteurs op Marketing Facts, Frankwatching en Binnenlands Bestuur lijken dit ook tijdig te beseffen. Zij construeren hun publicaties zo waarbij zij soelaas bieden voor de geschetste problemen. Het selling frame beweegt mee op de nieuwsgolf waarbij het aantal publicaties toeneemt in de tweede helft van 2017.



Figuur 20. Frames over tijd voor SIG's

Hoewel de initiële rapportages in 2015 binnen het angst frame vallen verschuift de *framing* snel voor de SIG's. In tegenstelling tot de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen leunen de platformen naar gedegen informatievoorziening in de periode voor de publicatie van de wetsteksten. De tendens schuift echter in de start van januari 2016 snel terug nadat de publicatie van de verordening nabij was. Saillant detail is wel dat de toepassing van het selling frame pas te zien is vanaf oktober 2016, zes maanden na de publicatie en inachtneming van de AVG. Het besef dat de AVG een zeer ingrijpende verandering teweeg gaat brengen, zorgt klaarblijkelijk voor een latere realisatie dat er dienstverlening gekoppeld kan worden aan het integratie traject.

Door middel van het concept van *framing* wordt de tendens van de AVG-publicaties goed blootgelegd. Het gebruik van actiewoorden door de journalisten en auteurs zetten een tendens die onopzettelijk of opzettelijk is beoogd. Vooral in het geval van het combineren van angst gedreven actiewoorden en het selling frame trachten journalisten en auteurs het menselijke denkproces te beïnvloeden. Mijn constatering komt daarbij overeen met de bevindingen van Entman in relatie tot het concept van *framing* (1993, p. 51).

Conclusie

Het is evident dat het debat omtrent de Algemene Verordening Gegevensbescherming door de Nederlandse media niet in het publieke discours wordt gevoerd. Ondanks het belang van de AVG voor de Nederlandse burgers en organisaties kiezen de journalisten in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen ervoor om het onderwerp links te laten liggen. Een opvallend gegeven aangezien het privacy debat een breed platform krijgt met onderwerpen als privacy schending, datalekken door zowel de overheid als (commerciële) organisaties.

De (commerciële) organisaties daarentegen hebben met de komst van de AVG te maken met ingrijpende procesmatige veranderingen die het dagelijkse reilen en zeilen van de organisatie raken. Door deze intrinsieke motivatie om over te gaan tot verandering begint het debat omtrent de AVG eerder voor deze gefragmenteerde deelpublieken, ook wel *special interest groups* genoemd. De platformen waarop marketeers en bestuursleden, zoals Marketing Facts, Frankwatching en Binnenlands Bestuur, zich bevinden starten dan ook eerder met het bespreken van de AVG dan de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen.

Het gebrek aan de behandeling van de AVG zet hiermee vraagtekens bij de kennis en kunde van de Nederlandse journalisten. Journalisten zouden de verantwoordelijkheid moeten dragen voor het overbrengen van thema's die van belang zijn voor de samenleving. De journalisten en daarbij de (kwaliteits-)dagbladen schieten te kort in deze informatievoorziening. Wetsvoorstellen, zoals de AVG, zijn een lange tijd niet op de radar geweest van de Nederlandse journalisten in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen.

De reden hiervoor kan uiteenlopen maar ik concludeer op basis van mijn bevindingen allereerst dat wetsvoorstellen een lage verkoopwaarde hebben voor media instituties. Nieuws omtrent het privacy debat geniet in vergelijking van meer sensationisering wat meer lezers trekt met mogelijk meer views of abonnementenverkoop. Het economische belang voor de media instituties speelt hier een grote rol aldaar het geld moet verdienen mede door de nieuwspublicaties. Daarnaast lijkt het alsof de journalisten niet juridisch onderlegd zijn waardoor de AVG zich in een blinde vlek bevindt.

Dit laat tevens het gevaar voor het publieke debat zien door de *gatekeeping* rol die journalisten kunnen hebben. Door invloeden op het individuele of economische niveau van *gatekeeping*, zoals beschreven door Shoemaker en Vos (2009), kan er een beperking

optreden van de overdracht van informatie die wel degelijk interessant is voor de samenleving. Dit kan ertoe leiden dat Nederlandse burgers en organisaties te laat op te hoogte worden gesteld over de AVG. Journalisten en auteurs hebben daarbij een grote invloed op de thema's die door de media worden behandeld.

Mijn bevindingen uit dit onderzoek in relatie tot *gatekeeping* laten zien dat de conceptualisering van *gatekeeping* een gedegen manier is om het proces van nieuwsselectie door media instituten te analyseren. Shoemaker en Vos hun niveaus zorgen daarbij voor een leidraad waar de verschillende factoren die invloed kunnen hebben op dit proces. Voornamelijk het individuele en het economische niveau waren van groot belang om kritisch de actoren te bestuderen. Tijdens dit onderzoek waren er twee hoofdzakelijke *gatekeeping* activiteiten te kenmerken, namelijk: de selectie van het onderwerp de AVG en de mate van inhoudelijke behandeling van de AVG.

Om de inhoudelijke behandeling van de AVG als *gatekeeping* activiteit te analyseren, is er gebruik gemaakt van een voor dit onderzoek geoperationaliseerde categoriseringsschema gebaseerd op Vasterman (2014) zijn onderzoek naar het fenomeen mediahype. Hieruit blijkt dat het overgrote gedeelte van de publicaties over de AVG slechts een marginale verwijzing naar het onderwerp hebben. Ondanks dit feit treedt wel een diffusie van informatie op. Voornamelijk lezers in de SIG's komen meermaals in aanraking met het onderwerp waardoor de bewustwording tot het onderwerp wordt verhoogd. Voor deze doelgroep zijn er tevens meer achtergrondartikelen die de AVG in relatie brengen tot onderwerpen waarmee de SIG's te maken hebben. Vooral de auteurs op Marketing Facts trachten de marketeers zo goed mogelijk van informatie te voorzien. Een concluderend en saillant detail is wel dat slechts twee media instituties aandacht hebben geschonken aan de datum waarop de AVG in Europa van kracht ging.

Door de eerder omschreven beperkingen vanuit de journalistiek hebben de kranten een lange periode de AVG gemist of opzettelijk niet behandeld waardoor er onder andere een aanzienlijk deel aan implementatietijd mogelijk verloren is gegaan. Pas na januari 2017 begint het debat langzamerhand op gang te komen waarbij het aantal publicaties voor SIG's explosief groeit. Maar, door het gebrek aan intrinsieke motivatie blijven de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen verhoudingsgewijs achter. Voor de SIG's begint dan ook de tijd te dringen aangezien de handhavingsdatum, 25 mei 2018, van de verordening rap nadert. Het aspect van tijd in relatie tot nieuws manifesteert zich hier dan ook wat overeenkomt met de

theoretische bevindingen (McQuail, 2010; Tuchman, 1978). Naarmate de urgentie groeit, stijgt tegelijkertijd de nieuwsaarde. Deze urgentie is dan ook tijdens de afronding van dit onderzoek langzaamaan te bemerken door de groei aan AVG gerelateerde publicaties en reclamespotjes op de radio.

Journalisten en auteurs maken gretig gebruik van onder andere de dringende tijd om sensatie gedreven artikelen te publiceren. Het overgrote deel van de geanalyseerde publicaties bleken dan ook actiewoorden te gebruiken die het angstframe constitueerde. Opvallend is dat de kranten en Binnenlands bestuur grote voortrekkers zijn met publicaties die binnen het angstframe vallen. Binnenlands bestuur was daarnaast het grootste platform voor SIG's met artikelen die binnen het selling frame vielen.

Voornamelijk de kennispartners, ofwel partijen die advertentieruimte hebben ingekocht bij Binnenlands bestuur, maken gebruik om hun eigen producten of diensten aan te prijzen. Een sterke wisselwerking tussen het angst en selling frame was dan ook meermaals te zien. Door de economische belangen voor Binnenlands bestuur lijken deze kennispartners dan ook een cart blanche te hebben in de artikelen die zij publiceren en de verdiensten die zij daarin aanprijzen.

Binnenlands Bestuur is tegelijkertijd ook de grootste leverancier met artikelen binnen het reporting frame. Echter is dit verhoudingsgewijs in balans met het aantal angst en selling frames door de grote hoeveelheid AVG gerelateerde artikelen. De Correspondent is voorloper met publicaties die voornamelijk binnen het reporting frame vallen. Dit sluit dan ook aan bij de manier waarop zij zich presenteren en willen profileren, namelijk gedegen onderzoeksjournalistiek.

Het concept van *framing*, zoals omschreven door Goffman (1974) en Entman (1993, 2007), laat zich goed lenen om onderliggende intenties bloot te leggen. Het is echter een tijdsintensieve methode die zorgvuldig uitgevoerd dient te worden. Ik ben van mening dat deze kwalitatieve methode beter toepasbaar is dan de kwantificatie door middel van een codeschema waar ik initieel naar neigde. Door het lezen van de zinsconstructies en het letten op de actiewoorden wordt de tendens empirisch onderzocht. Het is voor de onderzoeker wel van belang dat er goed gekeken wordt naar actiewoorden om zo de artikelen binnen de meest geschikte frames te plaatsen. Ik zou *framing* dan ook aanbevelen voor vervolgstudies omtrent de AVG verslaglegging vanuit een mediawetenschappelijke benadering.

Door de bevindingen die met behulp van onder andere de frames zijn geconstateerd, zet ik wel vraagtekens bij de integriteit van enkele journalisten en auteurs. Dit staat dan ook haaks op de optimistische beroepsideologieën van journalistiek zoals die geformuleerd zijn door Mark Deuze (2005). Voornamelijk journalisten die operationeel zijn bij Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen slagen niet in het vervullen van de publieke dienst die zij moeten vervullen. Ook zet ik vraagtekens bij de journalistische codex van Binnenlands bestuur als het aankomt op objectiviteit en ethiek. De economische afhankelijkheid door media instituten laten dan ook zien dat het volledig naleven van de ideologieën in het geding komen. De journalistische ideologieën lijken dan ook een mooi streven maar de niveaus van *gatekeeping* laten sterk zien dat dit bijna niet haalbaar is door de vele invloeden op het proces van de productie van nieuws.

De vooraf opgestelde hypothese die voortkwam uit de eerste verkenning omschreef de hypothese dat journalisten in de Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen vrijwel geen aandacht schenken aan de AVG. Zij lijken de voorkeur te geven aan sensationele verslaggeving omtrent het onderwerp data en privacy, een tendens die tevens wordt doorgetrokken in relatie tot de AVG. Hierbij zijn de journalisten niet objectief en lijken zij hun rol om de samenleving te informeren niet te vervullen. Tevens lijkt het debat omtrent de AVG, ondanks het belang van de Nederlandse burgers, elders plaats te vinden.

De gehele hypothese lijkt onderbouwd te worden door de onderzoeksresultaten behalve van het publieke debat omtrent de AVG. Die lijkt tot januari 2018 niet plaats te hebben gevonden en nu pas langzaam te starten. Daarbij moet ik wel vermelden dat het belang voor de Nederlandse burgers, zoals dataportabiliteit, nog zeer weinig aandacht lijkt te krijgen. In de discussie zal ik dan ook voorstellen geven voor vervolgonderzoek om te kijken of dit in de aankomende tijd wel het geval zal zijn.

Het zou mooi zijn als de journalistiek de samenleving tijdig en op een gedegen manier zou voorlichten over wetgevingen die wel degelijk van belang zijn. Journalisten lijken wetgevingen in eerste instantie over het hoofd te zien omdat het niet lijkt te passen in de verslaglegging. Het is dat de AVG verregaande gevolgen heeft voor de samenleving en met name ondernemingen waardoor het onderwerp zich uiteindelijk uit de blinde vlek onttrekt.

Discussie

Mogelijkheden voor vervolgonderzoek omtrent de verslaglegging van de AVG zijn er volop waarbij de beoogde onderzoeksresultaten veelbelovend kunnen zijn afgaande op de resultaten van dit onderzoek. Allereerst zou het onderzoek doorgetrokken kunnen worden tot 25 mei 2018, de datum waarop de AVG gehandhaafd zal worden door de Autoriteit Persoonsgegevens. Tevens is de periode erna interessant om te bestuderen of en hoe de AP de handhaving zal naleven en hoe dit in de Nederlandse media aan bod komt. Met het mogelijke doortrekken van de einddatum naar 25 mei 2018 zou er eventueel ook een onderzoek uitgevoerd kunnen worden of de AVG een mediahype, zoals omschreven door Vasterman (2014), teweegbrengt naarmate de handhavingsdatum nadert.

Ten tweede zou het corpus opgeschaald kunnen worden om meer SIG's en de daarbij behorende platformen te bestuderen. Uit het onderzoek blijkt dat het debat rondom de AVG vooral speelt in de SIG's in tegenstelling tot het publieke discours. Het is aannemelijk dat er meer SIG's zijn waar het debat hevig wordt gevoerd maar die echter niet in kaart zijn gebracht.

Ten derde kan er een dialoog gestart worden met de redacteuren van de kranten om te achterhalen wat de achterliggende reden is van het gebrek aan artikelen over de AVG. Hierdoor kan het *gatekeeping* discours verder uitgediept worden aan de hand van de bevindingen omtrent het *gatekeeping* proces. Tevens zou er contact gezocht kunnen worden met de verantwoordelijke overheidsinstanties om navraag te doen waarom de huidige informatievoorziening ten behoeve van bijvoorbeeld dataportabiliteit niet bestaat.

Framing theorieën in relatie tot dit onderzoek zouden verder uitgediept kunnen worden door een testgroep te vormen. De onderzoeker stelt gefabriceerde teksten op omtrent dit onderwerp die passen binnen een van de drie opgestelde frames. Deze teksten worden vervolgens voorgelegd aan de testgroep om te bestuderen hoe zij hierop reageren en hoe de woordkeuze het individu mogelijk beïnvloedt. Visuele aspecten zouden door deze methode tevens toegevoegd kunnen worden naast de tekstuele elementen. Van Gorp (2006) zijn onderzoek naar de verslaglegging over asielzoekers kan als een blauwdruk dienen.

Literatuurlijst

- AD.nl. (2017). Facebook krijgt boete van 110 miljoen voor gebruik WhatsApp-data | Economie | AD.nl. Retrieved January 4, 2018, from <https://www.ad.nl/economie/facebook-krijgt-boete-van-110-miljoen-voor-gebruik-whatsapp-data~a1174e35/>
- Autoriteit Persoonsgegevens. (2016). Meldplicht datalekken | Autoriteit Persoonsgegevens. Retrieved January 4, 2018, from <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/beveiliging/meldplicht-datalekken>
- Autoriteit Persoonsgegevens. (2017a). Data protection impact assessment (DPIA) | Autoriteit Persoonsgegevens. Retrieved January 25, 2018, from <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/data-protection-impact-assessment-dpia>
- Autoriteit Persoonsgegevens. (2017b). Functionaris voor de gegevensbescherming (FG) | Autoriteit Persoonsgegevens. Retrieved January 25, 2018, from <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/functionaris-voor-de-gegevensbescherming-fg>
- Autoriteit Persoonsgegevens. (2017c). Leidende toezichthouder | Autoriteit Persoonsgegevens. Retrieved January 25, 2018, from <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/leidende-toezichthouder>
- Autoriteit Persoonsgegevens. (2017d). Rechten van betrokkenen | Autoriteit Persoonsgegevens. Retrieved January 25, 2018, from <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/rechten-van-betrokkenen>
- Autoriteit Persoonsgegevens. (2017e). Verantwoordingsplicht | Autoriteit Persoonsgegevens. Retrieved January 25, 2018, from <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-nieuwe-europese-privacywetgeving/verantwoordingsplicht>
- Bass, A. Z. (1969). Refining the “Gatekeeper” concept: A UN Radio Case Study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 46(1), 59–72.

- <https://doi.org/10.1177/107769906904600110>
- Berger, A. (1995). *Essentials of Mass Communication Theory*. Thousand Oaks, California.
<https://doi.org/10.4135/9781483345420>
- Berkowitz, D. (1990). Refining the Gatekeeping Metaphor for Local Television News. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34(1), 55–68.
<https://doi.org/10.1080/08838159009386725>
- Bestuursacademie Nederland. (2017). Europese privacywet AVG - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 15, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/kennispartners/bestuursacademie-nederland/is-uw-organisatie-al-goed-voorbereid-op-de-nieuwe.9570938.lynkx>
- Binnenlands Bestuur. (2016). Nieuwe wet persoonsgegevens aangenomen - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 25, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/nieuws/eu-keurt-nieuwe-wetgeving-persoonsgegevens-goed.9530925.lynkx>
- Binnenlands Bestuur. (2017a). Abonnementen Binnenlands Bestuur - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 15, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/abonnementen>
- Binnenlands Bestuur. (2017b). Colofon van Binnenlands Bestuur - Binnenlands Bestuur. Retrieved December 16, 2017, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/service/colofon.70.lynkx>
- Binnenlands Bestuur. (2017c). “Kieswet aanpassen aan nieuwe privacyregels” - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 14, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/nieuws/kieswet-aanpassen-aan-nieuwe-privacyregels.9569618.lynkx>
- Binnenlands Bestuur. (2017d). Online kennispartner worden? - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 15, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/adverteren-binnenlands-bestuur/online-kennispartner-worden.9048413.lynkx>
- Binnenlands Bestuur. (2018). Redacteuren - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 23, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/service/redacteuren.4175547.lynkx>
- Binnenlandsbestuur. (2018). Kennispartners - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 9, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/kennispartners.2265954.lynkx>
- Boogert, E. (2017). Zestig procent online reclame naar Facebook en Google - Emerce.

- Retrieved January 7, 2018, from <https://www.emerce.nl/nieuws/zestig-procent-online-reclame-facebook-google>
- Bryman, A. (2012). *Social research methods Bryman*. OXFORD University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Burton, C., de Boel, L., Kuner, C., Pateraki, A., Cadiot, S., & Hoffman, S. G. (2016). The Final European Union General Data Protection Regulation | Bloomberg BNA. Retrieved January 25, 2018, from <https://www.bna.com/final-european-union-n57982067329/#!>
- Burton, C., Kuner, C., & Pateraki, A. (2013). The Proposed EU Data Protection Regulation One Year Later: The Albrecht Report. *Privacy & Security Law Report*.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good* (1st ed.). Oxford: Oxford University Press.
- CIGI-IPSOS. (2016). 2016 CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust | Centre for International Governance Innovation. Retrieved January 7, 2018, from <https://www.cigionline.org/internet-survey-2016>
- Cohen, S. (2011). *Folk Devils and Moral Panics* (1st ed.). London: Routledge.
- Couzy, F. R. (2017, June 12). Miljoenenboete Facebook is kinderspel wat bij komen gaat, p. 11.
- De Bruyne, M. (2017). Marketeers nog lang niet klaar voor GDPR | Marketingfacts. Retrieved December 12, 2017, from <https://www.marketingfacts.nl/berichten/marketeers-nog-lang-niet-klaar-voor-gdpr>
- Deacon, D. (2007). Yesterday's Papers and Today's Technology. *European Journal of Communication*, 22(1), 5–25. <https://doi.org/10.1177/0267323107073743>
- De Correspondent. (2017). Over ons. Retrieved December 16, 2017, from <https://decorrespondent.nl/over>
- Dellemijn, M. (2017). Zo beïnvloed je bezoekers die niet ingaan op je call-to-action - Frankwatching. Retrieved January 15, 2018, from <https://www.frankwatching.com/archive/2017/10/05/verhoog-je-omzet-in-b2b-zo-zet-je-een-ip-marketingtool-in/>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 6(4), 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Entman, R. M. (1991). Symposium Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6–27.

- <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1991.tb02328.x>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), 163–173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- European Council. (2015). EU data protection reform: Council confirms agreement with the European Parliament - Consilium. Retrieved January 25, 2018, from <http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2015/12/18/data-protection/>
- European Union. (2016). Official journal of the European Union L & C: Legislation, information and notices. *Official Journal of the European Journal*, 59(119). Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=OJ:L:2016:119:FULL&from=EN>
- Europees Parlement en de Raad. VERORDENING (EU) 2016/ 679, I (Wetgevingshandelingen) § (2016). Retrieved from https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/sites/default/files/atoms/files/verordening_2016_-_679_definitief.pdf
- Fengler, S., & Russ-Mohl, S. (2008). The crumbling hidden wall: Towards an economic theory of journalism. *Kyklos*, 61(4), 520–542. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.2008.00416.x>
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news* (1st ed.). Austin: University of Texas Press.
- Frankwatching. (2017). Company - Frankwatching. Retrieved December 16, 2017, from <https://www.frankwatching.com/over/>
- Gerbner, G. (1965). Institutional pressures upon mass communicators. *The Sociological Review*, 13(1 S), 205–248. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1965.tb03119.x>
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis- An Essay on the Organization of Experience*. *American Sociological Association* (1st ed., Vol. 1). Boston: Northeastern University Press. <https://doi.org/10.2307/2067804>
- Goodman, L. A. (1961). Snowball Sampling. *The Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), 148–170. <https://doi.org/10.1214/aoms/1177705148>
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere. an inquiry into a category of bourgeois society* (Vol. 68). <https://doi.org/10.1017/S0010417500017527>

- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication Theory*, 17(4), 367–385. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>
- Harholt, S. (2017). Organisaties worstelen met nieuwe privacywetgeving - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 23, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/nieuws/organisaties-worstelen-met-nieuwe.9557231.lynkx>
- Harholt, S. (2017). Gemeenten de fout in met persoonsgegevens in besluitenlijsten - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 14, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/nieuws/gemeenten-de-fout-in-met-persoonsgegevens-in.9574367.lynkx>
- Hennekens, M. (2017). Afvalinzameling en privacy - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 14, 2018, from [http://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/kennispartners/hekkelman-advocaten-notarissen/privacy-bij-afvalinzameling-\(deel-3\)-grondslag.9574517.lynkx](http://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/kennispartners/hekkelman-advocaten-notarissen/privacy-bij-afvalinzameling-(deel-3)-grondslag.9574517.lynkx)
- Higgins, J. (2001). Analysing the Visual in the British Quality Press — The Case of Okinawan Protests and the 2000 G8 Summit —. *Journal of the Faculty of Humanities and Social Sciences*, 2, 16. Retrieved from <http://hdl.handle.net/20.500.12001/6046>
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*.
- Jacobs, B. (2017, April 22). Zonder privacy geen vrijheid. *Trouw*, p. Letter en Geest; Blz. 14, 15, 16, 17, 18.
- Janssen, D. (2017, September 2). BRIEVEN. *Het Financieele Dagblad*.
- Jong de, J. (2015). *Handboek academisch schrijven* (3rd ed.). Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341–350. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York: The Free Press.
- Kepplinger, H. M., & Habermeier, J. (1995). The Impact of Key Events on the Presentation of Reality. *European Journal of Communication*, 10(3), 371–390. <https://doi.org/10.1177/0267323195010003004>
- Kerkhofs, S. (2017). 13 opvallende socialmedia-trends voor 2018 - Frankwatching. Retrieved January 15, 2018, from <https://www.frankwatching.com/archive/2017/11/07/13->

opvallende-socialmedia-trends-voor-2018/

- Klaas Broekhuizen. (2017). Winst Facebook overtreft verwachtingen, 2017 wordt investeringsjaar | Het Financieele Dagblad. Retrieved January 4, 2018, from <https://fd.nl/ondernemen/1185728/facebook-boekt-78-meer-winst>
- Koopman, R. (2017). Hoe je met de GDPR nu 3 paradoxen van big data aanpakt. Retrieved January 15, 2018, from <https://www.frankwatching.com/archive/2017/09/18/hoe-je-met-de-gdpr-nu-3-paradoxen-van-big-data-aanpakt/>
- Kraan, J. (2015). Moet Facebook zich aan de Nederlandse privacyregels houden? | NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. Retrieved January 25, 2018, from <https://www.nu.nl/weekend/4085677/moet-facebook-zich-nederlandse-privacyregels-houden.html>
- Kreiken, F. (2014). Analyse: heeft Max Schrems een zaak tegen Facebook? – Bits of Freedom. Retrieved February 13, 2018, from <https://www.bof.nl/2014/08/19/analyse-heeft-max-schrems-een-zaak-tegen-facebook/>
- Lewin, K. (1951). Field theory in social science. In *Resolving Social Conflicts and Field Theory in Social Science*.
- LexisNexis. (2017). LexisNexis | Mediamonitoring, Riskmanagement en Research oplossingen. Retrieved December 13, 2017, from <https://www.lexisnexis.nl/>
- Marketingfacts. (2017). Colofon | Marketingfacts. Retrieved December 16, 2017, from <https://www.marketingfacts.nl/colofon>
- Martijn, M. (2016). Vier adviezen van Bits of Freedom aan Aleid Wolfsen. Retrieved January 27, 2018, from <https://decorrespondent.nl/5000/vier-adviezen-van-bits-of-freedom-aan-aleid-wolfsen/153780000-2adbb81b>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media. Essential McLuhan*. <https://doi.org/10.2307/2711172>
- McQuail, D. (1997). Audience Analysis. Thousand Oaks, California. <https://doi.org/10.4135/9781452233406>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory. Mass Communication Theory* (6th ed., Vol. 6th). London: SAGE Publications Ltd.
- Mijnders, W. (2017). AVG: de klok tikt - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 15, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/opinie/columns/avg-de-klok-tikt.9573213.lynkx>

