

# *Nederlanders over Persoonlijke Data*

digitalwe

# colofon

**AUTEUR** Marlies Rikken, InnoValor  
Wil Janssen, InnoValor  
Neil van der Veer, Newcom Research

**PROJECT REFERENTIE** Digital We/PDS/1

**TOEGANGSRECHTEN** Beperkt tot Digital We

**EMAIL** [info@innovalor.nl](mailto:info@innovalor.nl)

**DATUM** september 2015

# inhoud

<b>Managementsamenvatting</b>	<b>5</b>
<b>Inleiding</b>	<b>8</b>
<b>VERANTWOORDING</b>	<b>10</b>
<b>ANDERE ONDERZOEKEN</b>	<b>11</b>
<b>Resultaten op hoofdlijnen</b>	<b>12</b>
<b>ZES ONDERSCHIEDENDE DOELGROEPEN</b>	<b>12</b>
<b>WE WILLEN, BEST GRAAG ZELFS</b>	<b>16</b>
<b>Onze relatie met technologie</b>	<b>18</b>
<b>ANGST EN ENTHOUSIASME GAAN HAND IN HAND</b>	<b>18</b>
<b>Wat doen we met onze gegevens?</b>	<b>21</b>
<b>WE DOEN HET ALLEMAAL...</b>	<b>21</b>
<b>ONZE GEGEVENS: WE WETEN HET NIET</b>	<b>23</b>
<b>CONTROLLEREN DOEN WE NIET</b>	<b>25</b>
<b>DELEN IS EEN KWESTIE VAN VERTROUWEN</b>	<b>26</b>
<b>WE VERTROUWEN VOORAL DE OVERHEID</b>	<b>28</b>

# inhoud

<b>Waar liggen de behoeftes?</b>	<b>32</b>
<b>WE WILLEN BEPALEN EN CONTROLEREN</b>	<b>32</b>
<b>Personal data stores – implicaties&amp; randvoorwaarden</b>	<b>34</b>
<b>HET LAAGHANGEND FRUIT</b>	<b>34</b>
<b>OVERHEID AAN ZET?</b>	<b>35</b>
<b>ONBEKEND MAAKT ONBEMIND</b>	<b>36</b>
<b>Bronnen</b>	<b>37</b>

*Dit werk is gedaan in het kader het project Digital We. In Digital We gaan we op zoek naar de betekenis van de digital enterprise voor organisaties. Het is een co-innovatieproject gefaciliteerd door InnoValor en BiZZdesign. Het consortium bestaat uit de Manifestgroep, VGZ, Belastingdienst, Rijkswaterstaat, Gemeente Amsterdam, BiZZdesign en InnoValor.*

*Rechten op dit materiaal zijn voorbehouden aan de Digital We deelnemers.*

# Managementsamenvatting

## Onderzoekspopzet

Deze survey is uitgevoerd als onderdeel van het project Digital We. Specifiek in het kader van het thema Personal Data Stores. Hierin zijn we op zoek naar de mening van Nederlanders over gebruik en delen van persoonlijke data door en met organisaties. Het onderzoek is in juni 2015 uitgevoerd door Newcom Research, in opdracht van InnoValor. De mening van 501 Nederlanders is gemeten.

## Technologie is eng, maar handig

Wanneer we meten hoe Nederlanders tegen technologie aankijken, zijn vier groepen te onderscheiden. Aan de ene kant van het spectrum, vinden we de argelozen en de luddites. Zij zijn huiverig voor nieuwe technologieën. Aan de andere kant de adopters en sceptici: enthousiast

over nieuwe technologie. De argelozen en adopters maken eerder gebruik van nieuwe technologie dan de sceptici en luddites.

De helft van de respondenten vindt technologische ontwikkelingen zo snel gaan, dat ze het niet allemaal bij kunnen houden. Daarnaast is een groot deel zelfs bang voor de ontwikkelingen die technologie teweeg kan brengen (41%).

Toch ziet men ook voordelen van technologie. Het maakt mensen enthousiast (54%) en kan het leven ook beter maken (54%). Dit zien we terug in het daadwerkelijke gebruik van technologie: 90% van de mensen maakt gebruik van Google, en smartphones worden inmiddels door 79% van de Nederlanders gebruikt. Wearables zijn wat minder

aanwezig: 12% gebruikt wekelijks een wearable.

## Gegevens, hoezo opslaan?

Nederlanders laten onzekere gevoelens zien als het aankomt op persoonlijke data. Een meerderheid van de respondenten (57%) geeft bijvoorbeeld aan dat ze niet precies weten hoeveel gegevens er over ze zijn opgeslagen. 38% weet ook niet precies hoeveel ze zelf delen. Daarnaast ziet ook twee derde van de mensen het nut niet van de opslag van gegevens in. Het komt erop neer dan Nederlanders niet weten welke gegevens organisaties hebben, waarom ze die gegevens hebben en wat ermee gebeurt.

Mensen willen zelf kunnen sturen: er is een grote behoefte om zelf te kunnen bepalen wie er toegang

heeft tot gegevens. Dit vertaalt zich in een behoefte naar meer controle: men wil gegevens kunnen bewerken en kunnen verwijderen. Dat men dit graag wil lijkt voort te komen uit het gevoel van onzekerheid en niet weten wat er allemaal opgeslagen is. Er is dus wel degelijk behoefte aan meer inzicht en controle.

