

Betere voorlichting over de AVG en adverteren

21-12-2017 11:13

```
isVideo = { type: 'video', source: 'video' },
isUrl = { type: 'url', source: 'url' },
isElement = { type: 'element', source: 'element' },
isObject = { type: 'object', source: 'object' },

// Check if boxer is already active, return true if not
if ($("#boxer").length > 0) {
  return;
}

// Kill event
_killEvent(e);

// Cache internal data
data = $.extend({}, {
  $window: $(window),
  $body: $("body"),
  $target: target,
  $object: object,
  visible: false,
  resizeTimer: null,
  touchTimer: null,
  gallery: {
    active: false
  }
});
```

IAB Nederland (branchevereniging voor marketinginnovatie en digitaal adverteren), internationaal advocatenkantoor DLA Piper en BVA bond van adverteerders hebben hun kennis en krachten gebundeld in een speciale werkgroep Privacy. Met de werkgroep willen de belangenbehartigers de totale markt van exploitanten, adverteerders en (media)bureaus van advies en documentatie voorzien op het gebied van de European General Data Protection Regulation (GDPR), in Nederland ook wel bekend als de AVG en de e-Privacy Verordening. Tevens zal de werkgroep actief de dialoog met de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) aangaan om gezamenlijk de zakelijke markt, maar ook de consument voor te lichten over alle komende veranderingen.

De handen in elkaar slaan

IAB-voorzitter Nathalie Peters: 'Na de vele voorlichtingsbijeenkomsten, ons Dossier Privacy en onze samenwerking met DLA Piper was voor IAB Nederland het opzetten van de werkgroep een logische vervolgstap. Het wordt tijd dat we zorgen voor uniformiteit en dat we een centrale aanpak richting de consument hanteren in plaats van steeds vanuit één enkele discipline te handelen. Alleen door elkaar te helpen krijgen we straks een (werk)omgeving waarin de consument centraal staat, maar kunnen we er tegelijkertijd voor zorgen dat de advertentie-economie de motor blijft van het commerciële content rijke internet. Ik ben blij dat we in BVA en DLA Piper twee partners hebben gevonden die hierin net zo gedreven zijn als wij.'

Volledige markt bedienen

De werkgroep heeft inmiddels contact opgenomen met andere belangenbehartigers als Stichting Reclame Code (SRC), DDA, PMA, DDMA en DDD. Peters: 'Het is voor ons belangrijk dat de volledige markt van eenduidige en volledige informatie over de GDPR en straks de e-Privacy Verordening wordt voorzien. Om die reden hebben wij ook contact opgenomen met de andere verenigingen om ook van hen te vernemen waar zij en hun leden behoefte aan hebben. Het doet ons goed dat al deze partijen enthousiast reageerden en met onze werkgroep het gesprek willen aangaan om te kijken of we onze krachten ook kunnen bundelen.'

Prominente namen in de werkgroep

De werkgroep bestaat uit professionals uit de (online) advertisingindustrie. Namens BVA zal Machiel Bolhuis zitting hebben in de werkgroep. Andere leden zijn: Richard van Schaik (DLA Piper), Stephanie Reinders Folmer (DLA Piper), Lauren van der Heijden (Persgroep), Simon Hania (Adviesraad IAB Nederland), Marc Roos (Improve Digital), Ed Kassens (Whooz). Namens IAB Nederland sluiten Nathalie Peters (IPG Mediabrands), Jolien Siemerink (IAB Nederland) en Tim Geenen (Faktor) aan.