- Molsbergen, G. (2017). Zo reist je contentstrategie met de klant mee - Frankwatching.
Retrieved January 15, 2018, from
<https://www.frankwatching.com/archive/2017/10/13/zo-reist-je-contentstrategie-met-de-klant-mee/>
- Multiscope. (2016). Helpt Nederlanders bereid data te delen met verzekeraar | Multiscope.
Retrieved January 7, 2018, from <http://www.multiscope.nl/persberichten/helpt-nederlanders-bereid-data-te-delen-met-verzekeraar.html>
- Nu.nl. (2018a). Facebook krijgt nieuwe privacy-functies vanwege EU-privacywet | NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. Retrieved February 2, 2018, from
<https://www.nu.nl/internet/5101028/facebook-krijgt-nieuwe-privacy-functies-vanwege-eu-privacywet.html>
- Nu.nl. (2018b). Facebook maakt privacy-instellingen inzichtelijker voor gebruikers | NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. Retrieved February 2, 2018, from
<https://www.nu.nl/internet/5108114/facebook-maakt-privacy-instellingen-inzichtelijker-gebruikers.html>
- NU.nl. (2017). Data 174.000 Nederlanders gelekt bij Uber-hack | NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. Retrieved January 4, 2018, from
<https://www.nu.nl/internet/5046449/data-174000-nederlanders-gelekt-bij-uber-hack.html?redirect=1>
- NU.nl. (2017). Facebook maakt geen cijfers bekend over bedrijven die klantendata delen | NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. Retrieved January 4, 2018, from
<https://www.nu.nl/internet/5067578/facebook-maakt-geen-cijfers-bekend-bedrijven-klantendata-delen.html>
- NU.nl. (2017). "Privacyactivist Max Schrems mag Facebook aanklagen in Oostenrijk" | NU - Het laatste nieuws het eerst op NU.nl. Retrieved February 13, 2018, from
<https://www.nu.nl/internet/5006039/privacyactivist-max-schrems-mag-facebook-aanklagen-in-oostenrijk.html>
- Pielke, R. A. (2007). *The Honest Broker* (1st ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- PinkRocade. (2016). Europese verordening AVG - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 15, 2018, from
<http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/kennispartners/pinkroccade-local-government/europese-algemene-verordening-gegevensbescherming.9552056.lynkx>

- PinkRocade. (2017). Algemene Verordening Gegevensbescherming - Binnenlands Bestuur. Retrieved January 15, 2018, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/kennispartners/pinkroccade-local-government/jouw-gemeente-mijn-gemeente-helpt-met-de-algemene.9568382.lynkx>
- Reed, M. (2018). CompuServe. Retrieved February 13, 2018, from <http://www.trs-80.org/compuserve/>
- Reese, S. D., & Ballinger, J. (2001). The Roots of a Sociology of News: Remembering Mr. Gates and Social Control in the Newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(4), 641–658. <https://doi.org/10.1177/107769900107800402>
- Roberts, C. (2005). Gatekeeping theory : An evolution Gatekeeping theory : An evolution. *Channels*, 17. Retrieved from <http://www.chrisrob.com/about/gatekeeping.pdf>
- Rogers, R. (2013). *The End of the Virtual: Digital Methods. Digital Methods* (1st ed.). London: MIT Press. <https://doi.org/10.5117/9789056295936>
- Segenhout, J., & Leupen, J. (2017, August 14). Bedrijven in paniek over Europese privacywet. *Het Financieele Dagblad*.
- Shoemaker, P. J. (1991). *Gatekeeping. Communication concepts*, 3.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1991). *Mediating the message : theories of influences on mass media content* (1st ed.). Longman, New York: Allyn & Bacon.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message : theories of influences on mass media content* (2nd ed.). Longman, White Plains, New York: Longman Publishing Group.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (3rd ed.). New York: Routledge.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory. Gatekeeping Theory*. <https://doi.org/10.4324/9780203931653>
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (2000). Clarifying the relationship between framing and ideology in the study of social movements: A comment on Oliver and Johnston. *Mobilization*, 5(2), 55–60. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Snowden, E. (2015). Suddenly Snowden heeft gereageerd op Just days left to kill mass surveillance under Section 215 of the Patriot Act. We are Edward Snowden and the ACLU's Jameel Jaffer. AUA. Retrieved January 4, 2018, from https://www.reddit.com/r/IAmA/comments/36ru89/just_days_left_to_kill_mass_surve

illance_under/crglgh2/

- Takens, M. (2017). GDPR: de gevolgen voor tracking en analytics | Marketingfacts. Retrieved January 14, 2018, from <https://www.marketingfacts.nl/berichten/gdpr-de-gevolgen-voor-tracking-analytics>
- Terpstra, F. (2017). Digital workplace als eerste stap naar smart city - Frankwatching. Retrieved January 15, 2018, from <https://www.frankwatching.com/archive/2017/09/13/digital-workplace-als-eerste-stap-naar-smart-city/>
- Tewksbury, D. (2016). Audience Fragmentation - Communication - Oxford Bibliographies. Retrieved January 23, 2018, from <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0009.xml>
- Tokmetzis, D. (2016). Drie keer belangrijk privacynieuws uit Europa. Retrieved December 12, 2017, from <https://decorrespondent.nl/4331/drie-keer-belangrijk-privacynieuws-uit-europa/210906707-9c73f47c>
- Tokmetzis, D., & Martijn, M. (2017). Ja, je hebt nog stééds iets te verbergen. Retrieved January 14, 2018, from <https://decorrespondent.nl/7311/ja-je-hebt-nog-steeds-iets-te-verbergen/356023767-b4455180>
- Tokmetzis, D., & Maurits, M. (2016). *Je hebt wél iets te verbergen*. de Correspondent Bv.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: a Study in the Construction of Reality*. (1st ed.). New York: Free Press.
- van Gorp, B. (2006). *Framing asiel* (1st ed.). Leuven: Uitgeverij Acco.
- van Vianen, R. (2017). Autoriteit Persoonsgegevens - Binnenlands Bestuur. Retrieved December 12, 2017, from <http://www.binnenlandsbestuur.nl/financien/kennispartners/bdo-accountants-adviseurs/budget-autoriteit-persoonsgegevens-omhoog.9572294.lynkx>
- Vasterman, P. (2014). *Mediahype*. University of Amsterdam.
- Weber, M. (1946). Max Weber: Politics as vocation. In *Max Weber: Essays in Sociology* (pp. 77–128). Retrieved from http://socialpolicy.ucc.ie/Weber_Politics_as_Vocation.htm
- White, D. M. (1950). The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Bulletin*, 27(4), 383–390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Wouda, T. (2017). Social messaging: de kansen, de regels en de toekomst - Frankwatching.

Retrieved January 15, 2018, from

<https://www.frankwatching.com/archive/2017/09/26/social-messaging-de-kansen-de-regels-en-de-toekomst/>

Zenger, R. (2018). Kabinet misbruikt AIVD-verhaal voor politiek gewin – Bits of Freedom.

Retrieved February 1, 2018, from <https://www.bof.nl/2018/01/29/kabinet-misbruikt-aivd-verhaal-voor-politiek-gewin/>

Zimmer, M. (2010). Web Search Studies: Multidisciplinary Perspectives on Web Search

Engines. In *INTERNATIONAL HANDBOOK OF INTERNET RESEARCH* (Vol. 1994, pp. 507–521). <https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9789-8>

Figuren

Figuur 1. Gatekeeping model D.M. White. Herdrukt van “The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of news”, door auteur D.M. White, 1950, in Journalism & Mass Communication Quarterly, issue 4, volume 27, United States: Sage journals. Copyright 1950.....	15
Figuur 2. Gatekeeping model P.J. Shoemaker. Herdrukt van Gatekeeping, door auteur P.J. Shoemaker, 1991, New York, United States: Sage publishing. Copyright 1991	16
Figuur 3. Vijf niveau’s van Gatekeeping. Bewerkt van Gatekeeping Theory (page 31-108), door auteurs P.J. Shoemaker, T. Vos, 2009, New York, United States: Routledge. Copyright 2009	17
Figuur 4. Vijf niveau’s van Gatekeeping voor Binnenlands Bestuur. Bewerkt van Gatekeeping Theory (page 31-108), door auteurs P.J. Shoemaker, T. Vos, 2009, New York, United States: Routledge. Copyright 2009.....	19
Figuur 5. Screenshot van Binnenlands Bestuur opgehaald via http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/nieuws/organisaties-worstelen-met-nieuwe.9557231.lynkx	20
Figuur 6. Zoekfasen en woorden	25
Figuur 7. Verslaglegging in de kranten vanaf 1 januari 2015 t/m 9 november 2017	28
Figuur 8. Gevonden vs. Relevant voor special interest groups	29
Figuur 9. Drie frames van verslaglegging in relatie tot de AVG.....	34
Figuur 10. Ordening soorten nieuws over de AVG.....	35
Figuur 11. Chronologische verslaglegging Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen.....	42
Figuur 12. Chronologische verslaglegging special interest groups.....	43
Figuur 13. Type berichtgeving in aantallen in totaliteit	44
Figuur 14. Type berichtgeving in aantallen voor Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen.....	45
Figuur 15. Type berichtgeving in aantallen voor SIG’s	46
Figuur 16. Type berichtgeving over tijd voor Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen	48
Figuur 17. Type berichtgeving over tijd voor SIG’s.....	49
Figuur 18. Overzicht frames gehele corpus.....	51
Figuur 19. Frames over tijd voor Nederlandse (kwaliteits-)dagbladen	56
Figuur 20. Frames over tijd voor SIG’s	58

Bijlagen

Bijlage A – Correspondentie Dimitri Tokmetzis – De Correspondent	76
Bijlage B – Correspondentie Tineke Pauw – Frankwatching	77
Bijlage C – Correspondentie Sjoerd Harholt – Binnenlands Bestuur	78
Bijlage D – Corpus	79

Bijlage A – Correspondentie Dimitri Tokmetzis – De Correspondent

Geachte heer Tokmetzis,

Op aanraden van Mirko Schäfer (Universiteit Utrecht/Utrecht Data School) email ik u met het volgende. Op dit moment schrijf ik in opdracht van Mirko een master thesis over de verslaglegging van GDPR/AVG in Nederland. Hierdoor heb ik enkele vragen voor u.

1) Wie zijn de specialisten op het gebied van wetgeving bij jullie? (Naast u en Martijn)

Niemand echt. We hebben verrassend weinig juristen in dienst. Bart de Koning (een freelancer) weet er ook veel van.

2) Welke redacteurs/journalisten schrijven bij jullie over GDPR/AVG? (Naast u en Martijn)

Niemand denk ik.

3) Uit mijn zoekresultaten heb ik 4 artikelen gevonden op basis van de zoekwoorden verwant aan GDPR/AVG. Heb ik hiermee alle artikelen gevonden of heb ik er enkele gemist bij het gebruik van jullie zoekmachine? Ik heb eveneens gezocht op verwante termen als richtlijn privacy etc. maar de gevonden artikelen maken geen vermelding van GDPR/AVG.

Onze zoekmachine is heel slecht. Je kunt het beste via Google zoeken. Dat gezegd hebbende, we hebben er niet zo heel veel over geschreven. We zijn toch wat meer geïnteresseerd in de technologie, commercie, etc. dan in wetgevende trajecten.

4) Zijn er nog plannen voor de aankomende tijd om dit onderwerp extra onder de aandacht te brengen?

Niet per se aan de GDPR, maar wel aan privacy. We gaan binnenkort ons boek een flinke update geven en een nieuw voorwoord schrijven. Daarin zal de GDPR wel genoemd worden uiteraard.

Bijlage B – Correspondentie Tineke Pauw – Frankwatching

Hi Sander,

Bedankt voor je mail. Wat leuk dat Mirko je heeft doorverwezen. :-)

[Op deze tag-pagina vind je alle artikelen \(tot nu toe\) over GDPR.](#) Via dit overzicht zie je ook de namen van de experts die erover hebben geschreven. Dit kunnen heel verschillende types zijn: juristen, maar bijvoorbeeld ook marketeers en PR-mensen. Bij Frankwatching schrijven we over het algemeen niet zelf, maar dit laten we experts doen (we hebben zo'n 600+ auteurs). Als ik zo snel even tel, denk ik dat jij er al meer hebt gevonden dan er op deze pagina staan! Ik ben wel nieuwsgierig naar je lijst, wellicht hebben we bepaalde artikelen nog niet goed getagd.

Intern zijn er ook mensen bezig met GDPR (omdat we er zelf ook mee te maken krijgen), mocht je daar nieuwsgierig zijn. Dit zijn met name de mensen bij team Projecten. We denken er ook over om vanuit onze eigen ervaringen een artikel te schrijven, als een soort case (dus in dit geval zou dan wel een redacteur van ons team een artikel erover schrijven).

We zijn inderdaad ook bezig met plannen om het extra onder de aandacht te brengen. Maar eigenlijk zijn we nu met name bezig om in kaart te brengen welke onderwerpen/invallshoeken/formats nog missen (denk bijvoorbeeld aan 'GDPR voor webshops' of 'Hoe moet je het implementeren?' en bijvoorbeeld een handige checklist).

Mocht je nog andere vragen hebben, neem gerust even contact met me op (en doe Mirko de groetjes). Ook zie ik uit naar je thesis!

Met vriendelijke groet,
Tineke Pauw | Contentstrateeg & Redacteur

Bijlage C – Correspondentie Sjoerd Hartholt – Binnenlands Bestuur

Ik kan niet op alle vragen antwoord geven, hierbij doe ik een poging:

1 en 2: We hebben geen specialist wetgeving, de portefeuilles binnen onze redactie zijn verdeeld over de domeinen Sociaal, Financiën, Digitalisering, Bestuur & Organisatie, Ambtenaar & Carrière. Ik schrijf over digitalisering en ben (voornamelijk) degene die over AVG schrijft.

3. Dat kan ik niet met zekerheid zeggen. Er zijn wel eens klachten over het functioneren van onze zoekmachine. Er komt een nieuwe website waarmee we de problemen hopen te verhelpen.

4. Het staat zeker op de agenda, ik ben van plan om hier artikelen in ons magazine aan te gaan wijden. Daarnaast volgen we ook de ontwikkelingen met nieuwsberichten op de website.

Bijlage D - Corpus

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aants	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
1	16-5-2015	De Vc Krant	Datav	Michael Pe	De Vc	Journalist	Journalistiel	GDPR	731		http://	<p>(2) De Algemene Verordening Gegevensbescherming moet Europeanen meer controle geven over de persoonlijke gegevens die zij achterlaten bij internetbedrijven. De 28 EU-lidstaten kwamen maandagochtend tot een compromis, waarover drieënhalf jaar is onderhandeld. Het voorstel moet nog wel langs het Europees Parlement, dat het niet ver genoeg vindt gaan. (6) Bedrijven van buiten de Europese Unie kunnen zich straks niet meer beroepen op de wetgeving in het land waar zij hun hoofdkwartier hebben, of waar hun servers staan: wie gegevens van Europese burgers verwerkt, moet zich aan de Europese regels houden. Boetes kunnen oplopen tot 2 procent van de omzet.</p>	<p>(7-8) Tegelijkertijd staat het 76 pagina's dikke document bol van de waterige compromissen en tientallen uitzonderingen. Bedrijven mogen hun data niet zomaar delen met derden, tenzij voor wetenschappelijke, statistische of historische doelen. Wat is wetenschappelijk? Wat is statistisch? Ook staat er dat verwerking van de gegevens hoe dan ook toegestaan is 'als de belangen van de verwerker groter zijn dan de belangen van het datasubject'. Ofwel: bedrijfsbelangen wegen zwaarder dan de belangen van de burger.</p> <p>'Die formuleringen schoffelen de mogelijkheden van de burger om zijn data te controleren onderuit', zegt Daphne van der Kroft van privacywaakhond Bits of Freedom. 'Dit is een stap achteruit ten opzichte van de huidige Wet bescherming persoonsgegevens.' (9) Ook bedrijven klagen. Nu zijn alleen de bedrijven waarmee internetgebruikers rechtstreeks contact hebben, zoals banken, sociale media en webwinkels, juridisch</p>		2	A
2	25-7-2015	Het Fi Krant	Nieuw	David Lang	Unive	Associate R	Onderzoek	Algeme	1584		http://		<p>(12) Er komt nieuwe EU-wetgeving, de Algemene Verordening Gegevensbescherming, die de privacywetgeving bijwerkt naar de kenmerken van digitale technologieën. De toegestane verwerking van gegevens via het internet of things kan daardoor drastisch beperkt worden. Verwerking mag in veel gevallen alleen met toestemming van de burger. Wat blijft er van het internet of things over wanneer burgers deze toestemming massaal -weigeren?</p>		2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aantz	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
3	#####	Het Fi Krant	Help,	Onbekend				Journalistiel	General	1857	http://		(22) Er zijn vooral veel zorgen over de op handen zijnde General Data Protection Regulation, ook wel 'facebookwetgeving' genoemd, die in Brussel wordt voorbereid. De angst dat het spoor dat wij dagelijks op internet achterlaten in verkeerde handen valt, zit er diep in na de onthullingen van klokkenluider Edward Snowden. Stolk begrijpt dit en noemt het zelfs een goed idee om privacy beter te waarborgen, maar 'de bijvangst van die regelgeving is dat wetenschappelijk onderzoek praktisch onmogelijk wordt. Onze oproep is hier een uitzondering voor te maken. Het gevaar dreigt dat we voor ieder onderzoek toestemming moeten vragen aan mensen die gegevens afstaan. Dat is onwerkbaar.'		2	M
4	15-1-2016	Het Fi Krant	Big d	Arnold Roc	TNO	onderzoeker	Onderzoek	Algeme		735	https://		(1) Met nieuwe, strengere privacyregelgeving op komst kan dat betekenen dat meedoen met big data betekent dat je over twee jaar juist 'out of business' bent. Tijd om privacy innovatie expliciet onderdeel te maken van big--data-ontwikkelingen. Zo kunnen de economische vruchten van big data geplukt worden, terwijl privacy van gebruikers gerespecteerd wordt. (2) Vanuit diezelfde EU kwam in december de definitieve tekst van de Algemene Verordening Gegevensbescherming, die de huidige regelgeving over privacy en bescherming van persoonsgegevens gaat vervangen. Als het Europees Parlement de tekst goedkeurt, deze maand of februari, wordt de nieuwe wetgeving in 2017 van kracht. Wie daarna niet voldoet, maakt kans op torenhoge boetes (4% van de wereldwijde jaaromzet). Bedrijven zullen dan activiteiten moeten stopzetten als ze zich niet aan de regels uit die Verordening houden.		2	A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading t OMA
5	10-11-2016	Het Fi Krant	Als ee	Franka Rol	Het F	Journalist	Journalistiel	Algemei	1352	http://		(slot) De nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming die in 2018 ingaat, dwingt organisaties die aan algoritmische besluitvorming doen de logica van deze besluitvorming uit te leggen. Of dit een afdoende maatregel is, valt te bezien. Zo lang niemand toetst of de logica correct is toegepast, blijft de kans groot dat algoritmen discrimineren of fouten maken.		2 M	
6	12-11-2016	Het Fi Krant	Vertr-				Journalistiel	Algemei	378	http://		(slot) De nieuwe wet Algemene verordening gegevensbescherming, die in 2018 ingaat, zet hierin dan ook een volgende stap. Zij dwingt mensen, bedrijven en overheden altijd uit te leggen hoe ze tot hun besluit zijn gekomen. Maar de wet gaat niet ver genoeg. Het probleem is dat zelfs de slimste programmeurs vaak niet meer weten welke data ze hebben gebruikt. Hoe kan iemand dan beoordelen of hij tot een logisch besluit is gekomen? De volgende stap zou moeten zijn dat programmeurs alleen zuivere data mogen gebruiken.		2 M	
7	30-11-2016	Het Fi Krant	Door	Jeroen Go	PwC	Wiskundige	Consultancy	Algemei	747	http://		(8-) Feit is dat er in onze wet- en regelgeving en controle- en toezichtprocessen nog onvoldoende aandacht is voor deze vraagstukken. Er bestaat geen verplichting om software te testen, laat staan om algoritmes te (laten) checken. Wel schrijft de Wet persoonsbescherming voor dat bij algoritmische besluitvorming altijd mensen moeten zijn betrokken, en per 2018 verplicht de Algemene Verordening Gegevensbescherming organisaties die aan algoritmische besluitvorming doen de logica ervan te kunnen uitleggen. Maar dat alleen is niet genoeg. Bij de volgende actualiseringsronde van de wet- en regelgeving rond cybersecurity en privacyvraagstukken moet dit thema breed geadresseerd worden. Er moeten snel internationaal geldende afspraken komen over verantwoordings- en ontwikkelisen voor algoritmes.		2 M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
8	23-2-2017	AD/Di	Krant	Meer	André Oer	Freel	Freelance R	Journalistie	Algeme	434	http://		(slot) In mei 2018 gaat de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in en moeten alle organisaties hun privacybescherming op orde hebben. Boetes voor overtredingen kunnen oplopen tot 20 miljoen euro. „Maar veel gemeenten zijn nog lang niet zover“, aldus Bronkhorst.			2	M
9	15-4-2017	De Te	Krant	Zelf d	Theo Best	De Te	Journalist	Journalistie	Algeme	892	http://		(slot) Nieuwe wetgeving kan de opbrengsten echter gaan afromen, waarschuwt ict-advocaat Monique Hennekens over de Algemene Verordening Gegevensbescherming. Die gaat in mei 2018 in. „Aan jou moet dan duidelijker gevraagd worden of je je data wil delen. Als bedrijven je er serieus geld voor geven, dan zal de toezichthouder dit vrijwel zeker willen tegenhouden.“			2	M
10	22-4-2017	De Tr	Krant	Zonde	Bart Jacob	Radb	hoogleraar	Onderzoek	Algeme	2382	http://	(5) Er is een groot cultuurverschil tussen Europa en Amerika. In Europa is privacy een fundamenteel recht, terwijl die in Amerika veel meer onderhandelbaar is. De privacywetten van de VS gelden bijvoorbeeld specifiek voor de medische of de financiële sector. Dit verschil ligt aan de basis van de vele conflicten tussen Brussel en de Amerikaanse ICT-sector; die laatste mag op de eigen markt zo ongeveer alles wat God verboden heeft. Hier is een level playing field vereist, zodat alle bedrijven zich aan dezelfde regels moeten houden. Met de introductie, in mei 2018, van de Algemene Verordening Gegevensbescherming komt er een nieuw wettelijk kader voor de hele EU, en dus ook voor alle bedrijven die binnen de EU opereren.			1	M	
11	25-4-2017	De Tr	Krant	Nieuw	Diana Jans	DDM	Directeur	Marketing	Algeme	626	http://		(slot) De aankomende Europese privacywet (Algemene Verordening Gegevensbescherming) is daar een voorbeeld van. Deze wet geeft burgers meer controle over hun persoonlijke gegevens en dat is goed nieuws. Maar er is niemand die hun vertelt hoe ze met die controle om moeten gaan. Dat moet anders. Met alleen regels ben je er niet: het nieuwe kabinet moet echt volop gaan investeren in het privacy-bewustzijn.			2	O