### **We vertrouwen de overheid**

Wat haalt ons dan over om toch gegevens te delen? Geld of financieel gewin haalt Nederlanders niet snel over om gegevens te delen, zeggen ze. Slechts 28% geeft aan dat ze voor geld persoonlijke data zouden weggeven. Belangrijkere redenen om te gegevens delen zijn wetgeving (57%) en vertrouwen in een organisatie (43%). Maar wie vertrouwen we dan?

Wanneer we vragen wie we vertrouwen met opslag en gebruik van

onze gegevens komt de overheid positief naar voren (tussen de 56% en 52% vertrouwen). Verzekeraars en zorgverzekeraars hebben net als banken, een achterhoedepositie, (tussen de 48% en 40% vertrouwen). De introductiestrategie van bijvoorbeeld de Poliskluis, zal zorgvuldig moeten gebeuren en sterk moeten appelleren aan transparantie en controle om de vertrouwenskant te laten groeien. De Internet Service Providers, TelCo's, retail en internetbedrijven (Google, facebook) scoren het slechts. Opmerkelijk hierbij is daarbij dat perceptie van vertrouwen sterk verschilt met andere landen.

*Wie specialiseert in het bieden van een overzichtelijk geheel van persoonlijke data zou veel mensen achter zich kunnen scharen.*

### Personal Data Stores

Op dit moment roept het beheren van eigen data op een centrale plaats nog weinig beelden op bij mensen. Wanneer we vragen om hier gedachtes bij te omschrijven, komt voor terug dat men 'geen idee' heeft. Het is dus van belang om te zorgen dan mensen snappen wat er aangeboden wordt als het om Personal Data Stores gaat. De complexiteit van het concept maakt dat misverstanden op de loer liggen.

Toch zegt 57% van de mensen dat ze gebruik zouden maken van een dienst om persoonlijke gegevens te beheren. De vraag is dus niet zo zeer of er ruimte is voor een PSD, maar vanuit welke toepassingsgebieden de PSD zal opkomen en groeien. Wie specialiseert in het bieden van een overzichtelijk geheel van persoonlijke data zou veel mensen achter zich kunnen scharen.



## Inleiding

De hoeveelheid gegevens van en over ons is enorm. We worden op honderden plaatsen geregistreerd bij de overheid, winkels, bedrijven, verenigingen, noem maar op. Dat kunnen officiële registraties zijn, zoals de basisregistraties met een wettelijke basis. Maar ook informatie die over ons geregistreerd wordt vanuit ons gedrag via een smartphone, via verkeer, activiteiten op het internet, zorggegevens, enzovoorts. De mogelijkheden die dit soort gegevens bieden zijn enorm. Op basis van deze informatie kunnen diensten worden toegespitst op klanten, kunnen we producten effectiever vorm geven en kunnen we eindeloze invuloefeningen in bureaucratische processen versnellen met voor ingevulde data.

Maar wat vinden “we” daar nu van?

Zijn we allemaal tegen dit soort praktijken, zoals de privacy fundamentalisten ons willen laten geloven? Of zijn we inderdaad ontzettend naïef en delen we alles, met iedereen, zoals het gebruik van Facebook suggereert? Zo heel veel weten we niet op dit vlak, zeker niet in Nederland. In 2005 is er een groot onderzoek gedaan bij de start van MijnOverheid.nl. Dat was in de tijd dat Hyves pas een jaar bestond en 100.000 leden had. Sinds die tijd is er heel veel veranderd op het internet, de vraag is of dat onze mening en gedrag ook heeft veranderd. In februari van dit jaar heeft het Ministerie van Economische Zaken door TNO een onderzoek laten doen naar de privacybeleving van Nederlanders; daar liggen raakvlakken met dit thema.

In dit onderzoek wordt gevraagd naar de mening van Nederlanders over het gebruik van persoonlijke

data door organisaties. Specifieke vragen hierbij zijn: wat is de behoefte om zelf persoonlijke data te beheren en controleren? Welke problemen heeft men met de huidige situatie van persoonlijke data beheer? In welke partijen heeft men het meeste vertrouwen als het gaat om persoonlijke data? En wanneer is men bereid persoonlijke data te delen? Kunnen we daarbinnen verschillende doelgroepen of marktsegmenten herkennen?

De opzet van het onderzoek is tweeledig. Aan de ene kant zijn er trendvragen: de uitkomsten daarvan schetsen eerst een beeld van de associatie en de intentie die Nederlanders hebben bij nieuwe technologie. Daarnaast zitten er specifieke elementen in die het onderwerp ‘persoonlijke data’ verder uitdiepen. Vervolgens wordt het daadwerkelijke gedrag en het vertrouwen in organisaties weergegeven. Tot slot



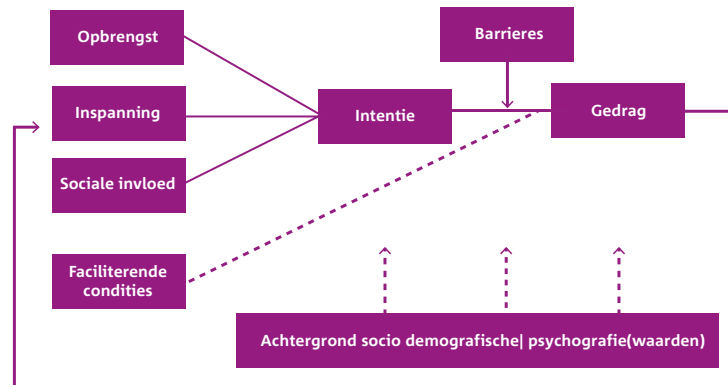
wordt uiteengezet wat Nederlanders graag zouden willen als het gaat om persoonlijke data en de implicaties van deze resultaten voor initiatieven rondom data beheer.