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
12	1-5-2017	Het Fi Krant	Richtl	Rutger Bet	Het F	Journalist		Journalistiek	Algeme	642	http://		(1-2) Het bedrijfsleven voelt nu al de impact van de grote wetswijziging rond databescherming die volgend jaar van kracht wordt. Experts waarschuwen voor de gevolgen van de invoering van de nieuwe algemene verordening gegevensbescherming (AVG), de grootste wetswijziging op dit gebied in twee decennia. De eisen uit de Europese privacywetgeving zijn strenger dan de huidige Wet bescherming persoonsgegevens (WBP). Wie verkeerd omgaat met persoonsgegevens kan vanaf 25 mei 2018 een boete opgelegd krijgen tot 4% van de jaaromzet, of (EURO) 20 mln.		2	A
13	3-5-2017	De Te Krant	Voorb			De Te		Journalistiek	Algeme	131	http://		(1 - 2) Bedrijven die persoonsgegevens verwerken krijgen vanaf volgend jaar meer verplichtingen. Als ze in de fout gaan, kunnen ze een boete opgelegd krijgen van maximaal EUR 20 miljoen of 4% van de jaaromzet. Op 25 mei 2018 wordt de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) vervangen door de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG). De Europese privacywetgeving versterkt de positie van mensen van wie gegevens worden verwerkt. Nieuw is het recht op 'dataportabiliteit'. Betrokkenen moeten hun gegevens makkelijk kunnen krijgen en naar wens kunnen doorgeven aan een andere organisatie. Verlies of ontvreemding van persoonsgegevens moet sneller gemeld worden. De Autoriteit Persoonsgegevens adviseert bedrijven op tijd te beginnen met het invoeren van de nieuwe regels.		2	M
14	6-5-2017	NRC + Krant	Pas of	Bennie Mo	Freel.	Journalist		Journalistiek	Algeme	1175	http://		(12) Juist om deze reden maakt Caruana zich grote zorgen over een nieuwe wet die in 2016 door de Europese Commissie is aangenomen en die in mei 2018 wordt geïmplementeerd in alle EU-landen: de zogeheten Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Hij heeft vooral kritiek op artikel 9 uit deze AVG. Volgens dit artikel mogen data niet op basis van raciale of etnische herkomst, of op basis van andere 'speciale categorieën' worden verwerkt.		2	A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
15	6-5-2017	Het F	Krant	Geld	Flip Schult	Journ	Journalist	Journalist	Algeme	903	https://www.fox.nl/verwerken	(1) Sinds een jaar kunnen overheid, instellingen en het bedrijfsleven zich voor\xADbereiden op de komst van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), de opvolger van de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). De AVG is vanaf 25 mei 2018 van kracht en dat betekent een versterking en uitbreiding van \xADprivacyrechten. Organisaties moeten vanaf die datum kunnen bewijzen dat zij geldige toestemming van mensen hebben gekregen hun gegevens te \xADverwerken.			1	M
16	11-5-2017	Dagb	Krant	Tijd v	Boutadvoc	Bout	Advocaten	Advocatuur	Algeme	435	http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-verordening-gegevensbescherming	(3) Met de inwerkingtreding van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is een nieuwe tijd aangebroken. Privacyrechten worden uitgebreid en versterkt. Bedrijven krijgen twee jaar om orde op zaken te stellen, tot 25 mei 2018.	(5) Het beste advies, volgens de twee specialisten? „Je kunt niet langer achterover blijven leunen. (slot) De verordening legt meer verantwoordelijkheid bij de ondernemer en de ondernemer krijgt er meer verplichtingen bij. Je moet inzichtelijk maken welke persoonsgegevens je verwerkt en met welke reden je dat doet. Neem de tijd je daarvan bewust te worden."	(1) Kwaliteit en kennis zijn de standaard bij Bout Advocaten, een laagdrempelig kantoor aan de Groningse Ossenmarkt. Bout voorziet van juridische ondersteuning in de agrarische sector, bouw, zorg, onderwijs en ICT/IE, over vraagstukken als privacy, auteursrecht, merkenrecht, aanbestedingsrecht en handelsnaamrecht. In de open cultuur van het bedrijf delen vier specialisten op die gebieden hun kennis met klanten en het netwerk met Legal Meetups en inhoudelijke blogs.	2	M
17	13-5-2017	Het F	Krant	Regel	Ferdi van c	Kings	Business De	IT	Algeme	218	http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-verordening-gegevensbescherming	Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) leidt ertoe dat bedrijven hun dataopslag moeten heroverwegen, zo blijkt uit het FD-artikel 'Richtlijn datalekken kan bedrijven miljoenenboetes bezorgen'. Onzorgvuldige omgang met persoonsgegevens van klanten kan leiden tot sancties die in de miljoenen lopen. De AVG is opgesteld om de veiligheid van de persoonsgegevens van individuen te waarborgen. Met een overgangperiode van twee jaar, moeten bedrijven in 2018 de beste technologieën gebruiken om data te beveiligen, op straffe van een boete. Deze boete komt nog boven op de gemiddelde kosten van een datalek, (EURO) 3,7 mln, blijkt uit onderzoek van de ♦Europese Commissie. Het is bedrijven er dus alles aan gelegen om voor 25 mei 2018 hun organisatie AVG-klaar te hebben. Dit betekent dat er binnen de organisatie kennis moet zijn van de regelgeving omtrent AVG en beleid moet worden opgesteld, de systemen moeten worden geëvalueerd en de			2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekw	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
18	13-5-2017	Het F	Krant	Techr	Jim Stolze		Tech-entrep	IT	AVG	1234	http://	(1) Alle organisaties in de publieke en private sector zouden hierover beleid moeten formuleren, al was het alleen al omdat in mei 2018 de Wet bescherming persoonsgegevens vervangen wordt door de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG). In de hele EU geldt dan een nieuwe privacywetgeving.				1	O
19	16-5-2017	Het F	Krant	Aant	Rob de Lar	Het F	Journalist	Journalistie	Algeme	608	http://		(7) Een cyberpolis geeft recht op technische en juridische ondersteuning en de dekking omvat zelfs de kosten voor een pr-bureau om eventuele reputatieschade te ondervangen. Een stevige impuls voor het verzekeren tegen digitaal onheil zijn de Meldplicht datalekken die sinds ruim een jaar van kracht is en de Europese privacyverordening Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), waardoor bedrijven hoge boetes riskeren als ze in gebreke blijven.			2	M
20	3-6-2017	Het F	Krant	Toezi	Rutger Be	Het F	Journalist	Journalistie	Algeme	1203	http://		(10) Ten slotte speelt de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), de grootste wetswijziging op dit gebied in twee decennia, Indica in de kaart. Een van de onderdelen uit deze Europese privacywetgeving, die volgend jaar van kracht wordt, is het recht om vergeten te worden. Bedrijven moeten, als de consument daarom vraagt, alle specifieke klantdata van een persoon kunnen verwijderen. Wie daar niet aan kan voldoen, kan beboet worden door de Autoriteit Persoonsgegevens. Scherpenhuijsen: 'Bij bedrijven zitten data vaak in silo's. Een normale pc ontploft als je dat gaat doorzoeken.'			2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
21	10-6-2017	Het F	Krant	Asses	Martin He	AKD	Advocaat	Advocatuur	Algeme	772	http;		(slot) Wellicht dat de komende Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), die op 25 mei 2018 van kracht wordt, een reddingsboei toewerpt aan werkgevers. De AVG bevat namelijk de uitzondering voor verwerking van bijzondere persoonsgegevens indien dat noodzakelijk is voor de beoordeling van de arbeidsgeschiktheid van de werknemer. Mijns inziens is een brede interpretatie wel gewenst. De bewegingsruimte van de werkgever wordt anders wel erg beperkt. Dat geldt voor assessments, maar net zo goed voor het afnemen van bijvoorbeeld een drugstest bij iemand die gevaarlijk werk doet.		2	O	
22	12-6-2017	Het F	Krant	Miljo	Franka Rol	Het F	Journalist	Journalistie	Algeme	623	http;		(3) Dat gaat veranderen. Als op 25 mei 2018 in Europa de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) van kracht wordt, dan worden er sneller boetes uitgedeeld, die bovendien hoger zijn. 'Fout is fout', zegt Wolfsen. 'We willen dat bedrijven de privacywet respecteren.' De boetes kunnen oplopen tot (EURO) 20 mln, of 4% van de omzet als dat meer is dan die (EURO) 20 mln. 'Let wel, dat is per overtreding', zegt Wolfsen. 'En we geven geen kwantumkorting.' (7) Het zijn deze bedrijven die volgens de toezichhouder nog niet goed voor ogen hebben wat ze te wachten staat. 'Zij denken dat het wel losloopt', zegt Wolfsen. 'Dat we niet zo snel een boete geven. Maar dat gaan we wel doen. We worden strenger. Daarom zeg ik tegen \xADbedrijven: "Jongens, je moet wel de boel op orde hebben".'		2	A	
23	15-6-2017	Leeuv	Krant	Ieder	ZENN Adv	ZENN	Advocaat	Advocatuur	Algeme	432	http;		(3) Aanleiding voor het gesprek is de vorig jaar aangenomen Algemene Verordening Gegevensbescherming, die in heel Europa op 25 mei 2018 in werking treedt en grote impact heeft op alle bedrijven. „In 88 bladzijden is vastgelegd wat je moet, maar niet hoe. Een drama voor ondernemers.	(slot) Met het initiatief privacy-administratie.nl, onze workshops en specifieke blogs bieden we ondernemers een handvat en een richting." „De complexiteit van privacybescherming maakt dat wij het voor iedere ondernemer laagdrempelig moeten maken, van kleine zelfstandige tot grote zorgorganisatie of softwareontwikkelaar." zenn.law		2	M

1	No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
26	24	15-6-2017	AD/A	Krant	Boete -		AD/A	Journalist	Journalistiel	AVG	122	http://		(1) Google en Facebook oplopen tot in de miljarden. Ook kunnen consumenten straks hun info terugvragen, in de vorm van een 'datarun'. Dit is vergelijkbaar met klanten die bij een bank al hun geld opvragen, waardoor de geldverstrekker failliet kan gaan. Socialemediawebsites handelen in data, en komen daarmee stil te liggen als die bron ineens opdroogt.		2	M
27	25	24-6-2017	Het F	Krant	Van b	Rob de Lar	Het F	Journalist	Journalistiel	Algeme	1569	http://		(15) De wetgever legt namelijk dure zorgplichten op. Naast de Nederlandse Wet Meldplicht Datalekken, gaat vanaf 25 mei 2018 de Brusselse Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) gelden. Bij overtreding kan de Autoriteit Persoonsgegevens een boete opleggen van maximaal € 20 mln, of een boete van 4% van de wereldwijde jaaromzet.		2	M
28	26	24-6-2017	Het F	Krant	Onge	Jaap-Henk Radb	Onderzoeks	Onderzoek	Algeme		741	http://		(4) De Autoriteit Persoonsgegevens (AP) is hier kritisch over en stelt dat niet iedere methode van anonimiseren noodzakelijkerwijs afdoende is. Bovendien is er discussie over de vraag of er volgens de Algemene Verordening Gegevens-bescherming, die volgend jaar ingaat, en de nieuwe ePrivacy-richtlijn niet vooraf toestemming vereist is. Dat laatste is natuurlijk problematisch in het geval van wifi-tracking: om toestemming te vragen moet je eigenlijk al gezien hebben dat er een apparaat in de buurt is.		2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading OMA
27	27-6-2017	AD/D	Krant	Privac	Roos van E	AD/A	Journalist	Journalistiel	Algeme	415	http://		<p>(1 - 2) Door de nieuwe wetgeving rondom privacy moeten scholen vanaf volgend jaar extra letten op het delen van persoonsgegevens van hun leerlingen. Diverse scholen kampen met het nieuwe beleid.</p> <p>Vanaf volgend jaar mei worden scholen gecontroleerd op de handhaving van de privacywet. Bij meerdere scholen is een nieuw privacybeleid al in de maak. Zeker bij het Willem de Zwijger College uit Papendrecht. "Het is belangrijk dat we goed zijn voorbereid op volgend jaar", vertelt Mariëtte de Heide, directrice van de school. De privacywet heeft als gevolg dat scholen veel extra werk krijgen. Bij iedere foto moet er toestemming worden gevraagd. Ook het boeken van schoolreizen wordt lastiger, omdat persoonsgegevens dan moeten worden gedeeld en dit wordt aan banden gelegd. Toch is het voor een goed doel, zegt De Heide. "Zo waken we goed over de leerlingen."</p>		2 M
28	29-6-2017	De Te	Krant	'Crisis	Ruben Eg	Het F	Journalist	Journalistiel	Algeme	669	http://		<p>(slot) Volgens Alberdingk Thijm moeten bedrijven zo snel mogelijk maatregelen nemen om hun digitale beveiliging te verbeteren. „Per mei volgend jaar wordt de nieuwe Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) van kracht. Je moet je daar nu op voorbereiden. Met name als je in een gevoelige industrie werkzaam bent." Daarbij gaat het bijvoorbeeld om de juridische en financiële sector, of om ziekenhuizen en overheden. Bedrijven die hun beveiliging niet op orde hebben riskeren een boete die kan oplopen tot EUR 10 miljoen.</p>		2 M
29	1-7-2017	AD/R	Krant	Privac	Jan-Dirk V	AD/A	Journalist	Journalistiel	Algeme	319	http://	<p>(1) Het Papendrechtse Willem de Zwijger College loopt voor de troepen uit bij de invoering van de nieuwe privacywetgeving. De in april 2016 door het Europees Parlement omarmde Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is vanaf 2018 van kracht. De 'Willem' is er als eerste school in de regio echt mee aan de slag gegaan.</p>	<p>(slot) De nieuwe EU-wetgeving transformeert binnen de schoolmuren tot een onwerkbaar, bureaucratisch monster. In een tijd dat de werkdruk, veelal door administratieve neventaken al héél hoog is voor docenten en bestuurders in het onderwijs, is dat uitermate onwenselijk.</p>		2 A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
30	4-7-2017	De Telekrant	Privat			De Telekrant	Journalist	Journalistiel	Algeme	165	http://		(1) Driekwart van het kleinbedrijf weet niet dat het over elf maanden moet voldoen aan nieuwe Europese privacywetgeving. Ruim 80% van het mkb vindt de voorlichting van de overheid dan ook 'slecht' tot 'zeer slecht'.		2	M
31	1-8-2017	NRC Handelsblad	Voor		Maarten J.		strategische Marketing	Marketing	Algeme	750	http://	(1) Vanaf 25 mei 2018 gelden er nieuwe EU-regels voor de bescherming van data van Europese burgers. Die mogen dan hun gegevens opvragen bij bedrijven en organisaties. Ze krijgen het recht om 'vergeten' te worden. En ze moeten altijd worden geïnformeerd bij een datalek.	(3) Met de komst van deze regels is het speekwartier voorbij. Dat organisaties een veiligheidsrisico lopen, realiseren ze zich misschien al door recente hacks of virussen als WannaCry, waarbij wereldwijd computers gegijzeld werden. Maar dat burgers straks kunnen aanbellen om hun data op te vragen, is voor veel bedrijven een onvoorzien probleem, waardoor ze serieuze reputatie- en financiële schade kunnen oplopen. (4)		2	O
32	8-8-2017	Leeuwarder Nieuws	Nieuws		Robert Jar	Leeuwarder Nieuws	Journalist	Journalistiel	GDPR	552	http://		(1-2-3) In mei 2018 treedt een nieuwe Europese wet voor databescherming in werking. De 'cyberwet' heeft grote gevolgen, vooral voor bedrijven, waarschuwen Friese IT-experts. Bedrijven - groot en klein - moeten de komende tijd hun computerbeveiliging verbeteren én kunnen vanaf mei torenhoge boetes krijgen voor datalekken. Zij dienen bovendien trainingen te geven aan hun personeel over de nieuwe wet. Het gaat om de GDPR-wet. GDPR staat voor General Data Protection Regulation. De privacy van burgers staat hierbij centraal.		2	A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
33	14-8-2017	Het F. Krant Voor			Jeroen Se	Het F. Journalist	Journalistie	Algeme	1173	http://www.uitvoeringswet.nl	(1-2) Wie bedrijven en instanties die persoonsgegevens bezitten of verwerken, krijgen te maken met de regels in de Algemene Verordening Gegevensbescherming. Wel is het midden- en kleinbedrijf op bepaalde punten zo veel mogelijk ontzien. Zo hoeven middelgrote en kleine ondernemingen (minder dan 250 werknemers) geen 'data protection officer' aan te stellen, tenzij hun kernactiviteiten de verwerking van gevoelige gegevens op grote schaal noodzakelijk maken. Bijvoorbeeld als zij omgaan met medische en strafrechtelijke data, of individuen in de gaten houden. (slot) Maar nu is er dus wel het voornemen om EU-wetgeving te accepteren die in ieder geval de bescherming van persoonsgegevens versterkt. De Nederlandse regering heeft eind vorig jaar een concept bekendgemaakt van de Uitvoeringswet Algemene verordening gegevensbescherming. Deze zal de Wet bescherming persoonsgegevens				1	A
34	14-8-2017	Het F. Krant Bedri			Jeroen Se	Het F. Journalist	Journalistie	Algeme	629	http://www.uitvoeringswet.nl	(1-4) bedrijven hebben volgens experts grote moeite om te voldoen aan nieuwe Europese wetgeving voor bescherming van persoonsgegevens. Als ze in gebreke blijven, dreigen vanaf eind mei 2018 sancties van privacytoezichhouders. 'Klanten zijn in paniek', zegt Patrick Van Eecke, partner en wereldwijd aan het hoofd van de privacypraktijk bij het advocatenkantoor DLA Piper. 'Veel te veel bedrijven zijn te laat wakker geworden. Ze beseffen nu pas dat het niet gaat om "eventjes de privacy-policy op de website aanpassen". Het gaat ook om aanpassing van de IT-systemen, de beveiliging. Technische maatregelen dus, bijvoorbeeld dat ze gegevens niet langer bewaren dan nodig is. En dat daarna de gegevens kunnen worden vernietigd of geanonimiseerd.' (slot) Wie nu nog helemaal moet beginnen, is te laat, zegt de vooraanstaande privacy-advocaat Lokke Moerel, werkzaam voor het Amerikaanse kantoor Morrison & Foerster en hoogleraar in Tilburg. 'Voor een goede implementatie heb je zeker				2	A
35	14-8-2017	Dagb. Krant Data			Auke ten H	Veilij Adviseur	Overheid	Algeme	164	http://www.uitvoeringswet.nl	(1-2) Privacy is in Europa (en dat is meer dan alleen de EU) een grondrecht. Iedereen zal dat grondrecht moeten eerbiedigen, ook bedrijven. Wat in de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) staat, is niet nieuw. 90% daarvan kennen we al 30 jaar door wetgeving. Alleen privacy eerbiediging is nu niet meer vrijblijvend. Bedrijven moeten nu doen, wat zij al 30 jaar hadden moeten doen, het is achterstallig onderhoud. De kosten per jaar zijn dan laag. Verder, het is geen louter en alleen een ICT-vraagstuk.				2	O

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
36	19-8-2017	Het Fi	Krant	Angst	Sjaal Schou Aon	manager	Cyl	IT	Algemer	274	http://		(kop Angst geen raadgever 3 - 4) De alarmbel luiden omtrent de AVG is prima, zolang angst maar niet de (enige) raadgever voor organisaties wordt. Daardoor groeit de kans dat zij uit angst voor boetes alleen oppervlakkig hun zaken in orde maken. Neem een gemeente die wél investeert in een securityprogramma, maar op grote schaal onnodige data van inwoners blijft verzamelen. De risico's van een datalek blijven in zo'n geval. Cyberveiligheid is nu nog lang geen vast onderdeel van elk businessmodel. Daar moet het wel heen. Organisaties moeten al hun medewerkers meekrijgen. Niet alleen de dpo, maar iedereen moet beseffen welke data zij beheren en wat de risico's daarvan zijn. Voor de betrokkenen, maar ook voor hun eigen bedrijf. IT-specialisten zelf snappen dit doorgaans al heel goed. Het is nu de hoogste tijd dat het kwartje ook bij bestuurders valt.		2	O
37	2-9-2017	Het Fi	Krant	Consu	Diana Janssen				Algemer	187	http://	(kop Consument en privacywet 2) Als Brussel gegevensbescherming structureel wil verbeteren, moeten consumenten worden voorgelicht. Dat kunnen bedrijven ook doen. Zij kunnen een - ook nog eens commercieel interessante - voortrekkersrol pakken door open te zijn over wat ze met de gegevens van hun klanten doen en waarom. Zo kan het bedrijfsleven er met Brussel voor zorgen dat de AVG geen papieren tijger blijft, maar een regeling waar consumenten echt profijt van hebben. En dat is hard nodig om een duurzame data-economie te creëren.		1	O	
38	9-9-2017	Het Fi	Krant	Heel €-		Het F	Journalist	Journalistiek	Algemer	525	http://	(1) Binnen het onderwerp Risk & Reputation is er ook aandacht voor de Algemene Verordening Gegevensbescherming die in mei 2018 in de plaats komt van de Wet bescherming persoonsgegevens. Een van de sprekers is Jean Paul van Schoonhoven, directeur van adviesbureau Legal2Practice en chief privacy officer van PostNL.		1	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
39	21-9-2017	Het F	Krant	Chaos	Rutger Be	Het F	Journalist	Journalistiel	GDPR	613	http://		(4 - 5) Dat komt in de eerste plaats doordat de technische invulling van de betaalrichtlijn verdere vertraging oploopt en in de tweede plaats doordat banken nog geen duidelijkheid hebben over de precieze uitwerking van de nieuwe Europese data-verordening GDPR die in mei in werking treedt. Zij weten niet of die verordening hun wel toestaat alle data te delen die PSD2 hun voorschrijft. Lokke Moerel, privacy-advocaat bij Morrison & Foerster voorziet problemen bij de invoering van PSD2. 'Wat een fintech met bankdata mag, is gereguleerd door de GDPR. Het zou goed zijn als de AFM en de Autoriteit Persoonsgegevens hiervoor gezamenlijk richtlijnen opstellen. Nu gaan nieuwkomers voor zichzelf bepalen wat mag en wat niet. De kans dat ze in overeenstemming zijn met de GDPR is klein.' Hij is uiterst kritisch over het proces. 'Er is niet goed over nagedacht.'		2	A
40	23-9-2017	Het F	Krant	Veilig	Rob de Lar	Het F	Journalist	Journalistiel	Algeme	1219	http://		(9) Grof gezegd bouwt Zilver een nieuwe veiligheidslaag boven op de bestaande. Goud: 'Ik vind het raar dat we wel naar de maan en terug kunnen vliegen, maar dat organisaties niet weten hoe ze hun gevoelige informatie eenvoudig én veilig van a naar b kunnen sturen. En dat is wat de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), die in 2018 in heel Europa ingaat, van organisaties verwacht.'		2	M
41	26-9-2017	Refor	Krant	Stren		Refor	Journalist	Journalistiel	Algeme	206	http://		(1 - 2) Als scholen beeldmateriaal van leerlingen gebruiken, moeten ze kunnen aantonen dat de scholieren (als ze 16 jaar of ouder zijn) of de ouders daarvoor toestemming hebben gegeven. Het moet ook net zo gemakkelijk zijn om de toestemming te kunnen intrekken als om toestemming te geven. Dat blijkt uit de Algemene verordening gegevensbescherming die per 25 mei 2018 geldt en die deze maand onder de aandacht van veel christelijke scholen is gebracht nadat Verus hierover was benaderd door de Autoriteit Persoonsgegevens (AP). Verus wijst erop dat dit orgaan het onderwijs nauwlettend volgt en dat de boetes voor het onzorgvuldig omgaan met beeldmateriaal van leerlingen „torenhoo" kunnen zijn.		2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
42	26-9-2017	Limburgse Krant	Hoe	als	Jos van de Steep	Manager	Q	IT	Algemeer	450	http://		(3) Ik ben heel benieuwd welke consequenties het datalek voor Equifax zou hebben als de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) ook voor dit Amerikaanse bedrijf zou gelden. In deze Europese verordening voor databescherming, die per 25 mei 2018 geldt, staat namelijk een boeteparagraaf die absoluut fors te noemen is: een administratieve boete tot 20 miljoen euro of 4% van de totale wereldwijde omzet, als dit cijfer hoger is. Nu wordt die boete vast niet bij elk datalek in volle hoogte opgelegd. (slot) Sinds mei 2016 weten we dat de AVG per 25 mei 2018 wordt gehandhaafd. We zouden dus al lang voorbereid moeten zijn. Maar hoe is dat in de praktijk? Bent u actief met uw securitybeleid bezig? Of is het een controversieel verklaarde kwestie en krijgt het pas prioriteit als er een datalek is? Natuurlijk verdient dataveiligheid altijd de topprioriteit. Heeft u er toch nog geen besluit over genomen? Bedenk dan dat demissionair beleid nog altijd beter is dan geen beleid. Maar zet		2	O
43	4-10-2017	Het Financieel	Krant	Zieke	Axel Arnbr	De Br	Advocaat	Advocatuur	Algemeer	738	http://		(2) Gek genoeg lijkt bijna niemand dit nieuwe strenge elan te hebben opgepikt. Misschien zijn de media te veel gefocust op de veelbesproken Europese Algemene Verordening Gegevensbescherming, de buitengewoon strenge privacywet die vanaf 25 mei 2018 in Nederland van kracht wordt. Of op een ander wetje over een meldplicht bij cyberincidenten, in juli als hamerstuk aangenomen in de Eerste Kamer. Maar de voorgestelde 'Cybersecuritywet' is het echte werk. Niet zozeer voor datagulzige internetbedrijven, maar juist voor organisaties die voorheen weinig met		2	O
44	10-10-2017	AD/G	Krant	Kenis -		AD/G		Journalistie	Algemeer	92	http://		(1) Een sollicitant natrekken op internet, iedereen doet het, maar mag het ook? Werknemers nemen steeds vaker gesprekken met hun werkgever op, kan dat zomaar? Op privacygebied is de laatste tijd veel veranderd, bijvoorbeeld door de Wet meldplicht datalekken. Bovendien wordt per 25 mei 2018 de Algemene verordening gegevensbescherming ingevoerd. Vandaag houdt Van Riessen Advocaten B.V. daarom een kennissessie over privacy op de werkvloer in de Chocoladefabriek in Gouda. Aanmelden via info@vanriessenadvocaten.nl		3	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
45	12-10-2017	Leeuv Krant Mag			Jasper Ge	De Hi	Advocaat	Advocatuur	Algeme	724	http/		(slot) Het is van belang dat bedrijven zich goed laten informeren. Veel bladen en internetsites schrijven over de nieuwe wet, maar er is nog weinig concrete en juiste informatie te vinden.	(slot) Er is volgens Gevers veel mogelijk, als je het maar op de juiste manier regelt. „Zo gelden straks ook specifieke regels voor het vastleggen van gegevens in personeelsdossiers van werknemers. Wij zien nu al een duidelijke toename in de vragen aan onze ITen privacyspecialisten. We adviseren veel bedrijven, maar ook particulieren, zodat zij weten wat wel en niet mag. Meestal kunnen we in een kort gesprek al aangeven wat de aandachtspunten zijn, en kan de ondernemer met een paar kleine aanpassingen door met ondernemen zonder onnodige boetes te riskeren." www.dehaanlaw.nl	3	M
46	25-10-2017	De Te Krant Black			Rob Goos	De Te	Journalist	Journalistie	GDPR	334	http/		(Slot) Dinsdag kondigde het bedrijf specifieke adviesdiensten aan op het gebied van GDPR, de Europese regelgeving die persoonsgegevens beschermt. Onder GDPR kunnen bedrijven vanaf mei 2018 forse boetes krijgen als ze slordig omspringen met gevoelige data. „Naast de adviesdiensten leveren we verschillende noodzakelijke software-oplossingen”, licht Carl Wiese, directeur sales, toe. „Daarmee is BlackBerry een one stop shop voor bedrijven die onder		2	M
47	2-11-2017	Het P Krant De co			Anke Kuik	Fakte	Founder	IT	Algeme	346	http/		(slot) In mei 2018 wordt een nieuwe wet van kracht, de AVG: de algemene verordening gegevensbescherming, die onder meer bepaalt dat de consument zelf eigenaar moet zijn van zijn data en die dus moet kunnen aanpassen, verwijderen of meenemen. "Wij bouwen software om aan die wet te voldoen." Kuik is in gesprek met de grote uitgevers: TMG, de Persgroep, Sanoma. Ze hoopt dat alle uitgevers in Europa de software uiteindelijk gaan gebruiken.		3	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
48	8-11-2017	NRC Krant	China	Arjan van	Univ	Onderzoeker	Onderzoek	GDPR	734		http://		(2) Wij leven in een wonderlijke tijd. Komend jaar treedt de nieuwe Europese wetgeving voor databescherming, de General Data Protection Regulation (kortweg GDPR) in werking. Hierdoor wordt het voor bedrijven een stuk lastiger om structureel persoonsgebonden data te verzamelen, langdurig te bewaren en met anderen te delen. Een strop om de nek van Europese techbedrijven, die deze data hard nodig hebben in hun strijd naar het nieuwe IT-goud: het talig vermogen. (5) Voor de ontwikkeling van AI zijn zoals bekend grote hoeveelheden data nodig; data die vanwege GDPR volgend jaar niet meer of slechts met grote moeite beschikbaar zal zijn voor Europese techbedrijven. De waarschijnlijkheid dat zij op internationaal niveau mee kunnen blijven doen met concurrenten uit de VS en China wordt met de dag kleiner. Juist		2	O
49	11-5-2016	Frank Webs	End-t	Robbert S	van H	Advocaat	Advocatuur	AVG	1075		https	Header Compliancy en de Algemene Verordening Gegevensbescherming "Op de weg naar compliancy is het belangrijk alvast in te spelen op de nieuwe Europese privacywetgeving: de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). De AVG is op 6 april dit jaar eindelijk goedgekeurd door het Europees Parlement en regelt tot in detail hoe men met data moet omgaan. Transparantie en keuzevrijheid richting de consument zijn de uitgangspunten van de wetgeving. Zo moeten bedrijven onder de nieuwe regels bijvoorbeeld een eigen 'privacy-administratie' bijhouden en een data protection officer aanstellen als data de core business van het bedrijf is."	Header Aan de slag met je to-do lijst voor privacy "De schadelijke gevolgen zijn echter nog veel groter als jouw bedrijf aan de publieke schandpaal wordt genageld, omdat blijkt dat je niet de vereiste waarborgen had getroffen. Dan hebben we het nog niet over de nieuwe boetes die met de inwerkingtreding van de AVG (april 2018) gaan gelden: 10 miljoen of 2 procent van de wereldwijde jaaromzet, dan wel 20 miljoen of 4 procent van de wereldwijde jaaromzet, afhankelijk van de ernst van de overtreding."		2	M
50	22-6-2016	Frank Webs	Euro	Jordi Here	Verta	CEO/onderr		wetgevi	1222		https		(9) Privacy is een hot topic. In Nederland zijn onlangs de straffen voor overtredingen verscherpt (zoals: hogere boetes en een meldplicht voor datalekken). De Europese wetgever is ook bezig met nieuwe (verscherpte) wetgeving en is in 2015 tot een akkoord (pdf) gekomen dat in 2016 definitief zal worden. De regels in Nederland gelden wereldwijd al als bijna de strengste.		2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
51	21-12-2016	Frank Webs Wat		Lisette Me	ICTRe	Juridisch ac	Advocatuur	Algeme	3333		https://www.frank.nl/advocaten/advocaat-lisette-meijer/		1ste alinea "Daarmee kwam een eind aan een jarenlange discussie over de voors- en tegens van strenge privacybescherming. De nieuwe regels voor de omgang met persoonsgegevens, het recht te worden vergeten en het kunnen opleggen van boetes, zijn vanaf nu bekend. 2de alinea "Een goede voorbereiding is immers het halve werk; bovendien liegen de mogelijke sancties bij non-compliance er niet om." header boetenbevoegdheid "Om dit alles kracht bij te zetten, krijgt de toezichthouder een boetebevoegdheid die op kan lopen tot € 20.000.000,- per overtreding of 4 procent van de wereldwijde jaaromzet. Wereldwijd, want Google, Facebook en andere Amerikaanse bedrijven kunnen 'pakken' is expliciet de bedoeling. Deze vallen volgens de Verordening onder Europese jurisdictie wanneer zij persoonsgegevens van Europese burgers verwerken door het leveren van goederen/diensten of door het monitoren van Europese burgers, ongeacht in welk land dat gebeurt."			2 A
52	28-1-2017	Frank Webs Dit m		Charlotte Char	Informatier	Advocatuur	AVG		1122		https://www.frank.nl/advocaten/advocaat-charlotte-charlier/		1ste alinea "In het voorjaar van 2016 trad de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in werking. De wat? De nieuwe Europese privacyregels, zeg maar. Over een jaar wordt de regeling van kracht en moeten wij ons daarop aangepast hebben. Privacyverklaringen aanpassen, nog beter en meer om toestemming vragen. En misschien heb je wel een privacy-officer nodig. Aan de slag dus! Je hebt nog een jaar om dit te regelen." (tijdsdruk)			2 A
53	30-5-2017	Frank Webs Priva		Paul Lemp Be	CEO/onderr	Marketing	AVG		1560		https://www.frank.nl/advocaten/advocaat-paul-lempe/	"Hieronder een niet-uitputtende checklist op hoofdlijnen wat de AVG teweeg kan brengen voor alle ondernemingen die op het gebied van online en/of data bezig zijn. Dan zoom ik hier met name in op de invalshoek van publishers, adverteerders en e-commerce-ondernemingen." Opmerking sander: uitgebreide lijst volgt.	Titel artikel "Privacywet 2018: voorkom een boete & start nu met deze 7 veranderingen" 1ste alinea "De Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) gaat op de schop. Dit werd al in januari 2012 door de Europese Commissie aangekondigd als General Data Protection Regulation (GDPR). In Nederland noemen we die Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). De (Europese) toezichthouder krijgt met de komst van deze verordening tanden, met boetes die kunnen variëren van een schriftelijke waarschuwing tot maximaal €20 miljoen. In dit artikel een checklist waarmee je dat kunt voorkomen – voer dit zo snel mogelijk door, niet als project, maar als manier van werken." 3 Maar ik vrees dat het overgrote deel van de ondernemingen onvoldoende beseft dat de wet al bijna een jaar geleden is aangekondigd (april 2016) en in mei 2018 van kracht is. Dat is dichterbij dan de meeste mensen zich realiseren. De consequenties zijn verstrekkender dan zo maar een 'governance projectje', dat je bij			2 A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
54	13-7-2017	Frank	Websti	Digita	Freerk Ter	Rapic	Adviseur	Marketing	GDPR	2348	https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gdpr	(16) De belangrijkste regelgeving waar gemeenten nu naar kijken is de GDPR (General Data Protection Regulation) die op 25 mei 2018 in werking treedt. Deze verordening beschrijft bijvoorbeeld hoe je met persoonsgegevens om moet gaan. En borgt ook het 'recht om vergeten te worden'.			1	M
55	13-7-2017	Frank	Websti	E-mai	Dennis Leu	Verin	Digital Mark	Marketing	GDPR	989	https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gdpr	(1) Op 25 mei 2018 treedt de GDPR (General Data Protection Regulation) in werking. Een nieuwe Europese wet die gevolgen heeft voor e-mailmarketing. De GDPR-wet heeft invloed op elk bedrijf dat persoonlijke data gebruikt van Europese burgers. Als je binnen de Europese Unie e-mailadressen verzamelt en e-mails verzendt, dan moet je vanaf volgend jaar voldoen aan de GDPR-wet.	(3) Het is dus belangrijk om de data in je huidige e-mail opt-in te controleren en te kijken of dit voldoet aan de GDPR-wet. Voldoe je vanaf 25 mei 2018 niet aan de GDPR wet, dan kun je een boete ontvangen van maximaal 20 miljoen euro of 4 procent van je totale wereldwijde omzet. (slot) Met nog maar elf maanden te gaan, komt de invoering van de GDPR-wet steeds dichterbij. Voorkom een boete en ga direct met deze tips aan de slag!		2	A
56	17-7-2017	Frank	Websti	Hoe d	Cees Frank	zMer	CEO/ondern	Marketing	AVG	1742	https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-verordening-gegevensbescherming	(1) De Europese privacywetgeving is de afgelopen jaren herzien. De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) geeft in 2018 de controle over de eigen persoonsdata terug aan de consument. Is dat een ramp of is het een zegen? (7) Met de komst van de AVG zal het eenzijdige acquisitiemodel waar verreweg de meeste bedrijven nu nog gebruik van maken om new business te genereren, vastlopen. Het bewijs daarvoor vind je in het model van de generic customer journey van Forrester, te zien in onderstaande infographic. Daaruit blijkt overduidelijk dat je op geen enkel touchpoint en geen enkel kanaal straks nog om de AVG heen kunt. Maar is dat nu echt zo'n ramp?		2	A	
57	20-7-2017	Frank	Websti	4 stap	Judith Dan	Team	Digital Mark	Marketing	AVG	2455	https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-verordening-gegevensbescherming	(4) De nieuwe privacywet (AVG) is van toepassing op de verwerking van persoonsgegevens. In de nieuwe privacywet wordt geen onderscheid gemaakt tussen B2B en B2C. Bij het in werking treden van de AVG hebben organisaties die persoonsgegevens verwerken meer verplichtingen.	(1) Op 25 mei 2016 is daarom de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in werking getreden. Deze wet geldt voor de gehele Europese Unie. Deze nieuwe verordening vervangt de verouderde databeschermingsrichtlijn uit 1995. Organisaties hebben tot 25 mei 2018 de tijd om de AVG te implementeren. Houd je je na deze datum niet aan de AVG, dan volgen er sancties.	(slot) Eventueel kun je ook een Privacy Quick Scan uitvoeren. De quick scan is een tool voor organisaties om op snelle en overzichtelijke wijze inzicht te krijgen in hoeverre zij voldoen aan de AVG. Na afloop van de quick scan weet je in hoeverre je voldoet aan de nieuwe privacywetgeving. En wat eventuele verbeterpunten zijn, die je als organisatie door kunt voeren. Diverse partijen bieden dit soort scans aan.	1	A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
58	8-9-2017	Franki Websi	GDPR	Esther HoeiWelc	Marketeer / Marketing	AVG	1930	https://www.avnederland.nl/2017/08/08/algemene-verordening-gegevensbescherming-2016/	(2-3) Misschien heb je er al iets over gehoord: de GDPR (General Data Protection Regulation) of in het Nederlands de AVG (Algemene Verordening Gegevensbescherming). Deze nieuwe Europese wetgeving is in mei 2016 aangenomen en zal vanaf mei 2018 in werking treden. De wet heeft als doel de privacy en persoonlijke gegevens van Europese burgers te beschermen en om beter aan te sluiten bij de huidige technologische ontwikkelingen. Ook de e-privacy richtlijn zal worden aangepast in lijn met dezelfde principes als de GDPR.	(1) Vanaf mei 2018 gaat het los: de GDPR wordt ingevoerd. Het gaat om een diepgaande privacywetgeving, die heel wat paniek veroorzaakt. Vooral IT en juridische afdelingen zijn onder de indruk van de hoge boetes tot 20 miljoen euro of 4 procent van de wereldwijde omzet. Maar waar het echt om gaat wordt vaak gemist. Marketeers moeten de nieuw op te bouwen vertrouwensband met hun klanten als kans gaan zien. (2) Jarenlang hebben we als marketeers misbruik gemaakt van de onwetendheid van de consument. Toch worden consumenten steeds mondiger en zijn ze steeds kritischer op de wijze waarop ze benaderd en gevolgd worden. Het gevaar bestaat dat een consument zich tegen je keert als hij zich niet goed behandeld voelt. De GDPR is dit voor en dwingt nu af dat marketeers hun mindset veranderen.		2	A			
59	13-9-2017	Franki Websi Cases	Aaron Mirc Bure	CEO/ondern	Marketing	AVG	768	https://www.avnederland.nl/2017/09/13/algemene-verordening-gegevensbescherming-2016-2/	(1) Vanaf mei 2018 moeten bedrijven voldoen aan nieuwe Europese privacywetgeving. De GDPR, zoals deze wet heet, wordt in het FD een "feest voor accountants, adviseurs en advocatenkantoren" genoemd. Een nieuwe markt biedt nieuwe kansen.	(4) Moord en brand verkopen de krant. Waarschuwen voor (naderend) onheil, is een gedegen PR-strategie. Vraag dat maar aan advocatenkantoor DLA Piper. Een van de partners stelt in het FD het volgende: "Klanten zijn in paniek. Veel te veel bedrijven zijn te laat wakker geworden." Door een probleem centraal te stellen, ontstaat er nieuwswaarde. En door dat probleem aan te kaarten, is het voor de lezer ook duidelijk wie het kan oplossen. PR sluit daarmee enigszins aan op sales.		2	A			
60	18-9-2017	Franki Websi Hoe je Riens Koop Bure	CEO/ondern	Marketing	GDPR	1126	https://www.avnederland.nl/2017/09/18/algemene-verordening-gegevensbescherming-2016-3/	(1) Eind mei 2018 moet de nieuwe GDPR geïmplementeerd zijn. De vraag is: zijn we als organisaties tevreden als dat gelukt is? Is dat al uitdagend genoeg of zijn we bereid een stap verder te gaan? Verder is het belangrijk om de belangen van de consument nog meer centraal zetten. Doe je dit door heel transparant te zijn, door de consument controle te geven over zijn gegevens en de consument een stem te geven binnen de organisatie? Ik wil iedereen uitdagen na te denken waar ze de lat willen leggen.			1	M				