## VERANTWOORDING

Dit onderzoek is in juni 2015 uitgevoerd door Newcom Research, in opdracht van InnoValor. De mening van 501 Nederlanders is gemeten; 100 hiervan zijn telefonisch benaderd en 401 hebben de vragen online beantwoord. De vragenlijst die is gebruikt is te vinden in Appendix A. Om te bepalen hoe Nederland tegenover persoonlijke data staat, is er een doorsnede van heel Nederland bevroegd. In appendix B wordt aangegeven in welke mate alle provincies, leeftijden, opleidingen en geslachten zijn vertegenwoordigd. De steekproef is hiermee voldoende representatief om betrouwbare uitspraken te kunnen doen. Daarnaast komt de opbouw van de steekproef ook voldoende overeen met de populatieopbouw en kunnen we dus generaliseren naar heel Nederland.

Omdat niet alle vragen te maken hebben met diensten en producten die mensen al ervaren hebben, is het belangrijk vanuit het juiste onderliggende model het onderzoek te doen. Feitelijk gaat het hier om technologie-acceptatievraagstukken. Daarvoor is het UTAUT<sup>1</sup> model ingezet, dat de invloed van verschillende factoren op de intentie tot gebruik en barrières tot daadwerkelijke gebruik identificeert (Figuur 1). Daarnaast hebben we gekeken naar de mate waarin socio-demografische factoren relevant zijn in deze context en of we daarin segmentaties kunnen onderscheiden.



Figuur 1. Het onderliggende UTAUT model.

## ANDERE ONDERZOEKEN

Bij een aantal onderwerpen is een vergelijking gemaakt met andere onderzoeken. In juni 2005 is een onderzoek gedaan over gebruik van persoonlijke gegevens met focus op MijnOverheid: 'Online communiceren met de overheid'. Het onderzoek is gedaan onder 2300 respondenten. Hiermee kunnen we huidige situatie vergelijken met die van tien jaar geleden. De overheid voert ook nu nog elk jaar een onderzoek uit naar de kwaliteit van de overheidsdienstverlening, de laatste keer in januari 2015<sup>2</sup>. Daarin komen ook aspecten terug rond Personal Data Stores, zoals het (niet) delen van informatie tussen overheidsorganisaties en het vertrouwen in de digital overheid.

Daaruit blijkt onder meer dat de bekendheid en het gebruik van MijnOverheid flink zijn gestegen, net als het gebruik van DigiD. Daar waar relevant zullen we uitkomsten uit dit

onderzoek ter vergelijking meenemen in dit rapport.

Privacy is in het algemeen wat beter onderzocht. In februari nog publiceerde TNO het onderzoek "Privacy beleving op het internet in Nederland";<sup>3</sup> waarin ook aandacht is voor het beheer en delen van persoonsgegevens. Dit zullen we meenemen in de vergelijking. GfK heeft in 2014 nog onderzoek gedaan naar de privacybeleving in de VS. Daaruit komt een groot verschil tussen de EU/NL en de VS<sup>4</sup> naar voren. Verder worden er vergelijkingen gemaakt met een recent onderzoek uit de UK: 'Data Nation'. Hierin peilt Deloitte de Engelse opinie over het verzamelen van persoonlijke data door publieke en private organisaties. Het onderzoek is uitgevoerd in april 2014 onder 2025 respondenten (15+).

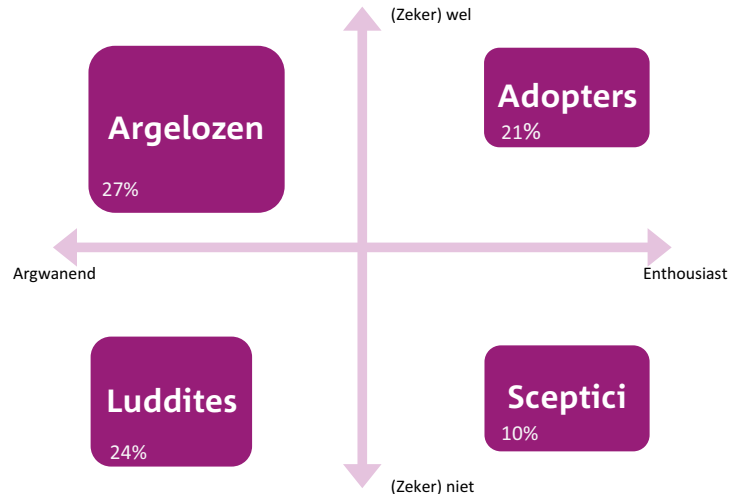


# Resultaten op hoofdlijnen

## ZES ONDERSCHIEDENDE DOELGROEPEN

Uiteraard zijn Nederlanders niet over één kam te scheren. Binnen de respondenten waren vier grote, en twee kleinere segmentaties te onderscheiden. Door te vragen hoe men tegenover technologie staat en hoe men denkt over de mogelijkheden rondom beheer van persoonlijke data, kunnen we identificeren hoe Nederlanders op deze vraagstukken te typeren zijn.