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
61	26-9-2017	Frank	Websi	Social	Tamara W	Freel	Marketeer	Marketing	GDPR	1901	https://www.oma.nl/omschrijving/1901		(16) Allemaal leuk en aardig die nieuwe klantcontactkanalen en chatbot-technologie, maar met de GDPR op de loer, kun je niet zomaar van start gaan. "Privacy is meer dan alleen de luiken en gordijnen dichtdoen", begint Herwin Roerdink (Vondst Advocaten) zijn lesje 'Privacy in 15 minuten'. (17) De sancties zijn enorm hoog: 20 miljoen euro boete of 4 procent van je wereldwijde jaaromzet. Andere risico's zijn rechtszaken en imagoschade.			2 M
62	5-10-2017	Frank	Websi	Zo bei	Marielle D	Fuel	CEO/ondern	Marketing	GDPR	2201	https://www.oma.nl/omschrijving/2201		(24) Op 25 mei 2018 treedt de General Data Protection Regulation (GDPR), de nieuwe Europese wet voor databescherming, in werking. De nieuwe wet verscherpt regels uit de huidige Wet Bescherming Persoonsgegevens, maar voegt ook een aantal nieuwe verplichtingen toe. De vraag is uiteraard wat deze nieuwe wet voor het gebruik van een IP-marketingtool betekent. De gebruikers van een IP-marketingtool kunnen (in ieder geval voorlopig) rustig ademen.			2 M
63	13-10-2017	Frank	Websi	Zo rei	Gijs Molsb	Oranj	Contentmar	Marketing	GDPR	2345	https://www.oma.nl/omschrijving/2345	Kan de onlinemarketing-afdeling de gewenste prestaties van content meten? Of zijn hier eerst nog meer optimalisaties of tools voor nodig, waardoor je besluit om je doelstellingen op korte termijn aan te passen? En voldoen deze nieuwe manieren waarop alle data opgeslagen en benut worden ook aan de privacywetgeving 2018 en GDPR?			1 M	
64	19-10-2017	Frank	Websi	Top 1	Larissa Nijf	Frank	Redacteur/J	Journalistiek	GDPR	688	https://www.oma.nl/omschrijving/688		(5) Het kan je bijna niet ontgaan zijn, vanaf mei 2018 wordt de GDPR ingevoerd. De meeste organisaties zijn voornamelijk bang voor hoge boetes, maar de GDPR kan ook worden gezien als kans! In dit artikel lees je de 4 belangrijkste principes voor jouw marketingafdeling.			2 M
65	26-10-2017	Frank	Websi	4 tips	Jacco Bouw	webp	CEO/ondern	Marketing	GDPR	1227	https://www.oma.nl/omschrijving/1227	Al gezien? E-mailmarketing: zo stoom je jouw opt-in klaar voor de GDPR-wet			1 M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst (9) Nieuwe wetgeving onderschat	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading OMA
66	7-11-2017	Frank Webs	13 op	Sjef Kerkhof	Daily	Commercieel	Marketing	AVG	1347	https://www.frank.nl/2017/11/07/avg-gevoeligheden-voor-bedrijven-overschat/		In mei 2018 is het zo ver, dan gaat de wetgeving algemene vordering gegevensbescherming (AVG, ook wel GDPR in het Engels), geïnitieerd vanuit de EU, definitief van start. De effecten hiervan voor bedrijven worden zeer sterk onderschat. Het gebruik van bijvoorbeeld custom audience targeting binnen kanalen als Facebook ligt niet meer zo voor de hand als voorheen. Daarnaast zullen merken en agency's veel scherper om moeten gaan met de gegevens waarmee ze werken. Boetes kunnen hoog oplopen, dus je kunt maar beter alvast voorbereidingen gaan treffen.		2 M	
67	5-4-2016	De Co Webs	De EU	Karel Smooren	De Cc	Journalist	Journalist	Algemeer	2177	https://www.derechters.nl/2016/04/05/avg-gevoeligheden-voor-bedrijven-overschat/		(17) De EU moet nog officieel reageren op de Turkse wet, maar parlementsleden en mensenrechtenorganisaties wijzen erop dat een wet die is opgesteld zonder raadpleging van de Turkse grondwet, de EU en de mensenrechtencommissies, niet voldoet aan de EU-richtlijnen zoals vastgesteld in de Databeschermingsrichtlijn, die binnenkort zal worden vervangen door de algemene verordening gegevensbescherming. Op onze vragen kwam ook geen reactie.		1 M	
68	14-4-2016	De Co Webs	Drie k	Dimitri Tol	De Cc	Journalist	Journalist	Algemeer	713	https://www.derechters.nl/2016/04/14/avg-gevoeligheden-voor-bedrijven-overschat/		Lidstaten hebben minder ruimte om de wet naar eigen inzicht te interpreteren. Toezichthouders kunnen boetes opleggen aan bedrijven als zij zich niet aan de wetgeving houden, variërend van twee tot vier procent van hun mondiale omzet. Meer bedrijven en overheden moeten een privacy medewerker aannemen, zeker als ze gevoelige data verwerken. In het geval van datalekken dienen de toezichthouders binnen 72 uur ingelicht te worden. Het moet makkelijker worden om je persoonsgegevens te laten verwijderen en/of mee te nemen naar een andere dienst. Als je bijvoorbeeld van telefoonprovider wisselt, moet je je belgeschiedenis kunnen meenemen - als je dat zou willen. Het recht om vergeten te worden, dus het verwijderen van data die niet meer relevant zijn, wordt makkelijker. En deze wet biedt de mogelijkheid om politie- en inlichtingendiensten strenger te controleren.		1 Key event	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
69	1-8-2016	De Co	Webs	Vier a	Maurits M	De Cc	Journalist	Journalistie	autorite	344	https:		Tot slot is het budget en de mankracht van de AP onvoldoende voor haar taakstelling. Met iets meer dan 8 miljoen euro en iets meer dan zeventig fte kan de AP na het aannemen van de Europese privacyverordening onmogelijk haar taken volledig en effectief uitvoeren. Het is de verantwoordelijkheid van de politiek om de toezichhouder met voldoende middelen uit te rusten. Hopelijk lukt het de voorzitter de regering duidelijk te maken dat bij een groeiende taakstelling ook een groeiende begroting hoort.' - Uitspraak door Bits of Freedom		2	O
70	31-8-2016	De Co	Webs	Hoe j	Maurits M	De Cc	Journalist	Journalistie	Algemer	2058	https:	De nieuwe Algemene verordening gegevensbescherming (Avg) [nieuwe Europese regelgeving over de bescherming van persoonsgegevens, MM] beoogt precies dat te voorkomen.'			1	M
71	14-9-2016	De Co	Webs	De Tw	Sander He	De Cc	Journalist	Journalistie	richtlijn	1706	https:	In Brussel werken Europese ambtenaren juist aan een richtlijn om de privacywetgeving in de gehele EU te uniformeren. De denkrichting van de Nederlandse ambtenaren staat haaks op de Europese conceptteksten voor de nieuwe privacyrichtlijn.			1	M
72	14-9-2017	De Co	Webs	Ja Je	Dimitri Tol	De Cc	Journalist	Journalistie	Algemer	1851	https:	Voor Bart Schermer, universitair hoofddocent aan de Universiteit Leiden en partner bij adviesbureau Considerati, voert één thema de boventoon: de nieuwe Europese privacyverordening die vorig jaar is goedgekeurd en in mei volgend jaar van kracht gaat. Deze Algemene verordening gegevensbescherming moderniseert de huidige Europese regelgeving.			1	M
73	2-9-2016	Mark	Webs	Mark	Nicole Wo	Kenn	Advocaat	Advocatuur	Algemer	1199	https:	(3) De e-Privacy Richtlijn heeft een grote samenhang met de Algemene Verordening Gegevensbescherming ('Privacyverordening'), een nieuwe verordening die van toepassing is op de verwerking van persoonsgegevens (in werking getreden op 25 mei 2016 en van toepassing vanaf 25 mei 2018). De komst van deze verordening was een van de redenen dat de Europese Commissie het tijd vond voor herziening van de e-Privacy Richtlijn.			1	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga/Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
74	31-3-2017	Marki	Webs	Marki	Edwin Vler	MCB	Marketeer	Marketing	wetgevi	957	https://www.mcb.nl/nieuws/2017/03/31/marketing-en-sales-vanaf-25-mei-2018-een-stuk-moeilijker-zullen-worden/		(1) Ik krijg die vraag regelmatig sinds ik samen met Charlotte Meindersma heb beschreven hoe ('koude') marketing en sales vanaf 25 mei 2018 een stuk moeilijker zullen worden. Ik schrijf in dat artikel over de nieuwe mindset die marketeers en verkopers, als de klant de dans leidt, in de toekomst nodig hebben. Ik merk echter dat veel mensen graag wat concreter advies willen en willen weten hoe ze nu al naar 2018 toe kunnen werken. Ik beschrijf in dit artikel wat eenvoudig, laaghangend fruit. En ik bestrijd een vooroordeel: dat marketing en sales met die nieuwe privacywet veel moeilijker zullen worden	3	M	
75	13-5-2017	Marki	Webs	Privat	Edwin Vler	MCB	Marketeer	Marketing	richtlijn	1936	https://www.mcb.nl/nieuws/2017/05/13/de-oude-europese-privacyrichtlijn-stamt-uit-1995-deze-dekte-niet-de-wijze-waarop-wij-online-met-onze-eigen-gegevens-en-die-van-anderen-omgaan-en-elk-land-mocht-gedeeltelijk-zelf-invullen-hoe-de-privacy-werd-beschermd-het-doel-van-de-nieuwe-verordening-is-om-de-privacy-in-de-gehele-eu-zo-goed-mogelijk-gelijk-te-trekken-er-zijn-wel-nog-erg-veel-uitzonderingen-mogelijk-dus-echt-1-privacynet-wet-voor-de-eu-kunnen-we-deze-verordening-niet-noemen-de-persoonsgegevens-van-individueel-worden-wel-beter-beschermd	(3) De oude Europese Privacyrichtlijn stamt uit 1995. Deze dekte niet de wijze waarop wij (online) met onze eigen gegevens en die van anderen omgaan. En elk land mocht gedeeltelijk zelf invullen hoe de privacy werd beschermd. Het doel van de nieuwe verordening is om de privacy in de gehele EU zo goed mogelijk gelijk te trekken. Er zijn wel nog erg veel uitzonderingen mogelijk, dus echt één privacywet voor de EU kunnen we deze verordening niet noemen. De persoonsgegevens van individuen worden		(uier) Privacywetgeving: oesenen marketeers en verkopers wel wat er op ze af komt? (1) In de consumentenmarkt was privacy al een belangrijk issue, in de bedrijvenmarkt zijn marketeers tot nu toe redelijk onbekommerd doorgegaan met 'acquisitie' en 'customer relationship management'. Maar dat zal in 2018 niet meer zo makkelijk gaan: onder de definitie 'persoonsgegevens' vallen dan namelijk ook bedrijfsgegevens, zoals een persoonlijk mailadres of een telefoonnummer. Los van de beperkingen voor 'koude' acquisitie wordt zelfs de (marketing)communicatie met je klanten ingeperkt: een mailadres van je klant in het systeem mag bijvoorbeeld alleen voor nieuwe aanbiedingen gebruikt worden als de klant daar expliciet toestemming voor heeft gegeven. (slot) Kortom: we worden als marketeers en verkopers, ook B2B, steeds meer beperkt in onze mogelijkheden om de markt te bestormen en al het wild te schieten dat in ons vizier komt. Maar is dat erg? Moeten we als mensheid niet de beweging maken die onze voorouders	2	A
76	23-6-2017	Marki	Webs	Nieuw	Riens Kooij	Bureau	CEO/onderr	Marketing	wetgevi	1292	https://www.mcb.nl/nieuws/2017/06/23/dit-kun-je-zien-als-een-bedreiging-omdat-het-ons-zal-beperken-in-onze-mogelijkheden-en-daarnaast-veel-tijd-en-geld-gaat-kosten-echter-kun-je-dit-ook-zien-als-een-kans-om-jezelf-als-een-transparante-organisatie-neer-te-zetten-dit-is-relevant-aangezien-consumenten-vragen-dat-we-transparant-zijn-over-wat-we-met-hun-persoonsgegevens-doen	Header "Dit kun je zien als een bedreiging omdat het ons zal beperken in onze mogelijkheden en daarnaast veel tijd en geld gaat kosten. Echter kun je dit ook zien als een kans om jezelf als een transparante organisatie neer te zetten. Dit is relevant, aangezien consumenten vragen dat we transparant zijn over wat we met hun persoonsgegevens doen."	2de alinea "Als je nu nog moet beginnen, wordt het heel spannend, zegt ict-jurist Arnoud Engelfriet tegen de NOS. De boetes bij niet voldoen aan de wet zijn niet mals: maximaal 4 procent van de jaaromzet of 20 miljoen euro, al is de kans groot dat de boetes in de praktijk lager uitvallen."	Laatste twee alinea's "Hoewel het niet in alle gevallen verplicht is een DPO te hebben, is het wel te adviseren om hier iemand verantwoordelijk voor te maken en (deels) tijd aan te laten besteden. Hiermee staat privacy structureel op de agenda. Als je dit goed oppakt, verander je een juridische en administratieve last in een concurrerend voordeel. Aan de slag ermee, je hebt nog minder dan een jaar!"	2	A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
77	7-9-2017	Marki	Webs	Progr	Arnout Kel	K2 M	Managing P	Marketing	Algeme	1568	https://		(Slot) Met de komst van de AVG (Algemene Verordening Gegevensbescherming) in 2018, de pan-Europese privacywetgeving, worden de teugels nog strakker aangetrokken. Wie nu niet alvast de juiste voorzorgsmaatregelen neemt, trekt straks aan het kortste eind en riskeert hoge boetes.		2	M
78	7-9-2017	Marki	Webs	Die ni	Edwin Vler	MCB	Marketeer	Marketing	richtlijn	931	https://		(titel) Die nieuwe privacywet mag je gewoon negeren -notitie Sander, opmerkelijk	(8) Bij veel bedrijven is het customer relationship management een zootje: veel gegevens in veel verschillende Excel-bestanden of cloudtoepassingen die verouderd, niet correct of niet compleet zijn. Ik las laatst een treffend betoog om de privacywet als een stok achter de deur te zien, om eindelijk eens orde in deze chaos te scheppen. Want dat je een CRM-pakket hebt, wil niet zeggen dat je het goed gebruikt natuurlijk; de data erin moeten wel kloppen. Garbage in, garbage out.	3	O
79	20-9-2017	Marki	Webs	Big D:	Walter van GoDe	Chief Marke	Marketing	Marketing	wetgevi	920	https://	(1) Het uitgebreide onderzoek geeft onder meer inzicht in onderwerpen als datastrategie, het ontwikkelen van data science-toepassingen, de meest populaire technologie, cloud, GDPR en hoe je als organisatie een aantrekkelijke werkgever bent en blijft.	(6) Eén van de onderzochte thema's in de Big Data Survey is GDPR, de Europese wetgeving die vanaf mei 2018 gehandhaafd gaat worden. Het is de hoogste tijd voor organisaties om maatregelen te nemen om te voldoen aan de eisen die GDPR stelt. In de praktijk zijn de meeste organisaties nog niet klaar voor de invoering van GDPR. Een groot deel van de deelnemers (43 procent) is zelfs niet bekend met de nieuwe regels. Slechts 28 procent zegt dat de organisatie gereed is voor de inwerkingtreding van de nieuwe regels.	2	A	
80	27-9-2017	Marki	Webs	Tim G	Bram Kost	Mark	Chief creati	Journalist	wetgevi	2604	https://	(1) Tim Geenen werkte jarenlang bij Bannerconnect en richtte onlangs Faktor op, een nieuwe speler in de advertisingmarkt die inspeelt op de GDPR-wetgeving die in mei van kracht wordt.		1	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
81	28-9-2017	Marki Webs	GDPR		Jos Keunin Tomc	Digital Mar		Marketing	Algemeer	1775	https://www.marketingweek.nl/2017/09/28/algemeen-advies-voor-bedrijven-om-gegevens-veilig-te-bewaren/	(3) De consument kan vanaf 25 mei 2018 aangeven dat persoonsgegevens die door organisaties zijn opgeslagen verwijderd dienen te worden. Vandaar dat deze nieuwe wet een grote invloed kan hebben op de manier van het hedendaagse internetgebruik. Het zou kunnen zijn dat de consument bewuster het internet zal betreden, daarbij in gedachten houdend welke voetsporen er achtergelaten zijn of zullen gaan worden. De consument heeft in ieder geval meer invloed op welke bedrijven wel en welke bedrijven geen data over hem of haar mogen bewaren.	(1) Vanaf 25 mei 2018 hebben we te maken met een nieuwe privacywet, de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) - in Europees verband de General Data Protection Regulation (GDPR). Deze verordening kan een grote impact hebben op het hedendaagse internetgebruik en zal vrijwel zeker gevolgen hebben voor adverteerders. (5) Als we ervan uitgaan dat er streng toezicht wordt gehouden, komt 25 mei 2018 ineens vroeg, aangezien er nog veel onduidelijkheid heerst over het onderwerp en het technisch bij de meeste partijen momenteel niet mogelijk is om te voldoen aan deze regelgeving. Ook werken veel marketeers met (software van) grote Amerikaanse partijen, waarbij het nog maar de vraag is of deze partijen integraties zullen bouwen om te kunnen voldoen aan de Europese wetgeving.		2	A
82	3-10-2017	Marki Webs	Wat j		Daan Looh Adwi	Senior Busi		Marketing	AVG, au	2583	https://www.marketingweek.nl/2017/10/03/algemeen-advies-voor-bedrijven-om-gegevens-veilig-te-bewaren/	(1) De verordening is groter dan marketing alleen en raakt alle data in de organisatieprocessen. De uitdaging is organisatiebreed, waarbij sommige organisaties een Functionaris Gegevensbescherming (FG) / Data Protection Officer (DPO) moeten aanstellen, om de wetgeving in primaire organisatieprocessen te waarborgen.	(4) De wissel komt nu hard dichterbij en de consequenties overzien is noodzakelijk om tijdig klaar te zijn: formuleren, opt-in's, trackingscripts als Google Analytics, profiling en targeting/remarketing, enzovoort.		2	A
83	4-10-2017	Marki Webs	GDPR		Rogier de l GX Sc	Business Cc ?			wetgevi	667	https://www.marketingweek.nl/2017/10/04/algemeen-advies-voor-bedrijven-om-gegevens-veilig-te-bewaren/	(1) De GDPR-wetgeving is voor veel bedrijven nog de elephant in the room: een belangrijk onderwerp dat we voor ons uitschuiven en waar vooral niet over gesproken wordt. Terwijl er voor early adopters veel marketingvoordeel is te halen, met name als je inzet op service in plaats van product pushing. (2) Hoewel de GDPR-wetgeving al in mei 2018 ingaat en behoorlijk ingrijpt op digitale marketing, zijn veel bedrijven nog niet of nauwelijks bezig met de gevolgen daarvan. In die zin gebeurt hetzelfde als bij de invoering van de cookie-wet een paar jaar geleden: de bulk van de bedrijven kijkt de kat uit de boom en een klein aantal valt op als beste jongetje van de klas. (4) De GDPR vraagt van bedrijven een omslag in techniek en cultuur die bijzonder lastig is te implementeren.		2	A	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading / OMA
84	5-10-2017	Marki	Webs	Is jou	Jasmijn He	Adwi	E-mailmark	Marketing	Algeme	1434	https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-verordening-persoonsgegevens	Header "Vanaf 25 mei 2018 treedt de nieuwe Europese wet voor databescherming, de General Data Protection Regulation (GDPR), in werking. Oftewel de Algemene Verordening Persoonsgegevens (AVG) in het Nederlands."	Header "Zoals te lezen is in een eerder artikel in deze serie, stelt deze wet veel hogere eisen aan de omgang met persoonsdata door bedrijven om zo de privacy van de burger beter te waarborgen." Header boetes Mei 2018 lijkt nog ver weg, maar als marketeer is het goed om nu al na te denken en maatregelen te nemen om te kunnen voldoen aan deze bindende wetgeving. De boetes zijn namelijk niet mals en lopen op tot 20 miljoen euro of 4 procent van de totale jaaromzet van je organisatie.	Geen aftersales	2 A
85	10-10-2017	Marki	Webs	Onde	Bram Kost	Mark	Chief creati	Journalist	wetgevi	656	https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-verordening-persoonsgegevens	(1) Op 25 mei 2018 treedt de nieuwe privacywetgeving in werking. In de General Data Protection Regulation (GDPR) - oftewel de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) - staan nieuwe, herziene richtlijnen voor het verzamelen van data, in het leven geroepen om de privacy van de burger beter te waarborgen. (10) De nieuwe wetgeving geeft ook meer duidelijkheid over de rechten van de burger. Deze worden nu verder geconcretiseerd en afgekaderd, wat ervoor moet zorgen dat bedrijven op een transparante manier data van burgers verzamelen en opslaan en dat de bezoeker of gebruiker van een digitaal kanaal meer controle over en inzicht in de opslag van zijn of haar persoonsgegevens krijgt.	(12) De tweede reden is de GDPR-wetgeving. Die is tegenstrijdig aan de overgang van brede naar getargete advertising, omdat voor het laatste vanaf 25 mei 2018 expliciete toestemming nodig is van de consument; de targeting vereist immers persoonlijke informatie. Eerder onderzoek van Deloitte laat zien dat slechts 20 procent van de consumenten in de EU die toestemming actief zal geven. Het valt dus te bezien of de targeting de vlucht neemt die wordt voorzien.		2 M
86	17-10-2017	Marki	Webs	GDPR	Martijn Takens	Analytics & CRO	Market	Algeme	1765	https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-verordening-persoonsgegevens	(1) Op 25 mei 2018 treedt de nieuwe privacywetgeving in werking. In de General Data Protection Regulation (GDPR) - oftewel de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) - staan nieuwe, herziene richtlijnen voor het verzamelen van data, in het leven geroepen om de privacy van de burger beter te waarborgen. (10) De nieuwe wetgeving geeft ook meer duidelijkheid over de rechten van de burger. Deze worden nu verder geconcretiseerd en afgekaderd, wat ervoor moet zorgen dat bedrijven op een transparante manier data van burgers verzamelen en opslaan en dat de bezoeker of gebruiker van een digitaal kanaal meer controle over en inzicht in de opslag van zijn of haar persoonsgegevens krijgt.			1 A	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Organi	Beroep	Branche	Zoekwo	Aantal	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading OMA	
87	23-10-2017	Markt	Webs	GDPR	Wouter Ni	Adwi	Online Adv	Marketing	Algeme	3538	https://www.oma.nl/onderzoek/onderzoek-17-10-2017-1	(1) Een belangrijk recht binnen de GDPR is dat gegevens door de gebruiker kunnen worden opgevraagd en dat er een verzoek kan worden gedaan om deze gegevens te verwijderen. Het probleem hierbij is dat het technisch gezien vaak niet mogelijk is een individueel persoon/cookie te verwijderen of deze data overdraagbaar te maken via bijvoorbeeld de advertentieplatformen AdWords en Facebook. Deze advertentieplatformen zullen dus in de toekomst aanpassingen voor moeten doorvoeren.			1 A	
88	26-10-2017	Markt	Webs	Markt	Matthias c	DDM	Legal Couns	Advocatuur	Algeme	948	https://www.oma.nl/onderzoek/onderzoek-17-10-2017-1		(titel) marketeers nog lang niet klaar voor GDPR (1) De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG, ook wel bekend onder de Engelse afkorting GDPR) treedt vanaf 25 mei 2018 in werking. De impact van deze Europese privacywet op het bedrijfsleven is al veel besproken, maar wat betekent dit nu precies voor marketeers en hun organisaties? In deze blogserie duiken wij als legal counsels van brancheorganisatie DDMA de diepte in en proberen we onduidelijkheden weg te nemen. In dit eerste deel laten we op basis van eigen onderzoek zien wat de huidige stand van zaken is onder marketeers. Daaruit blijkt dat slechts 36 procent van de organisaties op schema ligt. (2) De Algemene Verordening Gegevensbescherming vervangt de huidige Wet Bescherming Persoonsgegevens (Wbp) en zorgt ervoor dat in elke EU-lidstaat dezelfde regels op het gebied van privacy- en databescherming gelden. Als je de Wbp nu perfect hebt geïmplementeerd, zijn de veranderingen niet groot. Maar voor veel bedrijven is dat nog niet het geval en zij			2 A
89	2-11-2017	Markt	Webs	De 17	Matthias c	DDM	Legal Couns	Advocatuur	Algeme	1786	https://www.oma.nl/onderzoek/onderzoek-17-10-2017-1		(1) Vorige week lieten we zien dat Nederlandse bedrijven nog niet klaar zijn voor de GDPR (of AVG in het Nederlands), die op 25 mei 2018 ingaat. De voorbereiding op deze nieuwe wet is een complexe aangelegenheid en vraagt veel van organisaties. (2) Iedereen heeft het inmiddels wel gehoord: aan de GDPR/AVG (hierna AVG, kort voor Algemene Verordening Gegevensbescherming) zijn hoge boetes verbonden.			2 A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga/Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
90	9-11-2017	Markt	Webs	Wat b	Matthias c	DDM, Marketeer	Marketing	AVG	1151	https://www.ddm.nl/nieuws/2017/11/09/vergeten-om-uw-gegevens-af-te-voelen	(3) Naast het recht van verzet kunnen klanten vanaf 25 mei 2018 een verzoek indienen om hun persoonlijke gegevens te laten verwijderen. Dit heet het recht om vergeten te worden, ook wel bekend als 'right to be forgotten'. In het geval van marketing kunnen mensen altijd een beroep op dit recht doen.	(1) De GDPR (of Algemene Verordening Gegevensbescherming, kortweg AVG, in het Nederlands) geeft mensen meer van die controle. Marketeers die het vertrouwen van hun klanten willen winnen of behouden, moeten hiervan goed op de hoogte zijn.	(3) Onder de GDPR bent je verplicht om uitgebreid te informeren, ook over de nieuwe rechten van mensen. Loop dus je huidige privacy statement nog eens kritisch door. Daarin moet je namelijk ook: De bewaartermijnen van de gegevens (of de manier waarop je deze vaststelt) vermelden. Wijzen op het recht om gegevens in te zien, te laten aanpassen, aan te vullen of te verwijderen. Wijzen op het recht om bezwaar te maken tegen en het beperken van de verwerking van gegevens (recht van verzet). Wijzen op de mogelijkheid om een klacht bij de Autoriteit Persoonsgegevens in te dienen. Wijzen op de mogelijkheid om toestemming op ieder moment in te trekken. Indien van toepassing de contactgegevens van de functionaris gegevensbescherming (data privacy officer) vermelden. De herkomst van de gegevens toelichten, wanneer deze niet direct door de betrokken	3	A
91	9-11-2017	Markt	Webs	De to	Gerben Bu	The V CRM & Omr	Marketing	Algeme	2005	https://www.vcrm.nl/nieuws/2017/11/09/vergeten-om-uw-gegevens-af-te-voelen	(12) Overigens gaat er nu een interessante periode aankomen met de invoering van de GDPR (in Nederland de AVG, de Algemene Verordening Gegevensbescherming). Die stelt dat je moet kunnen aantonen dat je een opt-in voor een nieuwbrief of actiemail rechtmatig verkregen hebt. Kun je dat niet, dan moet je dit soort adressen (sowieso vanaf 25 mei 2018, maar feitelijk eerder) uitsluiten voor selecties. Met mogelijk gedwongen kleinere mailshots als resultaat.	(2) Tijdens deze ontbijtsessies, leert u alles over de nieuwe regels van de EU Data Beschermingsregulering en ontdekt u wat u moet doen om er zeker van te zijn dat uw organisatie en uw klanten klaar zijn voor deze nieuwe regulering. Door de decentralisaties en het gebruik van privacygevoelige informatie neemt het risico van verlies, diefstal of misbruik van deze informatie toe. Met de komst van de EU Data Beschermingsregulering geeft dit de lokale overheid een extra uitdaging op het gebied van informatiebeveiliging.		2	M
92	22-1-2015	Binnen	Webs	Ontbi	Onbekend	Onbekend	Onbekend	GDPR	141	http://www.sophos.com/nl/privacy/2015/01/22/alle-informatie-over-deze-ontbijtsessies-en-kunt-u-zich-aanmelden		(slot) Op de website van Sophos vindt u alle informatie over deze ontbijtsessies en kunt u zich aanmelden. (Hyperlinked tekst)	2	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
93	8-5-2015	Binne	Webs	Verzu	Sjoerd Har	Binne	Journalist	Journalistie	wetgevi	1062	http://		(1) In 2018 wordt er naar verwachting een verordening van kracht die de wetgeving ter bescherming van persoonsgegevens flink aanscherpt. Het wordt spannend of kleine gemeenten de standaard halen. (8) Dan is het zaak om te kijken hoe de beveiliging kan worden aangescherpt om aan de nieuwe normen te voldoen. Al met al levert dat een hele hoop werk op', aldus Thijsen. En ondertussen moeten gemeenten ook aan alle regels in alle bijzondere wetten blijven voldoen. (slot) Door toenemende taken en nieuwe technische ontwikkelingen op data-gebied hebben gemeenten er ineens een hoop verantwoordelijkheden bij. Als straks de regelgeving voor deze verantwoordelijkheid ook nog eens flink wordt aangescherpt, krijgen gemeenten het nog erg druk met de privacywetgeving.' (1) in 2018 moet de wetgeving ter		2	M
94	11-5-2015	Binne	Webs	GEME	Sjoerd Har	Binne	Journalist	Journalistie	wetgevi	476	http://	(2) Met een nieuwe verordening, in de wandelgangen ook wel 'privacyverordening' genoemd, worden de huidige regels met betrekking tot privacy naar verwachting in 2018 aangescherpt en krijgt de toezichthouder, het College bescherming persoonsgegevens (Cbp) meer mogelijkheden om de privacywet te handhaven.	bescherming van persoonsgegevens door gemeenten flink aanscherpt zijn. Momenteel wordt er nog uitgegaan van onder andere de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). Een nieuwe 'privacy-verordening' moet daar verandering inbrengen. Of de strengere regelgeving wel haalbaar is vraagt Marieke Thijsen van advocatenkantoor Hekkelman zich af. (3) Voor gemeenten ontstaan er met de privacyverordening van 2018 enkele prangende vragen, zo vermoedt Thijsen. 'Is de beveiliging van al die data wel goed op orde? Zijn de systemen wel goed genoeg? Wie heeft er toegang tot de data? Welke gegevens bewaar je en welke niet?' Vanaf 2018 moeten gemeenten stappen hebben gemaakt. De regelgeving belooft veelomvattend te worden. 'Het zal een zware klus worden om alles op tijd rond te krijgen. De nieuwe regels zullen ongetwijfeld een hoop vergen.		2	M
95	6-7-2015	Binne	Webs	Digita	Michiel Cr	KPN	Consultant	IT	wetgevi	1022	http://	(1) Met de aanstaande Europese Privacy Verordening en de Nederlandse 'meldplicht datalekken' werken overheden aan betere spelregels om burgers houvast te geven.			1	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
96	28-7-2015	Binne	Webs	'EU-m	Sjoerd Har	Binne	Journalist	Journalistie	Algemer	454	http://PBLQ	(1) Het akkoord van de raad van Europese ministers van Justitie over de Europese privacywetgeving zwakt de toekomstige regels voor overheden mogelijk fors af. Mocht het compromis van de Europese ministers overeind blijven na onderhandelingen met het Europees Parlement, dan hoeven overheden de huidige regelgeving slechts beperkt aan te passen. Dat concludeert adviesbureau PBLQ.			1	M
97	28-9-2015	Binne	Webs	Raad	Ingrid van	PBLQ	Adviseur	Consultanc	wetgevi	92	http://	(1) De onderhandelingen rond de nieuwe Europese privacywetgeving zijn voor de zomer een flinke stap verder gekomen. Nadat één jaar geleden het Europees Parlement al haar standpunt had bepaald, hebben de ministers van Justitie van de EU-landen inmiddels een compromis bereikt.	(slot) Contact: Ingrid van Wifferen, Adviseur (0)6 25 00 93 61 of mail		1	M
98	29-9-2015	Binne	Webs	Meld	Saskia Laa	Prog	LIEC	Overheid	AVG	797	http://	(1) Vanaf 1 januari 2016 wordt de wet 'Meldplicht Datalekken en uitbreiding bestuurlijke bevoegdheid Cbp' van kracht. Hiermee loopt Nederland vooruit op de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) die naar verwachting eind 2017 in heel Europa zal gaan gelden. In bijna alle gevallen is de gemeente wettelijk verantwoordelijk voor de gegevensverwerking. Wat houdt deze meldplicht in en hoe kunnen overheden zich hierop voorbereiden?	(3) Een datalek is geen ver-van-mijn-bedshow maar een dagelijkse realiteit voor talloze organisaties, zo ook voor gemeenten. Het is dus niet de vraag of gemeenten hier na de DigiNotar-affaire opnieuw mee te maken zullen krijgen, maar wanneer het zal gebeuren, op welke schaal en met welke gevolgen.		1	M
99	8-12-2015	Binne	Webs	Privat	Jasper Sch	Nyins	Advocaat	Advocatuur	autorite	556	http://	(slot) In de nabije toekomst vinden mogelijk nog verdere wijzigingen van het privacyrecht plaats. Op Europees niveau bevinden de onderhandelingen over de Privacyverordening zich in een vergevorderd stadium.	(6) Overtreding van de meldplicht datalekken en een aantal andere bepalingen uit de WBP, kan vanaf 1 januari 2016, indien sprake is van opzet, ernstig verwijtbare nalatigheid of het niet opvolgen van een bindende aanwijzing, leiden tot boetes van maximaal € 810.000,- of, als dat hoger is, 10% van de omzet van een organisatie. Een fors risico dus.		1	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
100	15-1-2016	Binne	Webs	Alles	Sjoerd Har	Binne	Journalist	Journalistie	richtlijn	1249	http://decentralisatie gemaakt.	(1) Europa legt gemeenten binnenkort strengere regels op ter bescherming van de privacy van burgers. In Zaanstad en de Brabantse Kempen wordt er op -geanticipeerd. 'Veel zaken zijn niet meer toegankelijk voor onbevoegden, maar dat kunnen ook je directe collega's zijn.' (3) In Zaanstad is men er dan ook al volop mee bezig. Ter voorbereiding op de nieuwe verordening heeft de gemeente een jurist met specialistische kennis ingeschakeld die de organisatie duidelijkheid moet verschaffen over de nieuwe eisen, vertelt Liesbeth Beekhuis, juridisch business-controller bij de gemeente. Zaanstad is met 151 duizend bewoners één van de grotere gemeenten in Nederland en geldt volgens Beekhuis met de aanpak in het sociaal domein als een voorbeeld voor andere gemeenten. Veel belangrijke slagen op privacygebied werden meteen al bij de				1	M
101	26-1-2016	Binne	Webs	TRAC	Sjoerd Har	Binne	Journalist	Journalistie	richtlijn	283	http://vastgelegd.	(4) De provincie geeft aan dat er momenteel geen richtlijn is voor het gebruik van trackers op de provinciale websites. Wel wordt er nog dit jaar beleid opgesteld en in gebruik genomen. Of in de toekomst trackers zijn uitgesloten voor website van Gelderland blijft onduidelijk in de beantwoording. 'Provincie Gelderland is zich aan het voorbereiden op de aankomende Europese Privacy Verordening. In deze opdracht is het formuleren van privacybeleid een concrete doelstelling, het wel of niet toestaan van trackers zal in dit kader worden beoordeeld en in het beleid worden				1	M
102	10-3-2016	Binne	Webs	De dri	Gerard Str	Centr	Manager	Se	IT	wetgevi	461	http://...	(1) Informatiebeveiliging krijgt ieder jaar meer aandacht. En met recht, want de potentiële impact van een lek, cyberaanval of systeemcrash is groter dan ooit. Onze afhankelijkheid van (digitale) informatie groeit onophoudelijk (5) Een belangrijke internationale ontwikkeling op het gebied van privacy is de Europese Algemene Data Protectie Verordening. Deze wordt naar verwachting dit jaar van kracht, met een overgangperiode van zo'n anderhalf jaar. In 2016 moeten organisaties echt aan de slag met de voorbereiding op die nieuwe wetgeving.			2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga/Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
103	21-3-2016	Binne Webs	Veene	Sjoerd Har	Binne Journalist	Journalist	Algeme	764	http://privacy-onderwerpen	(1) Gemeente Veenendaal is met het aanstellen van Wolfje Mijnders één van de eerste gemeenten buiten de G4 met een eigen privacyfunctionaris. Vanwege de aankomende Europese privacyverordening die in 2018 in werking treedt zijn veel gemeenten bezig met de voorbereiding op nieuwe, zwaardere privacy-eisen. Mijnders vertelt over haar eerste maanden als aanspreekpunt voor				1	M
104	25-3-2016	Binne Webs	Pioni	Wolfje Mij	Geme Adviseur pr	Overheid	autorite	373	http://		(4) Privacy is nu hot en de ontwikkelingen volgen elkaar snel op. Het duurt nog een jaar of twee voordat de Europese Privacy Verordening (EPV) zal gaan gelden in Nederland. Er is nog veel onduidelijk. Wat betekent deze nieuwe verordening voor mijn organisatie? Hoe ga ik hier op inspelen? Moeten wij onze werkprocessen veranderen? Deze vragen zullen de komende twee jaar moeten worden beantwoord, en liever eerder dan later.			2	M
105	14-4-2016	Binne Webs	EU KE	-	ANP	-	Journalist	wetgevi	199	http://	(1) - Aan de nu versnipperde wetgeving in Europa over gegevensbescherming komt een einde. Het Europees Parlement (EP) heeft nieuwe wetgeving hierover donderdag goedgekeurd. (3) De nieuwe regels, waar jaren intensief over is onderhandeld tussen de Europese Commissie, de EU-lidstaten en het EU-parlement, gaan 2018 in. Dan moeten alle 28 EU-lidstaten de regels hebben omgezet in nationale wetgeving. Ook is het kader geschetst waarbinnen politie- en inlichtingendiensten mogen omgaan met gegevens in verband met het recht op privacy.			1	Key Event
106	21-4-2016	Binne Webs	Boete	Fatou Teve	Capri Advocaat	Advocatuur	Algeme	1133	http://	(1) Het is niet opmerkelijk dat er zoveel aandacht is voor privacy de laatste jaren, gelet op onder andere de Algemene verordening gegevensbescherming (oftewel de Europese privacyverordening) die al jaren in de maak is. Medio december 2015 hebben de Europese Commissie, het Parlement en de Raad een akkoord bereikt over de (tekst van de) verordening. De verwachting is op dit moment dat deze over grofweg een jaar of twee in werking treedt.	(2) PwC heeft afgelopen januari geconstateerd dat veel organisaties niet goed zijn voorbereid op de nieuwe regels. Ik zal hierna heel kort ingaan op enkele aspecten van de uitgebreide boetebevoegdheid en de meldplicht datalekken. (3) Of organisaties er klaar voor zijn of niet, de Autoriteit Persoonsgegevens kan nu in ieder geval bij overtreding van bijna elke bepaling van de Wbp (onder meer alle hoofdverplichtingen van de verantwoordelijke zoals bedoeld in de wet) een bestuurlijke boete opleggen. De boetes kunnen oplopen tot maximaal € 820.000 of 10% van de netto-omzet van de (rechtspersoon van de) overtreder.	(slot) Capra staat u uiteraard graag bij, als u bijvoorbeeld nog vragen heeft over de wijzigingen in de Wbp per 1 januari 2016, een juridische check wilt uitvoeren naar aanleiding van de nieuwe regels, of de bewerkersovereenkomsten nog moet aanpassen.	2	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Organi	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	LOMA	
107	22-7-2016	Binn	Web	Hoe	Julius Ha	Pink	Consultant	Consultanc	Algeme	417	http://	(1) Gelukkig vindt er momenteel een aantal ontwikkelingen plaats in de wetgeving op het gebied van privacy en persoonsbescherming. Denk hierbij aan de Wet Meldplicht Datalekken, maar ook aan de nieuwe Europese privacy verordening (Algemene Verordening Gegevensbescherming) die stapsgewijs wordt ingevoerd. Deze ontwikkelingen zijn nodig vanwege de snel toenemende digitalisering van gegevensbeheer	nieuwe wetgeving door onder andere accountants wordt steeds strenger uitgevoerd. De boetes die hiermee gepaard gaan kunnen oplopen tot wel 820.000 euro en in de toekomst worden ze nog hoger. Welke impact heeft dit binnen jullie gemeente? Het is van belang dat je de consequenties die uit deze wetgeving voortkomen, ook doorvoert binnen je gemeente. Het lijkt misschien ver van je af te staan, maar het raakt zeker ook de eigen applicaties.			2	M
108	9-8-2016	Binn	Web	Mouwen opgestroopt, er komen administrat					Algeme	412	http://	(1) Oosenbrug kijkt desondanks ook met vertrouwen naar de toekomst. 'De minister heeft aangegeven dat er met het in de EU aannemen van de algemene verordening gegevensbescherming die op 25 mei 2018 van toepassing wordt en de huidige Wet bescherming persoonsgegevens grotendeels zal vervangen, naast de BIG al andere waarborgen voor de bescherming van persoonsgegevens komen. Gemeenten moeten gaan voldoen aan diverse nieuwe plichten, zoals maatregelen van privacy by design, het uitvoeren van privacy impact assessments en het aanstellen van een functionaris voor de gegevensbescherming. Ik denk dat deze aanvullende maatregelen heel goed zijn, maar de bescherming van persoonsgegevens moet al veel eerder op orde zijn dan in mei 2018.'	(1) De komende jaren moeten overheidsorganisaties flink aan de slag om werkprocessen en data in kaart te brengen. Veel data zal bovendien openbaar moeten worden gemaakt in een speciaal hiervoor opgezet register. Er komen namelijk twee wetten aan die op het eerste gezicht weinig met elkaar te maken hebben: de Wet open overheid (initiatiefwet) en de Europese Verordening Gegevensbescherming. Beide wetten gaan enorme consequenties hebben op korte termijn voor het in kaart brengen van de eigen (klant)processen en systemen van overheden en dan vooral decentrale overheden en uitvoeringsorganisaties. (Slot) Beide vergen een nieuwe manier van kijken en omgaan met informatie. Kortom, een goede reden om deze ontwikkelingen in samenhang te bekijken. Allebei apart is het al een megaoperatie maar samen is het echt uitdaging om hier uitvoering aan te geven.			2	M
109	18-8-2016	Binn	Web	'Rijk	Sjoerd Ha	Binn	Journalist	Journalisti	Algeme	458	http://		(1) PvdA-Kamerlid Astrid Oosenbrug blijft het zeggen: de bescherming van gemeentelijke gegevens van burgers is niet alleen een zaak voor gemeenten, maar ook voor het Rijk. In Ede ging het eerder deze week mis. Hackers kregen daarbij toegang tot duizenden gegevens van inwoners van Ede.			1	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
110	24-8-2016	Binne Webs	VNG:	Hans Bekk	Binne Redacteur	Journalistiel	AVG, w	326	http://		<p>(2) De Algemene Verordening Gegevensbescherming is in mei in werking getreden en zal binnen twee jaar de basis zijn van de nationale wetgeving op het gebied van gegevensbescherming. Op 25 mei 2018 moeten alle gemeenten aan de nieuwe regels voldoen.</p>	<p>(1) De nieuwe Europese regelgeving op het gebied van gegevensbescherming leidt tot extra kosten voor gemeenten. De Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) wil dat het ministerie van Binnenlandse Zaken in beeld brengt wat de financiële gevolgen zijn. (3) De AVG zal een aanzienlijke impact hebben op gemeenten, aangezien het verwerk en van persoonsgegevens tot de primaire taken van gemeenten behoort. Op een aantal punten zullen de wijzigingen in regelgeving ook tot structureel hogere kosten voor gemeenten leiden', schrijft de VNG in een brief aan Plasterk.</p>		2	A	
111	26-9-2016	Binne Webs	Utrec	Sjoerd Har	Binne Redacteur	Journalistiel	AVG	304	http://		<p>(1) Gemeente Utrecht heeft haar in 2003 opgestelde privacy-verordening vernieuwd naar een 2016-versie. Utrecht sorteert daarmee voor op de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), die in 2018 in werking treedt voor alle gemeenten.</p>			1	M	
112	19-10-2016	Binne Webs	Nijpe	Esther Sch	AG Cr Redacteur	Journalistiel	AVG, au	586	http://		<p>(1) Sinds 1 januari 2016 is het wettelijk verplicht om datalekken te melden. Bedrijven en overheden hebben tot 25 mei 2018 om hun bedrijfsvoering met De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in overeenstemming te brengen.</p>	<p>(1) Sinds januari 2016 zij er door bedrijven en overheden al meer dan 4000 blootgelegde datalekken aan de Autoriteit Persoonsgegevens gemeld. Dit heeft een nijpend tekort aan gespecialiseerde ICT-juristen aan het licht gebracht. Binnen 18 maanden zijn zeker 25.000 privacyspecialisten nodig om het gebruik van data in lijn te brengen met de Europese vereisten, stelt Bart Schermer, partner bij juridisch adviesbureau Considerati en universitair hoofddocent ICT-Recht aan de Universiteit Leiden. (3) Gebrek aan expertise De hausse aan datalekken toont volgens Schermer de gebrekkige staat van het privacybeleid bij Nederlandse ondernemingen en overheden aan. (5) Het gebrek aan expertise op het gebied van privacy werkt volgens Schermer als een rode lap op 'allerhande adviseurs van wisselende kwaliteit', die in afwachting van de nieuwe generatie ICT-bedrijfsjuristen massaal op de markt gedoken zijn.</p>		2	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekw	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
113	25-10-2016	Binne	Webs	Kente	Marieke T	Hekk	Advocaat	Advocatuur	AVG, au	471	http://		(2) Het gerechtvaardigde belang (artikel 8, onderdeel f Wbp) is een andere grondslag waarop het gebruik van persoonsgegevens vaak gebaseerd kan worden. De mogelijkheid om van die grondslag gebruik te maken, wordt voor gemeenten flink ingeperkt met de inwerkingtreding van de Europese Privacyverordening (AVG). De AVG vervangt de Wbp in mei 2018.	(3) Vraagt u zich af of een bepaald gebruik van persoonsgegevens voldoet aan de eisen die de Wbp stelt of die de AVG in de toekomst aan het gebruik van persoonsgegevens stelt? Neem dan contact op!	3	M
114	3-11-2016	Binne	Webs	Geme	Robert van	BDO	Partner	BDO	Consultancy	richtlijn	300	http://	(1) De wereld digitaliseert en ook lokale overheden worden steeds afhankelijker van IT-systemen en koppelingen met externe instanties. Niet in control zijn levert enorme risico's op. Privacywet- en regelgeving worden steeds meer aangescherpt en staan nadrukkelijk in de maatschappelijke belangstelling. (3) Vanwege toenemende impact van IT heeft de Europese Commissie besloten dat de huidige richtlijn van de privacyverordening moet worden aangepast. Wanneer het parlement de verordening goedkeurt, dan wordt deze verordening ook rechtstreeks van kracht in Nederland. Het voorstel bevat nieuwe en strengere privacyregels. Ook kunnen er boetes worden opgelegd die oplopen tot 100 miljoen euro als organisaties niet voldoen.	(slot) Benieuwd of uw gemeente alle relevante informatiebeveiligingsaspecten in beeld heeft? Vul dan de gratis Informatiebeveiligingsscan in. U ontvangt dan in 2016 gratis een rapport met de belangrijkste aandachtspunten en de stand van zaken binnen uw sector. Heeft u vragen over de BDO Informatiebeveiligingsscan of behoefte aan een gesprek tijdens of naar aanleiding van het invullen van de scan, neem dan contact op met Robert van Vianen van BDO Publieke Sector. Dat kan via telefoonnummer +31 (0)30 284 9981 of via Robert.van.Vianen@bdo.nl .	3	M
115	14-11-2016	Binne	Webs	Europ		Pink		IT	AVG, w	144	http://		(1) Privacy is een onderwerp wat in de komende jaren de gemoederen bezig gaat houden. Wij zitten in een overgangsfase qua privacy wetgeving, een fase startende met de Europese verordening AVG (algemene verordening gegevensbescherming), die op 25 mei 2016 van kracht is geworden en waaraan alle Nederlandse gemeenten uiterlijk per 25 mei 2018 moeten voldoen.	(2) Op dinsdag 6 december organiseren wij een sessie over dit onderwerp in samenwerking met Sergej Katus van Privacy Management Partners, specialisten op het snijvlak van ICT en privacy wetgeving. In deze interactieve sessie gaan we in op de gevolgen van deze wetgeving voor jouw organisatie, werkprocessen en de relatie tot onze producten. Heb je op voorhand vragen die je graag beantwoord ziet tijdens deze sessie, geef deze dan hier door aan mij.	3	M
116	20-12-2016	Binne	Webs	Nieuw		Binne		Journalist	AVG	237	http://		(3) In 2018 wordt de Wet Bescherming Persoonsgegevens (WBP) vervangen door de AVG; de Algemene Verordening Gegevensbescherming. Gezien de grote wijzigingen dient u zich er nu al op voor te bereiden. Weet u bijvoorbeeld wanneer u een datalek moet melden?	(4) Tijdens de seminarreeks 'De Juridische Overheid 2018' krijgt u in 4 compacte middagseminars theoretische kaders aangereikt en gaat u aan de slag	3	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
117	23-1-2017	Binne Webs	Welki	Theo Hoog	PBLQ	Principal a	Consultanc	AVG, au	874	http://		(2) De Meldplicht Datalekken en de Algemene Verordening Gegevensbescherming maken bestuurders – nog meer dan voorheen – verantwoordelijk voor het juist toepassen van privacywet- en regelgeving.... Zowel zakelijk als privé komen mensen steeds vaker in aanraking met verschillende vormen van cyberdreiging. Ook neemt de berichtgeving toe over persoonsgegevens die op straat belanden. De reputatieschade voor de gehackte organisaties is groot... "Het bewustzijn dat men 'iets' moet doen is alom aanwezig en het gevoel van urgentie ook. De vraag die wij krijgen van opdrachtgevers is: wát moeten wij dan doen?"	(slot) Schravendeel voegt daaraan toe dat PBLQ de benadering van het meervoudige perspectief toepast in workshops die zij geven met het Centrum voor Informatiebeveiliging en Privacybescherming (CIP). Die opleiding komt begin volgend jaar op de markt. Zo kunnen organisaties binnen de overheid voldoen aan de regelgeving, maar gaan ze ook zorgvuldig met de gegevens van de burgers om."	3	M	
118	30-1-2017	Binne Webs	Pas 1	Tanja de V	AG C	Redacteur	Journalistie	AVG, au	588	http://		(1) Op 25 mei 2018 gaat de nieuwe Europese privacywetgeving in, maar slechts tien procent van de Nederlandse organisaties denkt nu klaar te zijn om daar werkelijk aan te kunnen voldoen. (2) Dat blijkt uit het onderzoek Privacy Governance van PwC onder ruim 200 organisaties. Of ze dat allemaal wel op tijd lukt, is onwaarschijnlijk. Bij overtreding van de wet gelden echter wel boetes die kunnen oplopen tot 10 procent van de jaaromzet tot 4 miljoen euro (4) Volgens de onderzoekers van PwC bereidt twee derde zich nu actief voor op deze EU-verordening, maar een kwart is er nog niet aan begonnen. Verwacht wordt dan ook dat veel organisaties in tijdnood zullen komen.		2	A	
119	31-1-2017	Binne Webs	Orga	Sjoerd Hai	Binni	Redacteur	Journalistie	AVG, we	472	http://	(2) Het onderzoek van accountants- en belastingadviseurbedrijf PwC wordt jaarlijks uitgevoerd en geeft organisaties inzicht in hoe er wordt omgegaan met het onderwerp privacy. Het zijn organisaties uit onder meer het onderwijs, de gezondheidszorg, de regionale en nationale publieke sector, de energiewereld en de financiële sector. In het onderzoek worden onder meer de onderwerpen die de organisaties zelf belangrijk vinden, hoeveel zij hierin investeren en de omgang met nieuwe regelgeving behandeld.	(1) Slechts 58 procent van organisaties uit verschillende sectoren heeft de Meldplicht Datalekken, die inmiddels een jaar in werking is, geïmplementeerd. Dit blijkt uit het PwC Privacy Governance onderzoek onder 210 organisaties in onder meer de publieke sector. Daarnaast is slechts een op tien organisaties klaar voor de gewijzigde privacywetgeving, die in mei 2018 van kracht wordt.(4) De voorbereiding op de nieuwe wetgeving is bij de meeste organisaties nog niet afgerond, maar sommigen zijn er nog niet eens mee begonnen. Een kwart van de organisaties heeft de wijzigingen door de toekomstige wetgeving nog niet geïdentificeerd. Uiteindelijk zegt slechts een op tien organisaties zegt klaar te zijn voor de gewijzigde privacy regelgeving.		2	A	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
120	6-2-2017	Binne	Webs	Wat c	Wolfje Mi	Geme	Adviseur pr	Overheid	AVG, au	524	http://	(1) Vrijdag 20 januari verliep de termijn om te reageren op de conceptversie van de Uitvoeringswet van de Algemene verordening gegevensbescherming. Fijn dat de conceptversie er ligt. Dat geeft wat meer inzicht in hoe de Nederlandse wetgever een aantal open bepalingen uit de AVG inkleurt.	(2) De maximaal op te leggen boeten gaat fors omhoog en de AP krijgt expliciet de bevoegdheid uit eigen beweging zaken openbaar te maken.		1	A	
121	22-2-2017	Binne	Webs	WOLF	Sjoerd Ha	Binne	Journalist	Journalistie	wetgevi	280	http://	(2) Toestemming vragen aan inwoners om persoonsgegevens te verwerken, zoals veel gemeenten momenteel nog doen, is niet voldoende. De nieuwe Europese privacywetgeving die in 2018 ingaat kan een oplossing vormen. Die wetgeving houdt onder meer in dat een gemeente moet beschikken over een functionaris gegevensbescherming.	(titel) WOLFSEN: ZO SNEL MOGELIJK EEN PRIVACYFUNCTIONARIS (1) De voorzitter van de Autoriteit Persoonsgegevens Aleid Wolfsen roept gemeenten op om zo snel mogelijk een privacyfunctionaris aan te stellen. Dat meldt het vakblad Zorgvisie. De oud-burgemeester van Utrecht vindt daarnaast dat de wetgever gemeenten niet voorziet van een goed wettelijk kader voor de uitvoering van de Wmo en de Jeugdwet. (2) Wolfsen ziet dat professionals het risico lopen de grondrechten van burgers te schenden. Volgens hem heeft de Autoriteit Persoonsgegevens er tijdens de decentralisaties op gewezen dat er 'geen overkoepelende wetgeving is voor de domeinoverstijgende verwerking van persoonsgegevens'.		2	M	
122	2-3-2017	Binne	Webs	Priva		Pink		Consultanc	Algeme	344	http://		(4) Het aanvankelijk als lastig benoemde onderwerp, bleek ruim drie uur te boeien, maar ook te overdonderen. Veel van de aanwezigen geven aan nog veel werk te hebben om de privacy goed te waarborgen. (slot) En met nog minder dan 475 dagen te gaan, komt de Algemene Verordening Gegevensbescherming die op 26 mei 2018 van kracht wordt, steeds dichterbij.	(slot) Wil jij op de hoogte blijven voor toekomstige sessies en informatie? Laat hier je gegevens achter.		3	M
123	6-3-2017	Binne	Webs	Van p	Dirk Schra	PBLQ	Principal a	Consultanc	Algeme	215	http://	(1) De Algemene Verordening Gegevensbescherming, die 25 mei 2018 in werking treedt, bevat enkele nieuwe verplichtingen die in de bestaande Wet bescherming persoonsgegevens nog niet voorkomen. Het betreft onder meer de plicht om een Privacy Impact Assessment uit te voeren als een nieuwe gegevensverwerking die waarschijnlijk een hoog risico voor de privacy kent en om Privacy by Design (PbD) toe te passen			1	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekw	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
124	9-3-2017	Binn	Web	Dag	Monique	Hekk	Advocaat	Advocatu	AVG, au	357	http:	(1) Op 28 januari 2017 was het de dag van de privacy. Een goed moment om stil te staan bij de verwerking van persoonsgegevens. Zoals ieder jaar heeft de Autoriteit Persoonsgegevens haar agenda gepresenteerd. Het jaar 2017 is een bijzonder jaar, want het is het laatste jaar dat de Wet bescherming persoonsgegevens geldt. Daarna geldt de Algemene Verordening Gegevensbescherming. (3) Vanaf 25 mei 2018 is de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) rechtstreeks van toepassing in alle EU-lidstaten, dus ook in Nederland. Dit brengt nieuwe verplichtingen mee voor alle organisaties. Zie voor de 10				1	M
125	16-3-2017	Binn	Web	verar	Rob Honi	Hot	CCO	IT	wetgev	676	http:	(2) Begin 2016 is door de EU-lidstaten de Europese privacywetgeving bekrachtigd. Deze regelgeving gaat verder dan we in de Wet bescherming persoonsgegevens gewend waren en organisaties hebben de verplichting om hier medio 2018 aan te voldoen. Dit lijkt ver weg maar er is heel veel werk aan de winkel voor nagenoeg iedere organisatie die persoonsgegevens verwerkt en gebruikt. (3) In de praktijk gaat er veel mis of doen we zaken die eigenlijk niet (meer) mogen. Denk bijvoorbeeld aan het extern aanleveren van klantgegevens om een campagne te laten uitvoeren zonder dat daar (1) ten jaar na de invoering van de meldplicht datalekken maakte de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) eind 2016 de balans op: ruim 5.500 meldingen in krap een jaar tijd. Een groot deel van die meldingen was te voorkomen geweest. Waar gaat het bij veel organisaties mis? (slot) Kortom, er zijn meerdere manieren om te voorkomen dat een beveiligingslek ontaardt in een datalek. Helaas verzuimen organisaties op grote schaal om de noodzakelijke voorzorgsmaatregelen te nemen. Dit kan organisaties vanaf 25 mei 2018 nog duurder komen te staan. Op die dag vervangt de Europese Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) onze nationale Wet bescherming persoonsgegevens. De maximale boete voor het niet melden van een datalek stijgt dan van 820.000 euro naar 20 miljoen euro of vier procent van de wereldwijde (1) iedereen kent wel het gevoel van	(slot) Hot ITem is ruim 19 jaar actief in het datawerkveld. Voorgaande hebben wij verwerkt in onze standaard aanpak waarmee wij succesvol en vooral privacy-compliant oplossingen bieden die klanten echt helpen. BUSINESS VALUE Wilt u meer weten over onze privacy-aanpak of wilt u reageren op bovenstaande, neem dan contact met mij op. Wij hebben een aantal aansprekende klantcases waar ik u graag meer over vertel.			2	M
126	20-3-2017	Binn	Web	5500	Erik Ploeg	KPN	Managing	IT	AVG, au	609	http:					3	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Aut.	Beep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
127	21-3-2017	Binn Web: Meld			KPN		IT	AVG, au	821	http:		(1) Iedereen kent wel het gevoel van paniek: u voelt in uw binnenzak en uw smartphone is weg. De paniek is extra groot als op het apparaat persoonsgegevens van klanten staan. Die liggen dan op straat. Maar denkt u er wel aan om dit direct te melden bij uw werkgever? Doet u dat niet, dan kan uw werkgever letterlijk een boete krijgen van miljoenen euro's. (2) Dit bedrag valt in het niet vergeleken bij de boete die de Nederlandse privacywaakhond vanaf 25 mei 2018 kan opleggen. Op die dag vervangt de Europese Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) onze Wet bescherming persoonsgegevens. Met de AVG in de hand kan de AP boetes opleggen tot maximaal twintig miljoen euro of vier procent van de		2	M	
128	29-3-2017	Binn Web: Regie			Pink			Algeme	149	http:			(1) Tijdens de regionale sessies Makelaarsuite praten wij jou samen met een gemeente bij over diverse modules binnen Makelaarsuite en hoe deze optimaal ingezet worden. Ook nemen we je mee in hoe jouw organisatie zich kan voorbereiden op de Algemene Verordening Gegevensbescherming. Schrijf je in voor een sessie bij jou in de buurt!		3	M
129	7-4-2017	Binn Web: Nieuw		Bram de	CGI	Senior Bus	IT	GDPR, e	916	http:	(1) Op 25 mei 2018 wordt de General Data Protection Regulation (GDPR) van kracht. Deze nieuwe privacy verordening, in Nederland beter bekend onder de naam Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), regelt de bescherming van natuurlijke personen op het gebied van verwerking- en vrij verkeer van persoonsgegevens in Europa. De AVG vervangt in Nederland de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). Organisaties die op dit moment voldoen aan de eisen van de Wbp, zullen moeten nagaan wat de gevolgen van de AVG zijn en of zij na invoering compliant zijn en blijven.	(laatste kop) Een belangrijke nieuwe bevoegdheid van de AP is het opleggen van administratieve geldboetes. In Nederland had de AP m.i.v. 1 januari 2016 al een boetebevoegdheid, maar deze bevoegdheid is nu naar Europees niveau getrokken. De boetebedragen zijn aanzienlijk en kunnen oplopen tot €20.000.000,- of maximaal 4% van de wereldwijde jaaromzet. Deze bedragen betekenen een behoorlijk financieel risico bij het niet voldoen aan de eisen van de AVG. (slot) De effecten van de AVG op het privacybeleid zal per organisatie verschillen, maar dat er gevolgen zijn staat vast. Niets doen is dus geen optie! Het is daarom belangrijk om op tijd te beginnen en de noodzakelijke veranderingen in beleid en uitvoering		2	A	
130	8-5-2017	Binn Web: Wbp		Pim-Andr	Nyin	Advocaat	Advocatuur	AVG	559	http:	(1) Het onderscheiden van deze rollen is relevant voor de vraag of en wanneer bewerkersovereenkomsten moeten worden gesloten. Met deze bijdrage hoop ik deze misverstanden uit de weg te ruimen. (1) Over ruim een jaar is de AVG van	(1) "Er zijn veel wijdverspreide misverstanden met betrekking tot privacy. Dit leidt regelmatig tot discussie. Zo is er vaak onenigheid over de vraag wie nu eigenlijk 'eigenaar' is van bepaalde (persoons)gegevens. Dit hangt dan weer vaak samen met de vraag wie	(slot) "Neem voor meer informatie over dit onderwerp contact op met Pim-André van Egmond via pim-andre.vanegmond@nysingh.nl of bel +31 26 357 57 42."	3	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
131	18-5-2017	Binne Webs	Aftell	Wolfje Mij	Geme	adviseur pri	Overheid	AVG	548	http://buurgemeenten.nl	(1) Over ruim een jaar is de AVG van kracht. Ik merk aan alle kanten dat er hard wordt gewerkt. Ook in onze gemeente zijn we bezig privacy nog steviger neer te zetten. Het beleid ligt er, nu de implementatie nog. En dat is makkelijker gezegd dan gedaan, want het is zo breed: variërend van alle interne bedrijfsprocessen, personeelszaken, het sociaal domein, veiligheid, vergunningen, belastingen. (3) Ik zie de laatste tijd veel stappenplannen, lijstjes en plannen van aanpak langskomen. Van collega's van andere gemeenten, van ministeries, van commerciële partijen, en – eindelijk – van de AP. Hierbij valt het mij op dat elke organisatie zijn eigen plan trekt en dat hierbij nauwelijks sprake is van een centraal gecoördineerde actie. Wat ik jammer vind, want iedereen zit hetzelfde werk te doen. Ook ministeries overleggen niet onderling. Als gemeenten al overleggen is het vaak met				1	O
132	22-5-2017	Binne Webs	Werkplaats Priv	PBLQ Opleidingsa			Consultancy	AVG	605	http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/kennis	(2) Vanaf 25 mei 2018 moeten organisaties voldoen aan de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG). Onder de AVG kunnen organisaties verplicht zijn een privacy impact assessment (PIA) uit te voeren. Dat is niet vrijblijvend: de AVG kent forse boetes. Een PIA is verplicht als een gegevensverwerking waarschijnlijk een hoog privacyrisico oplevert voor de mensen van wie de organisatie gegevens verwerkt.	(1) Moet u binnenkort een Privacy Impact Assessment uitvoeren? Vraagt u zich af waar u moet beginnen? Zoekt u praktische handvatten om een PIA uit te voeren? In deze opleiding maken we privacy praktisch hanteerbaar. Leer van juridische en informatiekundige ervaringsdeskundigen wat een PIA is en waar u op moet letten. (slot) Schrijf u in voor deze opleiding Startdatum: 7 juni 2017 Locatie: Den Haag		3	M	
133	27-6-2017	Binne Webs	Bevei		MUL		IT	Algeme	275	http://www.binnenlandsbestuur.nl/digitaal/kennis	(2) Sinds de invoering van de meldplicht datalekken in januari 2016 én met de toekomstige Algemene Verordening Gegevensbescherming in het verschiet (mei 2018), heeft MULTIsignaal als verwerker van persoonsgegevens, passende maatregelen genomen. Dat doen wij niet vanwege de norm op zich, maar vooral voor alle cliënten en professionals, die de garantie hebben dat hun gegevens bij ons veilig in beheer zijn.		(slot) Wil jouw regio hier ook gebruik van maken? Informeer dan bij je regionale contactpersoon of neem contact op met de helpdesk van MULTIsignaal.		3	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
134	3-7-2017	Binne	Webs	Hoew	Norbert vs	Hot I	senior adv	IT	GDPR	952	http://		(1) Data is een essentieel bedrijfsmiddel en daar worden organisaties meer en meer mee geconfronteerd. Maar al te vaak zien we dat het bewustzijn van de waarde van data nog onderschat wordt. Dit gebeurt in alle lagen van de organisatie, zelfs op directie/managementniveau. Het laten doordringen van het benodigde besef en het inrichten van effectieve data governance, is nog geen vanzelfsprekendheid. (2) Toezichhouders eisen van gemeenten dat ze in control zijn ten aanzien van hun informatiehuishouding, denk daarbij bijvoorbeeld aan de General Data Protection Regulation (GDPR). Ook in andere domeinen binnen de overheden wordt verbetering van de datahuishouding een must. Maar hoe maak je deze initiatieven nu tot een succes?		2	M
135	13-7-2017	Binne	Webs	Data	-	Hot I	-	IT	GDPR	279	http://		(1) "Als u uw zaken niet op orde heeft gaat uw organisatie ten onder!" "2018 Wordt het jaar van de waarheid voor de privacy professional!" Uitspraken die we de afgelopen periode in de media konden lezen. Gelukkig wordt de soep niet zo heet gegeten, als zij wordt opgediend. (3) Een gedegen privacystrategie is noodzakelijk om het vertrouwen van klanten, burgers en andere stakeholders te winnen en te houden.	(2) Op 21 september 2017 is Hot I Tem als partner aanwezig op het Data Privacy Congres van Heliview. (slot) Maar hoe geeft u praktische invulling aan accountability binnen uw BI- en Analyticsomgeving? En hoe gaat u om met bestaande omgevingen? In deze sessie laat privacy-expert Edwin Kusters zien hoe wij dit samen met onze klanten hebben aangepakt en krijgt u concrete handvatten om hier in uw eigen organisatie mee aan de slag te gaan.	3	M
136	18-7-2017	Binne	Webs	Actua		Centric		IT	AVG, w	425	http://		(Slot) Een ander aspect van data en de informatiesamenleving kwam ter sprake: privacy. Met de nieuwe Europese privacyverordening, de AVG, verscherpen de regels aanzienlijk... "De AVG is een oude oplossing voor een nieuw probleem, die bovendien het probleem niet gaat oplossen. We worden straks echt gedwarsboemd door deze wetgeving. We komen hier alleen maar uit als we naar nieuwe tools gaan, zoals het trustplatform QIY, dat burgers de regie geeft over hun eigen gegevens. Tot die tijd zullen we het moeten doen met de AVG en dat wordt een lastige periode."		2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekw	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
137	20-7-2017	Binne	Webs	EC wi	Sjoerd Har	Binne	Journalist	Journalistiel	AVG, wi	422	http:	(4) In 2018 gaat de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), oftewel de nieuwe Europese privacywetgeving van kracht worden. Lokale opslag van (persoons)gegevens blijft daarin gehandhaafd worden. De verplichte lokale opslag van gevoelige gegevens maakt het voor gemeenten lastiger om over te stappen naar cloudtechnologie. Dit lukt op dit moment alleen gedeeltelijk, een lokale server blijft noodzaak.				1	M
138	20-7-2017	Binne	Webs	Wilt u	Robert van	BDO	Partner BD	Consultancy	AVG, au	520	http:	(1) Een persoonsgegeven is ieder gegeven dat direct of indirect herleidbaar is tot een natuurlijk persoon. Ook adressen zijn herleidbaar tot personen, dus persoonsgegevens. Dat betekent dat de privacy regelgeving, zoals de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) en vanaf 25 mei 2018 de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), ook geldt voor adres gebonden afvalpassen. Het begrip persoonsgegeven wordt door de Autoriteit Persoonsgegevens heel ruim uitgelegd.	(1) Sinds enkele jaren wordt u hardnekkig lastig gevallen met doemverhalen over cybersecurity. De centrale boodschap: er komt hele strenge privacywetgeving aan die ervoor zal zorgen dat uw organisatie straks mogelijk miljoenen euro's aan boete moet gaan betalen als de informatieveiligheid niet op orde is. De strengste der privacywetten - de door de EU uit te vaardigen Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) - moet nog worden ingevoerd, op 25 mei volgend jaar om precies te zijn. Maar als het zover is, zo heeft de Autoriteit Persoonsgegevens bij herhaling duidelijk gemaakt, zullen de boetes waarmee bedreigd wordt, daadwerkelijk gaan vallen. (2) BDO heeft afgelopen anderhalf jaar onderzoek gedaan naar de mate waarin (semi-) publieke organisaties hun informatieveiligheid op orde hebben. Conclusie: er wordt weliswaar vooruitgang geboekt, maar veel te langzaam.	(3) Wilt u weten hoe? Download dan het whitepaper 'Wat werken aan veilige informatie oplevert'.		2	M
139	27-7-2017	Binne	Webs	Privat	Marieke H	Hekk	Advocaat	Advocatuur	AVG, au	697	http:	(1) Een persoonsgegeven is ieder gegeven dat direct of indirect herleidbaar is tot een natuurlijk persoon. Ook adressen zijn herleidbaar tot personen, dus persoonsgegevens. Dat betekent dat de privacy regelgeving, zoals de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) en vanaf 25 mei 2018 de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), ook geldt voor adres gebonden afvalpassen. Het begrip persoonsgegeven wordt door de Autoriteit Persoonsgegevens heel ruim uitgelegd.				1	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
140	27-7-2017	Binne Webs	Jouw	-	Pink f-			IT	AVG	373	http;	(1) De maatregelen van de AVG richten zich vooral op de volgende onderdelen: Privacy onderdeel laten zijn van de bedrijfsvoering Alle medewerkers met een 'privacybril' naar hun werk laten kijken Bij nieuwe processen wordt het verplicht om privacy mee te nemen Leveranciers moeten ook een verklaringen afleggen als zij met persoonsgegevens werken	(1) 25 mei 2018. Deze datum moet door iedere ambtenaar die ook maar iets te maken heeft met gegevens of privacy in zijn werk met rood zijn omcirkelt. Op die datum gaat namelijk de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in. Er gaat veel veranderen, heel veel.	(1) Op Jouw Gemeente Mijn Gemeente gaan we daarom iedere ambtenaar klaarstomen voor AVG! (5-6) Eén van de gemeenten die hier al mee bezig is, is Edam-Volendam. Remco Rekoert, Privacy en Informatiebeveiliging adviseur bij gemeente Edam-Volendam, is de trekker van het project. We volgen hem terwijl hij uitlegt wat er allemaal gaat veranderen. We vragen burgers wat zij ervan vinden. Langs bij een specialist Maar we gaan natuurlijk niet alleen langs bij Remco. Sergej Katus, partner bij de Privacy Management Partners, geeft gemeenten handige tips. Zo laat hij het PMP Privacy Kompas zien waarmee gemeenten kunnen beoordelen of een bepaalde informatiebron goed genoeg is beveiligd.	3	M
141	31-7-2017	Binne Webs	Tien c	Marieke T	Hekk	Advocaat		Advocatuur	AVG	788	http;	(2) Doelbinding is de kern van de AVG, zoals het ook de kern van de huidige Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) is en van andere privacyregelgeving. Doelbinding houdt in dat persoonsgegevens alleen verzameld mogen worden voor een 'welbepaald, uitdrukkelijk omschreven en gerechtvaardigd' doel (artikel 5 lid 1 sub a AVG). Het doel bepaalt vervolgens welk gebruik is toegestaan en welk gebruik niet. Zo mogen bijvoorbeeld niet méér persoonsgegevens verzameld en gebruikt worden, dan nodig is voor het doel (artikel 5 lid 1 sub c AVG) en mogen persoonsgegevens niet langer bewaard worden, dan nodig is voor het doel (artikel 5 lid 1 sub e AVG).	(titel) Tien dingen die u niet wilt, maar wel moet weten over de Privacy-verordening (1) Organisaties krijgen tot 25 mei 2018 om de nieuwe regels van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) te implementeren. Dat lijkt nog ver weg, maar om privacy compliant te zijn, moet er wel wat gebeuren.	(slot) Twijfelt u of en zo ja op welke grondslag een bepaald doel gebaseerd kan worden, neem dan contact op met Monique Hennekens of Marieke Thijssen.	1	A
142	31-7-2017	Binne Webs	Stap	-	Pink f-			IT	AVG	501	http;	(1) Iedere organisatie moet de komende maanden concrete stappen zetten om aan de eisen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming te voldoen. Nog niet begonnen? Of al in het proces maar behoefte aan een checklist? Jouw Gemeente Mijn Gemeente wijst de weg met dit stappenplan: The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming.	(3) Onder de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) was het hebben van zo'n FG optioneel. Na de invoering van de AVG is dit verplicht. Indien nog niet gedaan, stel dus onmiddellijk een FG aan.		1	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwc	Aant	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
143	2-8-2017	Binne	Webs	Voldo	-	KPN	-	IT	AVG	238	http://	(1-2) Privacybescherming is een onderwerp dat niet alleen leeft onder ICT'ers en juristen, maar in toenemende mate ook in directiekamers. Wet- en regelgeving zorgt ervoor dat privacybescherming een onderwerp is waar zelfs directies niet meer omheen kunnen. Een lek van persoonsgegevens bijvoorbeeld kan resulteren in flinke boetes.	(3) In deze meetup Hoe brengt u alle persoonsgegevens in kaart? Wat zijn hierbij de vaak vergeten aspecten? Met welke verschillende privacyregimes kunt u te maken krijgen? De nieuwe privacywet brengt niet alleen verplichtingen voor u mee, maar ook kansen. Hoe maakt u van een nood een deugd? Hoe voorkomt u dat u zich vooral met quick fixes bezighoudt? Hoe realiseert u structurele verbeteringen?	3	M	
144	3-8-2017	Binne	Webs	Stap	-	Pink f	-	Consultancy	AVG	478	http://	(1) Iedere organisatie moet de komende maanden concrete stappen zetten om aan de eisen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming te voldoen. Nog niet begonnen? Of al in het proces maar behoefte aan een checklist? Jouw Gemeente Mijn Gemeente wijst de weg met dit stappenplan: The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming.	(2) Eigenlijk geen stap maar een continu proces is het creëren van bewustwording binnen de gemeente. De AVG kan op dit moment nog een 'ver van bed' show zijn waardoor een campagne rond AVG (op dit moment) niet urgent is: het Meldpunt Datalekken is dat nooit.	(5) Een PIA is niet zelf te ontwikkelen: deze worden door specialistische bureaus vormgegeven en uitgevoerd. Waar een goede PIA aan moet voldoen en waar je als inkoper op moet letten is te lezen op de website van NOREA. (slot) Download het complete stappenplan 'The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming' met nog meer handige tips en links.	3	M
145	7-8-2017	Binne	Webs	Stap	-	Pink f	-	Consultancy	AVG	611	http://	(1) Iedere organisatie moet de komende maanden concrete stappen zetten om aan de eisen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming te voldoen. Nog niet begonnen? Of al in het proces maar behoefte aan een checklist? Jouw Gemeente Mijn Gemeente wijst de weg met dit stappenplan: The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming.	(slot) Download het complete stappenplan 'The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming' met nog meer handige tips en links. Klik hier voor Aflevering 1 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Aflevering 2 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Aflevering 3 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Blog: Zoek balans met het PMP Privacy Kompas Klik hier voor: Stappenplan The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming	3	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga Beroep	Branche	Zoekwc	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
146	8-8-2017	Binn	Web	Stap		Pink Roccade	Consultan	AVG	568	http	(1) Iedere organisatie moet de komende maanden concrete stappen zetten om aan de eisen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming te voldoen. Nog niet begonnen? Of al in het proces maar behoefte aan een checklist? Jouw Gemeente Mijn Gemeente wijst de weg met dit stappenplan: The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming. In dit blog stap 7 en 8: datalekken bij gemeente en beslissers meekrijgen.	(3) Datalekken: één van de ergste dingen die een gemeente en haar burgers kan overkomen. Tegen hackers zijn gemeenten, over het algemeen, goed beschermd, maar de ontwikkelingen gaan snel... Het is dus goed om bij een datalek zo snel mogelijk te acteren.	(7) Download het complete stappenplan 'The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming' met nog meer handige tips en links. (slot) Download het complete stappenplan 'The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming' met nog meer handige tips en links. Klik hier voor Aflevering 1 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Aflevering 2 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Aflevering 3 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Blog: Zoek balans met het PMP Privacy Kompas Klik hier voor: Stappenplan The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming	3	M	
147	8-8-2017	Binn	Web	Patie	Theo Hoc	PBLQ	Consultan	Algeme	859	http	persoon op grond van de Wet bescherming persoonsgegevens en vanaf 25 mei 2018 de Algemene Verordening Gegevensbescherming beschermd tegen behandeling als product. Vanwege de fundamentele waarde en het fundamentele recht van de menselijke waardigheid mogen - bijvoorbeeld via profilering met behulp van big data - geen besluiten met rechtsgevolg worden genomen zonder menselijke tussenkomst. Dat is mogelijk met zelflerende algoritmen en big data , maar mag dus niet.				1	A
148	11-8-2017	Binn	Web	Stap		Pink	Consultan	AVG	451	http	(1) Iedere organisatie moet de komende maanden concrete stappen zetten om aan de eisen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming te voldoen. Nog niet begonnen? Of al in het proces maar behoefte aan een checklist? Jouw Gemeente Mijn Gemeente wijst de weg met dit stappenplan: The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming. In dit blog stap 9 en 10: informeer burgers en start opnieuw. (4) Logischerwijs is het dus belangrijk om te laten weten dat de informatie van de burger in goede handen is bij lokale overheden. Gebruik de AVG dan ook om te laten zien dat er nog meer aan beveiliging gedaan gaat worden. Vertel dan wat er is gebeurd, wat voor een impact dit heeft voor de burger en hoe informatiebeveiliging in geregeld. Vergeet daarbij ook niet dat burgers ook zelf		(slot) Download het complete stappenplan 'The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming' met nog meer handige tips en links. Klik hier voor Aflevering 1 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Aflevering 2 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Aflevering 3 van de videoserie Algemene Verordening Gegevensbescherming Klik hier voor Blog: Zoek balans met het PMP Privacy Kompas Klik hier voor: Stappenplan The Road to... Algemene Verordening Gegevensbescherming	3	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga/Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
149	17-8-2017	Binne Webs	Digitale	Rianne Ber	PBLQ	Informatiemanagement	Algemeer	597	http://	<p>(5) Zo wil een burger bijvoorbeeld relevante informatie van de overheid krijgen, maar ook (met de Algemene Verordening Gegevensbescherming in gedachten) weten wat er met zijn of haar eigen gegevens gebeurt. Dit raakt gelijk aan het vraagstuk van beveiliging en privacy. Wie is hiervoor verantwoordelijk en hoe is dit geborgd in wetgeving en architectuur tegen welke kosten? Om dit allemaal te bereiken worden informatiekundige instrumenten ingezet, die hopelijk elk perspectief voldoende bedienen.</p> <p>(2) De Algemene Verordening Gegevensbescherming vervangt de Europese Privacyrichtlijn die het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie in 1995 gezamenlijk hebben vastgesteld. Als de AVG van kracht wordt, komt de Wet bescherming persoonsgegevens te vervallen. Dat heeft tot gevolg dat de bepalingen van de AVG op het gebied van verwerking van persoonsgegevens ook gaan gelden voor de uitvoering van het verkiezingsproces.</p>		<p>(slot) Heeft u een vraag over hoe digitalisering in wetgeving of beleid is geborgd? We denken graag met u mee!</p> <p>Heeft u een vraag over bovenstaande? Neem contact met ons op!</p>	1	M	
150	25-8-2017	Binne Webs	Kiesv	Redactie	Binne	Journalist	Journalistie	AVG	228	http://				1	A
151	29-8-2017	Binne Webs	Privat		Erasm		Educatie	AVG	334	http://	<p>(1) De nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) heeft grote gevolgen voor uw organisatie. De AVG vervangt de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) en sluit beter aan bij de grote datastromen van de huidige informatiesamenleving, de privacyrechten van personen en privacyplichten van organisaties. Wanneer de wet op 25 mei 2018 van kracht wordt, zijn organisaties verplicht risicoanalyses uit te voeren, een functionaris gegevensbescherming aan te stellen en een register bij te houden.</p> <p>(1) . Organisaties die niet voldoen aan de regelgeving riskeren hoge boetes. U kunt zich hierop voorbereiden door deel te nemen aan deze masterclass waarin u leert hoe de nieuwe wet- en regelgeving eruit ziet en hoe u deze in uw organisatie kunt toepassen.</p>		<p>(3) Na afloop van deze masterclass: Bent u op de hoogte van de nieuwe wet- en regelgeving op het gebied van (verwerking van) persoonsgegevens Kunt u de gevolgen van de inwerkingtreding van de AVG voor de eigen organisatie inschatten en adviseren over eventueel noodzakelijke maatregelen Bent u in staat om veranderprocessen die gerelateerd zijn aan de AVG te begeleiden Leert u hoe u de informatiebeheersstructuur van uw organisatie kunt afstemmen op de AVG Weet u welke verantwoordelijkheden van de verplicht aan te stellen Functionaris Gegevensbescherming zijn en hoe dit er in de praktijk uit ziet.</p>	3	M
152	4-9-2017	Binne Webs	Big da		PBLQ		Consultanc	AVG	749	http://			<p>(4) De Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) en Algemene verordening gegevens (Avg) zijn van groot belang bij het op de juiste manier gebruiken van big data. De opleiding geeft je daarom ook inzicht in de hoofdlijnen van de juridische bepalingen en wat daarbinnen mogelijk is.</p>	3	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA	
153	11-9-2017	Binne Webs	De alg	Gerard Str	Centr Manager	Se	IT		GDPR, a	572	http://	(1) Ontdek in deze blog de vijf hoofdthema's van de AVG. Zo heeft u houvast bij de implementatie van de wet.	(slot) Zoals u leest, stelt de algemene verordening persoonsgegevens vanaf mei volgend jaar strenge eisen aan de verwerking van persoonsgegevens, op straffe van serieuze boetes. Met de vijf bovenstaande thema's heeft u houvast bij wat u te doen staat om u op de AVG voor te bereiden.	(1) Op 25 mei 2018 treedt de algemene verordening gegevensbescherming (AVG, in het Engels de GDPR) in werking. Er geldt dan in de hele EU één zelfde wet over het bewaren, gebruiken en beschermen van persoonsgegevens. Heeft u alle wetsartikelen al doorgenomen? Onze experts wel! Ontdek in deze blog de vijf hoofdthema's van de AVG. Zo heeft u houvast bij de implementatie van de wet. (2) Hoewel deze artikelen voor iedereen gelden, verwacht ik dat u weinig zin heeft om alle 88 pagina's van voor tot achter door te nemen. Daarom hebben mijn collega's en ik dat voor u gedaan. We hebben de AVG voor u doorgespit en nadrukkelijk gekeken naar de verschillende artikelen raakvlakken hebben.	3	A	
154	11-9-2017	Binne Webs	Is uw	-	Bestu	-	Educatie		GDPR, w	201	http://	(5) Volgens Stolk leveren de richtlijnen meer eenheid op in gemeentelijk gegevensmanagement, dat neemt veel werk uit handen. 'Wanneer iedereen op dezelfde manier met gegevens werkt en deze op dezelfde wijze uitwisselt wordt er veel werk bespaard.' Goede richtlijnen voor gegevensmanagement zijn volgens Stolk ook belangrijk vanwege de aankomende Algemene Verordening	(1) Vanaf 25 mei 2018 geldt de nieuwe Europese privacywet Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG, ook wel bekend als GDPR). De AVG stelt strenge eisen aan bedrijven en organisaties wat betreft het verwerken van persoonsgegevens. Zij zijn bijvoorbeeld verplicht een Data Protection Officer (DPO) aan te stellen.	(3) Om te voldoen aan de nieuwe Europese wetgeving, moet u nu maatregelen nemen, zoals het opleiden van uw Data Protection Officer. Bestuursacademie Nederland biedt samen met NCOI Opleidingen en Computrain die programma's die u helpen invulling te geven aan de AVG.	3	M	
155	20-9-2017	Binne Webs	Rijk z	Sjoerd Har	Binn	Journalist	Journalist		AVG, ric	427	http://	Algemene Verordening Gegevensbescherming, de AVG.				1	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
156	28-9-2017	Binne	Webs	Budge	Robert van	BDO	Partner	BDC	Consultanc	AVG, au	476	http://	(2) De Autoriteit Persoonsgegevens lijkt zich aldus te (kunnen) gaan voorbereiden op méér handhaving van de uitgebreide regelgeving op het gebied van de verwerking van Persoonsgegevens. Het is al lang bekend dat de naleving van (bijvoorbeeld) de Wet Bescherming Persoonsgegevens te wensen overlaat. (3) Daar waar de Autoriteit Persoonsgegevens voorbereidingen treft, zouden organisaties dat ook moeten doen. Enerzijds vanwege de toenemende kans op handhaving, anderzijds vanwege het besef dat een goed gewaarborgde verwerking van persoonsgegevens door klanten wordt verondersteld. En omdat de exposure als het mis gaat grote gevolgen kan hebben voor het aanzien en de reputatie van uw organisatie.(4) Verwerkingen die u heeft uitbesteed moeten geregeld worden in overeenkomsten die voldoen aan de eisen die de wet en de AVG daaraan stellen, etc. Werk aan de winkel dus.	(slot) Wilt u weten waar u staat en wat u de komende maanden zou moeten doen om zich voor te bereiden op een toezichthouder met méér capaciteit dan voorheen? Neemt u dan contact op met BDO Advisory. Binnen BDO Advisory werken specialisten op het gebied van Legal, IT Audit en Cybersecurity nauw met elkaar samen.	2	M
157	29-9-2017	Binne	Webs	Data	Sjaak Sch	Aon	manager Cy	Verzekering	GDPR, ri	430	http://	-	(1) Gemeenten staan vooraan in de strijd tegen datalekken en privacy-risico's, want juist zij hebben zeeën aan persoonsgevoelige gegevens in beheer. Bovendien kost de afhandeling van datalekken vaak veel tijd en geld. (2) Allereerst is er de aangescherpte privacywetgeving. Denk aan de Meldplicht Datalekken en de Europese Privacyverordening (GDPR), die al op 25 mei 2018 ingaat. Gemeenten zijn sowieso digitaal kwetsbaarder dan ooit nu ze op steeds grotere schaal privacygevoelige gegevens verzamelen en delen.		2	M
158	5-10-2017	Binne	Webs	Neder	Eric De Kl	Binne	Hoofd redac	Journalistie	AVG, we	381	http://	(1) Nederland doet het goed op het gebied van de bescherming van persoonsgegevens. Dat blijkt uit een onderzoek onder acht Europese landen door de Universiteit Leiden. (5) Uit het onderzoek blijkt ook dat Nederland verdere verbetering van de privacybescherming in gang heeft gezet. Daarmee zijn we goed voorbereid op de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) van de Europese Unie. Die verordening wordt in mei 2018 van kracht.		1	M	

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga/Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading / OMA
159	5-10-2017	Binne	Webs	Privat	Suzanne v	Capri Advocaat	Advocatuur	AVG, au	1006	http://	(1) Op 25 mei 2018 krijgt de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG), die op 26 april 2016 door het Europees Parlement werd vastgesteld, rechtstreekse werking binnen alle lidstaten van de Europese Unie. Deze Europese verordening biedt bescherming aan natuurlijke personen tegen de verwerking van hun persoonsgegevens en het vrije verkeer van	(2) Sindsdien bent u bijvoorbeeld verplicht om elk 'datalek' te melden bij de Autoriteit Persoonsgegevens op straffe van een boete. Andere belangrijke wijzigingen gaan volgend jaar in. (slot) Maak uw organisatie AVG-proof! U hebt nog tot 25 mei 2018 om uw organisatie AVG-proof te maken. Voor wat betreft het recht op vergetelheid betekent dat onder meer het volgende:		1 M
160	9-10-2017	Binne	Webs	Is uw		Erasm	Educatie	AVG, au	468	http://	(2) Eerst even de feiten: Op 25 mei 2016 is de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in werking getreden. De AVG is van toepassing op publieke én private organisaties die persoonsgegevens verwerken. Op 25 mei 2018 wordt de AVG definitief van kracht en vervangt dan de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). De nieuwe AVG sluit beter aan bij de grote datastromen van de huidige informatiesamenleving, de privacy rechten van personen en privacy plichten van organisaties.	(1) Afgelopen week was er flinke paniek in ons MT: de AVG komt eraan en zijn we er eigenlijk wel klaar voor? De paniek is begrijpelijk, de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming stelt organisaties voor bijzondere uitdagingen als het gaat om de waarborg van privacy van online klantgegevens. (3) Tot zover niets om je druk over te maken. Ware het niet dat het niet voldoen aan de voorschriften kan leiden tot serieuze financiële risico's: Een boete van € 10.000.000 of tot 2% van de wereldwijde jaaromzet voor een overtreding van administratieve bepalingen; en Een boete van € 20.000.000 of tot 4% van de wereldwijde omzet voor meer fundamentele overtredingen of het niet opvolgen van bevelen van de toezichhoudende autoriteit. Wie dat leest gaat toch even rechtop zitten om zich af te vragen wat die administratieve voorschriften zijn.	(slot) Nadere informatie Op 30 november en 14 december 2017 vindt de Masterclass Privacy, Data Governance en de AVG plaats aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. De masterclass is bedoeld voor iedereen die zich bezighoudt met het beheer en de verwerking van persoonsgegevens. Tijdens de masterclass leert u wat de AVG voor uw organisatie betekent en hoe u uw organisatie aan de eisen van de nieuwe wet kunt aanpassen. Voor direct inschrijven of meer informatie, gaat u naar www.erasmusacademie.nl/avg	2 M
161	10-10-2017	Binne	Webs	Privat	Pim-André Nyin	Advocaat	Advocatuur	AVG, au	594	http://	(3) de beoogde maatregelen om de risico's aan te pakken, waaronder waarborgen, veiligheidsmaatregelen en mechanismen om de bescherming van persoonsgegevens te garanderen en om aan te tonen dat aan de AVG is voldaan, met inachtneming van de rechten en gerechtvaardigde belangen van de betrokkenen en andere personen in kwestie.		(slot) Het team Overheid & Privacy weet welke privacy-issues spelen rondom gegevensverwerking bij de overheid. Neem voor meer informatie over dit onderwerp contact op met Pim-André van Egmond, E: pim-andre.vanegmond@nysingh.nl T: 026 357 57 42.	1 A