Aan de ene kant van het spectrum, vinden we de argelozen en de luddites. Beide groepen zijn in het algemeen argwanend ten opzichte van nieuwe technologie. De argelozen zouden echter wel gebruik maken van nieuwe technologie, maar de luddites niet. Onder beide groepen vallen relatief veel lager opgeleiden.

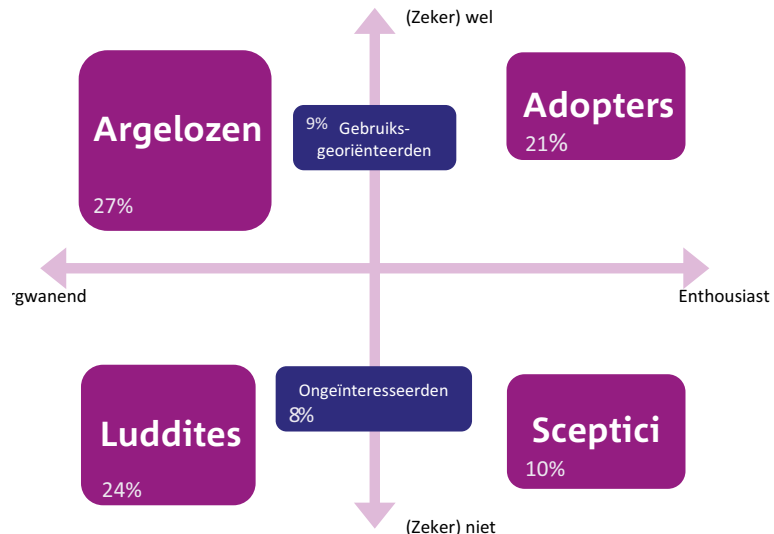


Y: Zou gebruik maken van beheersdienst voor persoonlijke data

X: Houding tegenover nieuwe technologie

Aan de andere kant zien we de adopters en de sceptici. Beide groepen zijn enthousiast over nieuwe technologieën. In beide groepen vinden we overwegend mannen: 62% van de adopters en 59% van de sceptici is man. Daarnaast zijn er onder de sceptici relatief veel hoger opgeleiden. Een verschil is echter dat de sceptici het idee van een beheerdienst voor persoonlijke data nog niet ziet zitten. De adopters daarentegen, zien er wel toekomst in.

Als we de percentages van de groepen optellen, komen we nog niet tot de volle 100%. Er zijn namelijk nog twee andere groepen te herkennen in de populatie. Dit zijn de gebruiks-georiënteerden en de ongeïnteresseerden. Deze twee groepen zijn beide onverschillig over technologie. Ze zijn er niet argwanend over, maar ook niet enthousiast. De gebruiksgeoriënteerden zijn echter wel geneigd diensten voor het beheer van persoonlijke data te gebruiken, terwijl de ongeïnteresseerden dat liever niet doen. Het stereotype gevoel dat vrouwen minder met technologie hebben wordt hier bevestigd: vrouwen zijn relatief sterk vertegenwoordigd in deze twee groepen.

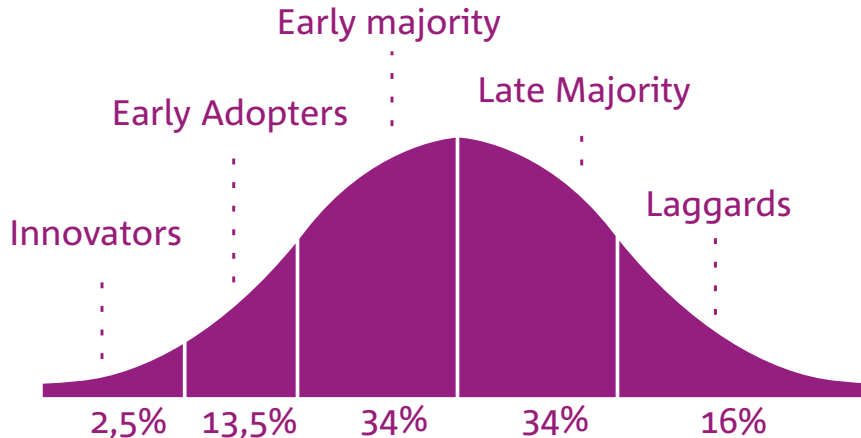


Y: Zou gebruik maken van beheersdienst voor persoonlijke data  
 X: Houding tegenover nieuwe technologie

Deze groepen kunnen vergeleken worden met de 'innovation adoption cycle'. Deze categorieën geven aan hoe snel een groep is met het in gebruik nemen van nieuwe innovaties. Het is te verwachten dat de adopters als enthousiastelingen het eerste een nieuwe technologie oppakken (innovators & early adopters). Terwijl de sceptici en luddites nieuwe technologie waarschijnlijk

pas nadat het zichzelf 'bewezen' heeft zullen gebruiken (laggards). Het is dus zaak om die eerste groep in elk geval mee te krijgen met een nieuwe ontwikkeling, anders zullen de sceptici nooit volgen. Daarnaast maken deze uitkomsten duidelijk dat de groepen op een verschillende manier benaderd moeten worden om het marketen van een nieuwe technologie.

Al met al staat 57% van de ondervraagden positief ten opzichte van het concept PDS. Dat zien we ook terug als we puur en alleen kijken naar de intentie tot gebruik, later in het hoofdstuk. Het is daarnaast opvallend dat leeftijd in de gehele segmentatie geen rol speelt: in alle groepen is leeftijd divers.