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Orga/Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
162	13-10-2017	Binne	Webs	Kenni	Fatou Teve Capri	Advocaat	Advocatuur	AVG	326	http://	(1) Op 25 mei 2018 vervangt de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) de Nederlandse privacywet, de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). De AVG, die voortborduurt op reeds bestaande begrippen en uitgangspunten en vanaf 25 mei a.s. geldt in de hele Europese Unie, introduceert o.a. een aantal nieuwe begrippen en nieuwe verplichtingen voor organisaties die persoonsgegevens (laten) verwerken. (3) Waar ik eerst merkte dat de nadruk lag op privacy in het sociaal domein, zie ik nu veel discussie ontstaan op het gebied van privacy governance. Dat is natuurlijk ook wel logisch want over ongeveer 8 maanden moeten een aantal processen staan. Wij zijn nu bijvoorbeeld druk bezig achter de schermen om het inzageproces vorm te geven. Dat op zichzelf zou wel een studie waardig zijn. Moet een inzageverzoek achter een DigiD? Hoe kleed ik het proces zo in, dat de identiteit van degene die het verzoek doet voldoende te verifiëren is? En waar moet het inzageverzoek precies aan voldoen?	(2) Daarnaast versterkt de AVG de rechten van belanghebbenden. Kortom, voor u als organisatie is het essentieel om goed voorbereid te zijn op wat de AVG voor u betekent. Capra Advocaten helpt u hier graag bij, door middel van deze bijeenkomst.	(4) Waar en wanneer? De bijeenkomst vindt plaats op 19 oktober a.s. bij Capra Advocaten 's-Gravenhage, aan de Laan Copes van Cattenburch 56 te Den Haag (2585 GC).	3	M
163	16-10-2017	Binne	Webs	AVG: de	Wolfje Mij	Geme	Adviseur pr	Overheid	AVG, we	530	http://	(titel) AVG: DE KLOK TIKT	(slot) Moest u bij meer dan de helft van de open vragen uzelf achter de oren krabben om te bedenken of en welke keuzes u bewust heeft gemaakt? Dan kent de invoering van de AVG nog wel wat geheimen voor u en ondersteunen wij u graag om uw toepassingskennis te verrijken. Zodat u op tijd klaar bent als de AVG ingaat.	1	O
164	23-10-2017	Binne	Webs	Bent u		Bestu	Educatie	AVG, ric	681	http://	(1) Wilt u snel inzicht krijgen of u al voldoende op de hoogte bent, doorloop dan onderstaande quickscan. Op vraag 1 tot en met 5 kunnen meerdere antwoorden mogelijk zijn.	(1) Of is het veilig beheren van en omgaan met persoonsgegevens voor u nog een ver-van-mijn-bedshow? Dit vraagt door de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming echter wel uw volle aandacht!	Bekijk onze open trainingen met betrekking tot de AVG of neem voor een maatwerktraject contact op met Herrick Jellema via 06 – 55 85 24 12 of HJellema@bestuursacademie.nl (3) Elke veiligheidsregio moet qua informatieveiligheid voldoen aan wettelijke eisen: de Wet bescherming persoonsgegevens en de Algemene verordening gegevensbescherming. Om de regio's hierbij te ondersteunen heeft het IFV samen met de vakgroep Informatieveiligheid een traject van collegiale toetsing opgezet. Het opleiden en begeleiden van twee collegiale toetsen bij alle 25 regio's is gegund aan M&I/Partners. Het traject is succesvol van start gegaan.	3	M
165	25-10-2017	Binne	Webs	25 reg	Arend de J	M&I/	Principal ac	Consultanc	Algeme	191	http://	(1) Helemaal digitaal en interactiever dan		3	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Organi	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
166	26-10-2017	Binne	Webs	Actue	Silvia Thaj	Centr	Communica	IT	AVG	178	http://	(1) Helemaal digitaal en interactiever dan ooit: de nieuwe Centric Overheid. Tjokvol wetenswaardigheden, video's en interviews die tot het naadje van de kous gaan. Op dit moment spelen binnen de lokale overheid meer ontwikkelingen tegelijk dan ooit tevoren. De Omgevingswet, de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), de transformatie in het sociaal domein, de omslag naar online dienstverlening – je kunt er een magazine mee vullen.		(slot) Magazine ontvangen? Het magazine Centric Overheid informeert klanten bij de lokale overheid over actuele ontwikkelingen rond overheid en ICT. Wilt u de Centric-magazines ontvangen? Abonneer u kosteloos via centric.eu/magazines . Bekijk ook eerder verschenen uitgaven.	3	M
167	26-10-2017	Binne	Webs	Rutte	Matthijs K	PBLQ	Adviseur	Consultanc	AVG	743	http://	(4) Wat er wél komt in 2018 is de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Deze verordening stelt een Privacy Impact Assessment verplicht wanneer persoonsgegevens worden verwerkt en een risico vormen voor de betrokken burgers. Het kan daarom denk ik geen kwaad om de komende jaren het belang van, en de impact van het regeerakkoord op, privacy blijvend onder de aandacht te brengen van politici en bestuurders. Overigens, met meer regie over je eigen persoonsgegevens kan dit voor niemand kwaad.			1	M
168	2-11-2017	Binne	Webs	ICT-uit		AG	Connect	Journalistie	AVG	221	http://	(2) meer uitgaven aan personeel en advies rond privacy en informatiebeveiliging zijn de belangrijkste redenen die M&I Partners signaleert in de benchmark voor de kostenstijging. De komende jaren gaan de kosten verder omhoog, zo verwachten de onderzoekers. De gemeenten zijn nog lang niet klaar met het verbeteren van de IT-beveiliging. Ook zijn er nieuwe wetten op komst die een verandering aan de IT-systemen vereisen. Het gaat bijvoorbeeld om de nieuwe Omgevingswet en de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Ook zetten gemeenten in op meer datagedreven werken en hebben daar advies bij nodig. (3) Voor de wet Algemene Verordening Gegevensbescherming moet elke gemeente een functionaris gegevensbescherming moeten aanstellen. Nu al gaat de helft van het ICT-budget op aan salarissen. Jarenlang hielden de uitgaven aan software en personeel elkaar in evenwicht. Maar dit jaar gaat dat niet meer op. Er komen nieuwe taken bij en de investeringen in ICT zijn geen vervanging			2	M