Figuur 2. Diffusion of innovations model (Rogers)

Verder is het interessant om de groepen op meer punten te vergelijken. Bijvoorbeeld tegen verwachting in controleren de luddites en argelozen het minst vaak eigen gegevens (57% resp. 45% doet het nooit). Terwijl ze wel sceptisch tegenover tech-

nologie staan. Dit zou voor een deel bij onwetendheid kunnen liggen: ze zijn angstiger om de technologie te leren kennen. Daarnaast zien we dat de adopters een stuk meer vertrouwen hebben: ze delen het vaakstbij vertrouwen in een organisatie (52%)

en ze vertrouwen de Rijksoverheid het meest (57%). Wellicht dat dit grotere vertrouwen er ook voor zorgt dat ze eerder vertrouwen hebben in nieuwe technologieën en er dus minder angstig voor zijn.

	Argelozen	Adopters	Luddites	Sceptic
Populatie aandeel	27%	21%	24%	10%
Controleert nooit zijn gegevens	45%	39%	57%	36%
Deelt gegevens bij wettelijke verplichting	52%	66%	44%	40%
Deelt gegevens bij vertrouwen in organisatie	40%	52%	28%	25%
Is nooit bereid gegevens te delen	12%	4%	32%	27%

## WE WILLEN, BEST GRAAG

Er is potentie op het gebied van gegevensbeheer. Een ruime meerderheid van de Nederlanders geeft aan waarschijnlijk of zeker gebruik te zullen maken van een dienst waarmee persoonlijke gegevens beheerd kunnen worden. Dit betekent dat er wel degelijk een markt voor is, onder de juiste voorwaarden.

Slechts 23% geeft aan vrijwel zeker geen gebruik te willen maken. Echter zijn de gevoelens bij gegevensbeheer wat latenter. Als we bijvoorbeeld vragen waar men aan denkt bij het beheer van data vanuit een centrale plaats (via een persoonlijke dienst, aangeboden door een organisatie), dan wordt het snel duidelijk dat men er nog weinig

associaties bij heeft. De woorden veiligheid en privacy worden genoemd, maar verder heeft men hier nog vooral 'geen idee' bij. Dit betekent dat voor nieuwe diensten rondom persoonlijke data en het beheer daarvan nog behoorlijk aan de weg getimmerd moet worden wat betreft het bewustzijn.







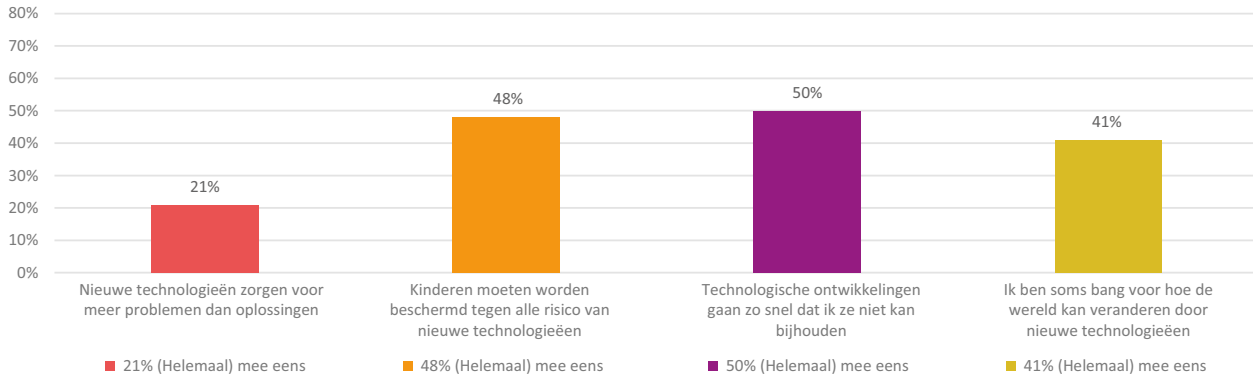
## Onze relatie met technologie

### ANGST EN ENTHOUSIASME GAAN HAND IN HAND

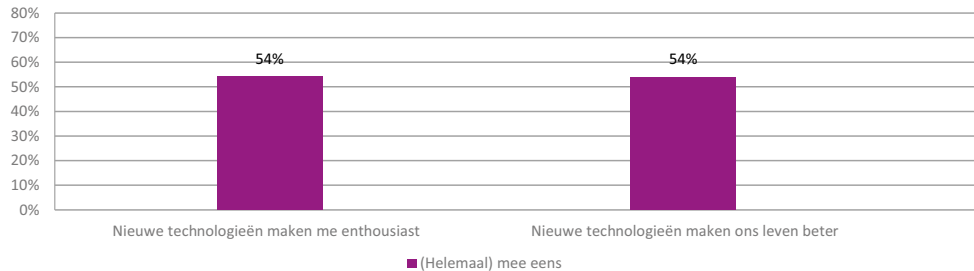
Om de eerder genoemde segmentatie te maken zijn er een aantal algemene vragen over technologie gesteld. Onderstaande tabellen geven aan hoe Nederlanders tegenover technologische ontwikkelingen staan.

Wanneer we specifiekere vragen gaan stellen over technologie zien we dat de helft van de respondenten de ontwikkelingen zo snel vind gaan, dat ze het niet allemaal bij kunnen houden. Daarnaast is een groot deels zelf bang voor de ontwikkelingen die technologie teweeg kan brengen (41%). Dit kan

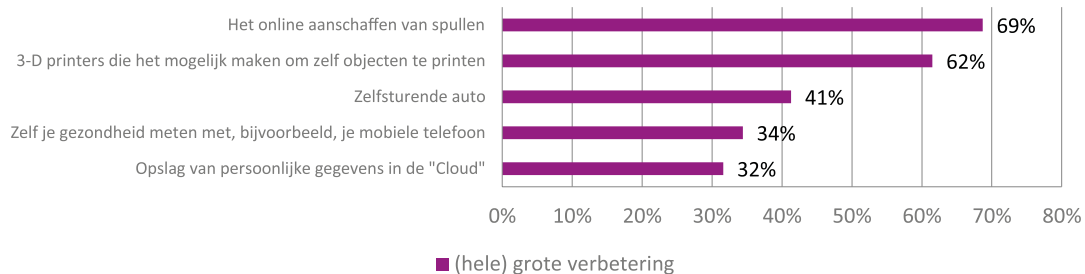
een uiting zijn van bijvoorbeeld de angst om werkeloos te worden door bepaalde ontwikkelingen, of de gevolgen van nieuwe technologie voor onze omgeving. Daarnaast moeten kinderen ook vooral beschermd worden voor die nieuwe technologieën.



Ondanks die overwegingen zien we toch meer voordelen dan nadelen. We zien dat technologie ons leven toch wel makkelijker kan maken en iets meer dan de helft (54%) van de Nederlanders wordt zelfs enthousiast van nieuwe technologieën.



Als we naar een aantal verschillende technologieën kijken, zien we dat de reacties sterk variëren. Opslag van persoonlijke gegevens wordt door maar een derde van de Nederlanders als verbetering gezien. Het is veel latenter dan bijvoorbeeld het 3D-printen, wat steeds populairder wordt en door 62% van de mensen als verbetering wordt gezien.



Het is lastig in te schatten waarom bepaalde technologieën eerder gebruikt worden dan andere. Uit het eerder genoemde onderzoek van Venkatesh blijkt dat er veel factoren meespelen, zoals de verwachting dat iets goed werkt. Wanneer iets bijvoorbeeld minder moeite kost, zal het eerder gebruikt zal worden. Maar ook sociale invloed speelt een grote rol.

Het is waarschijnlijk dat gemak een zeer grote rol speelt als je kijkt naar het online shoppen. Deze ontwikkeling heeft grote veranderingen met zich meegebracht: je hoeft de stoel niet meer uit om een nieuw tosti-ijzer te kopen. Voor persoonlijke data opslag zijn de verbeteringen echter minder snel aan te wijzen. Het wordt niet altijd makkelijker: vaak worden er meer handelingen van je verwacht of je moet meer inlezen om gegevens goed te beveiligen. Daarnaast zijn hacks en datalekken<sup>5</sup>

bij organisaties regelmatig in het nieuws, dit geeft natuurlijk weinig vertrouwen in de opslag van persoonlijke gegevens.

*Het wordt niet altijd makkelijker: vaak worden er meer handelingen van je verwacht om gegevens goed te beveiligen.*

## Wat doen we met onze gegevens?

Wat we er ook van mogen vinden, we maken allemaal gebruik van technologie. Dat gebruik en intentie niet altijd op één lijn liggen wordt al snel duidelijk. Nieuwe technologie wordt veel gebruikt, ook al geeft de helft van de respondenten aan dat ze nieuwe technologie moeilijk bij kunnen houden.

### WE DOEN HET ALLEMAAL...

Dat het gebruik van social media wijdverspreid is weten we inmiddels. Het is dan ook geen verrassing dat 76% van de mensen aangeeft social media te gebruiken.

DigiD lijkt hier laag uit te komen, maar als je bedenkt dat hier wordt gevraagd om 'minimaal eens per week' is dit een zeer hoge score: een vijfde van de Nederlanders gebruikt inmiddels wekelijks DigiD. Wearables hebben daarnaast nog wel een lange weg te gaan, maar 12% gebruikt de wekelijks een wearable. De smartwatches en stappentellers zijn daarmee nog lang geen concurrentie voor de smartphone die inmiddels door 79% van de Nederlanders gebruikt worden. Daarnaast worden ook zaken als winkelkaarten door wel 63% van de Nederlanders wekelijks gebruikt.