No	Datum	Bron	Type	Titel	Auteur(s)	Organi	Beroep	Branche	Zoekwo	Aanta	Link	Framing Type 1 - Informatief / Reporting	Framing Type 2 - Onzekerheid / Angst	Framing Type 3 - Adviserend / Selling	Leading	OMA
169	4-11-2017	Binne	Webs	Gemeenten de fout in met persoonsgegevens in					AVG, we	231	http://	(3) In de huidige wetgeving en in de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) die in mei 2018 van toepassing wordt staat dat verwerking van persoonsgegevens mag wanneer het nodig is voor de nakoming van wettelijke verplichting of goede invulling van een publiekrechtelijke taak. Er moet daarbij alleen wel nagegaan worden of het doel ook via minder ingrijpende middelen bereikt kan worden en of verwerking noodzakelijk is. Er moet een belangenafweging plaatsvinden van gemeenten. De AP merkt hierbij op dat vermelding van persoonsgegevens in openbare stukken normaal gesproken niet noodzakelijk is voor gemeenten.			1	M
170	6-11-2017	Binne	Webs	Privat	Monique H	Hekker	Advocaat	Advocatuur	AVG	584	http://	(2) In de Wet bescherming persoonsgegevens staan zes grondslagen genoemd en deze blijven gelijk in de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) die vanaf 25 mei 2018 geldt. Deze grondslagen zijn: a) Toestemming b) Uitvoering van een overeenkomst c) Naleving van wettelijke verplichtingen d) Vitale belangen van de betrokkene e) Vervulling van een publiekrechtelijke taak f) Gerechtafdigd belang	(slot) Om te voldoen aan de huidige Wet bescherming persoonsgegevens en voorbereid te zijn op de komende Algemene Verordening Gegevensbescherming zullen een aantal stappen genomen moeten worden. Wij helpen meerdere organisaties binnen de afvalbranche om te voldoen aan deze regelgeving. Een eerste stap is de inventarisatie van alle verwerkingen van persoonsgegevens. Deze verwerkingen zullen vanaf 25 mei 2018 ook moeten zijn opgenomen in het register van verwerkingsactiviteiten. Wilt u weten welke stappen nog nodig zijn binnen uw organisatie neem dan contact op met Monique Hennekens.	1	A	