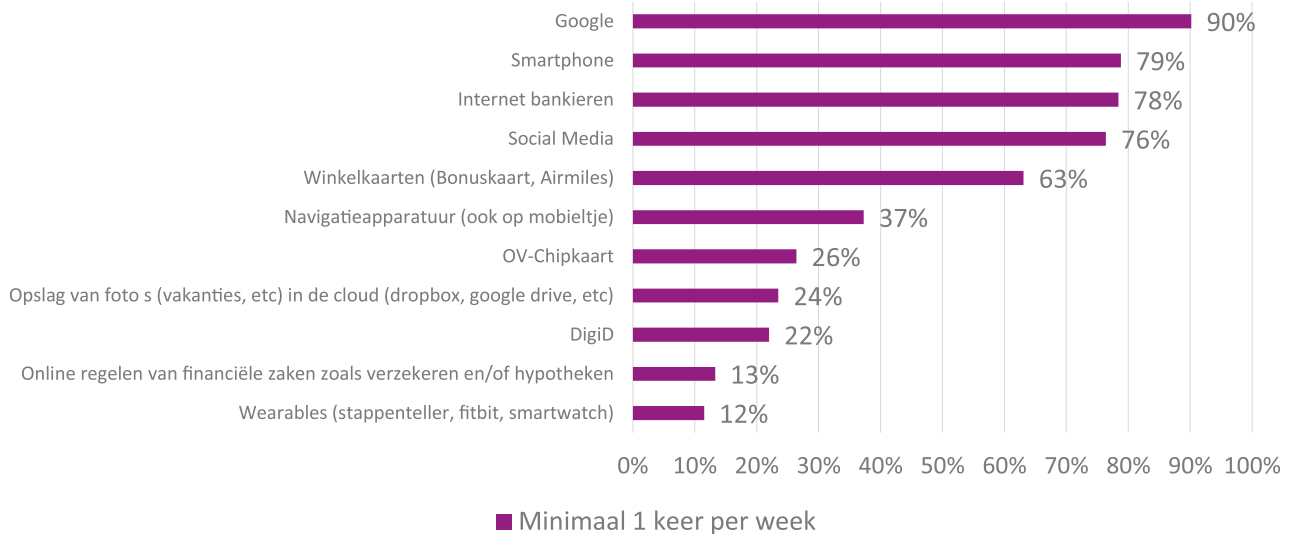


Deze cijfers geven een ander beeld dan eerder geschetst. We geven aan dat we technologische ontwikkelingen lang niet allemaal bij kunnen houden, maar toch wordt er veel meer gebruik van nieuwe technologie gemaakt dan dat sentiment doet vermoeden. We gebruiken allemaal

de platformen, waar we soms toch twijfels bij hebben.

De bovenstaande cijfers zijn in lijn met andere onderzoeken. Uit het social media onderzoek van Newcom<sup>6</sup> blijkt dat al 9,4 miljoen Nederlanders Facebook gebruiken, bijna 80%

van de Nederlanders maakt gebruik van een of meerdere platformen. Het gebruik van DigiD is, volgens het overheidsonderzoek naar de kwaliteit van dienstverlening in 2014 gestegen naar 52%, met een bijna 100% bekendheid.



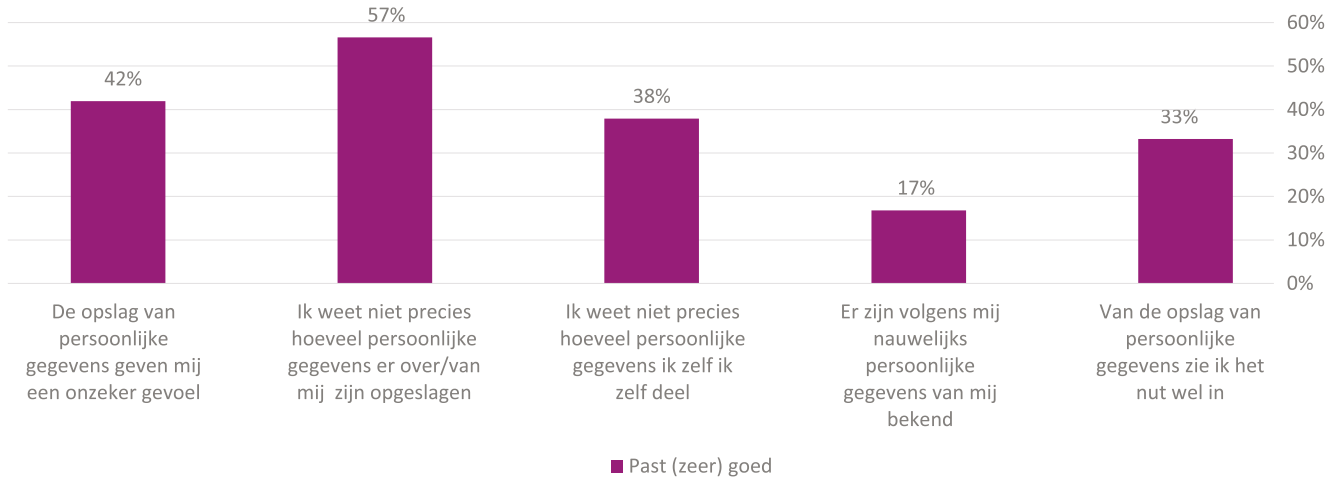
## ONZE GEGEVENS: WE WETEN HET NIET

Wanneer we kijken naar onze denkbeelden over persoonlijke data laten Nederlanders onzekere gevoelens zien. Een meerderheid van de respondenten (57%) geeft

bijvoorbeeld aan dat ze niet precies weten hoeveel gegevens er over ze op is geslagen en 38% weet ook niet precies hoeveel ze zelf delen. Daarnaast ziet ook twee derde van de mensen het nut niet van de opslag van persoonlijke gegevens en 42%

van de mensen krijgt een onzeker gevoel van opslag van persoonlijke gegevens.

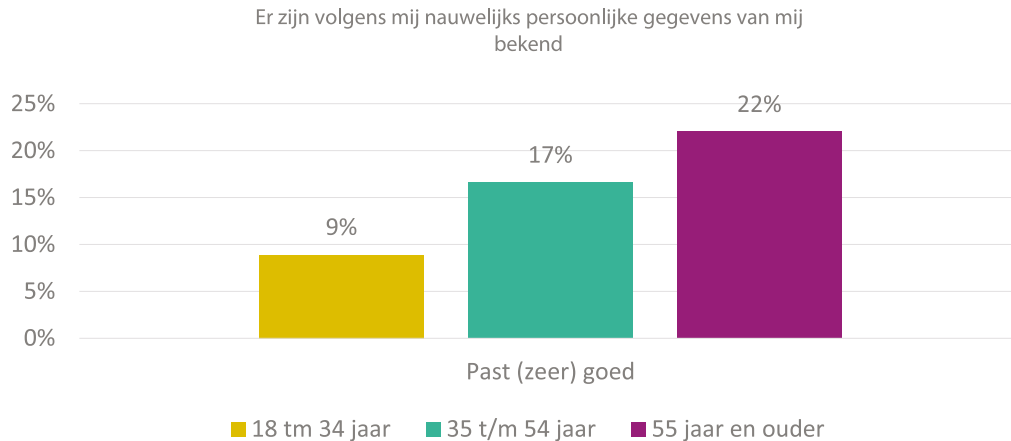
Denkbeelden persoonlijke gegevens opslag



Opvallend hierbij is dat de enige stelling waarbij leeftijd een rol speelde was 'er zijn volgens mij nauwelijks persoonlijke gegevens van mij bekend'. Het blijkt dat jongeren vaker denken dat er veel gegevens

van ze bekend zijn dan oudere generaties. Dit zou verklaard kunnen worden door hoger social media gebruik onder de jongeren, maar bijvoorbeeld Google zoeken wordt door bijna alle (90%) respondenten

gebruikt. Daarmee lijkt het erop dat het jongere segment men zich beter bewust is dat er gegevens van ze bekend zijn.



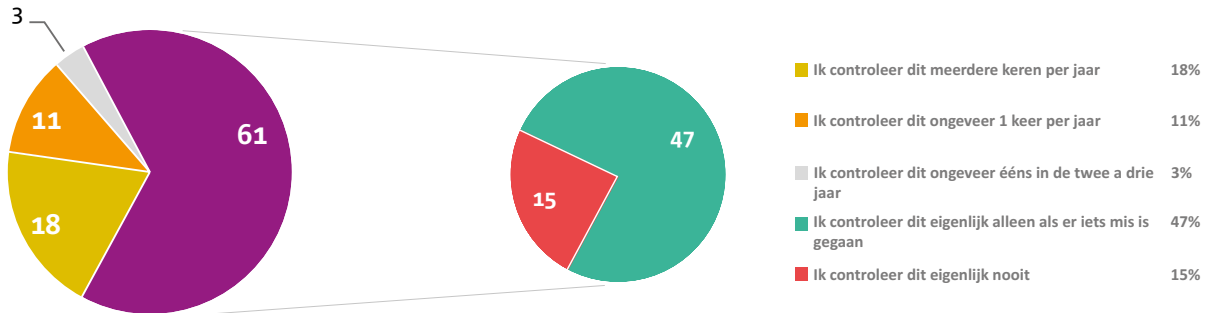


## CONTROLLEREN DOEN WE NIET

Niet iedereen controleert zijn of haar gegevens. De grootste groep (61%) controleert dit nooit, of alleen als er problemen zijn. Slechts 18% van de Nederlanders is meerdere malen per jaar actief bezig met controleren. Deze cijfers geven dus aan dat controle van gegevens voor de meeste Nederlanders nog lang geen gewoonte is. Dit is interessant, gezien de meeste

respondenten wel aangeven dat ze meer inzicht in persoonlijke gegevens willen. Het staat ook in contrast met uitkomsten uit het onderzoek van 2005. Wanneer gevraagd werd wanneer men persoonlijke gegevens wilden nagaan lag de verdeling tegenovergesteld. 33% van de mensen zei alleen te willen controleren bij problemen, of als ze iets moeten regelen. Terwijl 62% aangaf vaak of regelmatig te willen controleren.

Deze uitkomst maakt duidelijk dat er tussen intentie en daadwerkelijk gedrag grote verschillen kunnen zitten. Wanneer we bedenken dat gemak een grote factor is in adoptie van technologie, zou dit kunnen betekenen dat de huidige manieren om inzicht te krijgen op dit moment te omslachtig zijn. Mochten er makkelijkere manieren zijn om gegevens te controleren, dan zouden deze aantallen wellicht anders zijn.



## DELEN IS EEN KWESTIE VAN VERTROUWEN

Het delen van data doen we met verschillende partijen. Daarnaast doen we het met verschillende beweegredenen. De ene keer vraag je toegang tot een app, de andere keer moet je je inkomensgegevens delen met een hypotheekverstrekker. Maar wat zijn precies de redenen om te delen?

Een basis van vertrouwen is van belang: 43% van de Nederlanders zou gegevens delen als ze een organisatie vertrouwen. Het speelt daarmee een veel grotere rol dan het krijgen van geld of een dienst voor de gegevens. Het blijkt dat 'de wet' en vertrouwen in een organisatie goede motivatoren zijn om gegevens te delen. We zijn daarnaast toch snel bereid data te delen voor nationale veiligheid. Wetgeving kan daarmee een manier zijn om initiatieven te stimuleren. Bijvoorbeeld voor een dienst als MijnOverheid zou een

wettelijke verplichting ondersteuning kunnen bieden.

Toch is een behoorlijk deel (14%) van de Nederlanders helemaal niet bereid om persoonlijke gegevens te delen. Het zal altijd lastig blijven om deze groep te verleiden tot gebruik van een dienst wanneer daar persoonlijke gegevens voor gedeeld moeten worden.

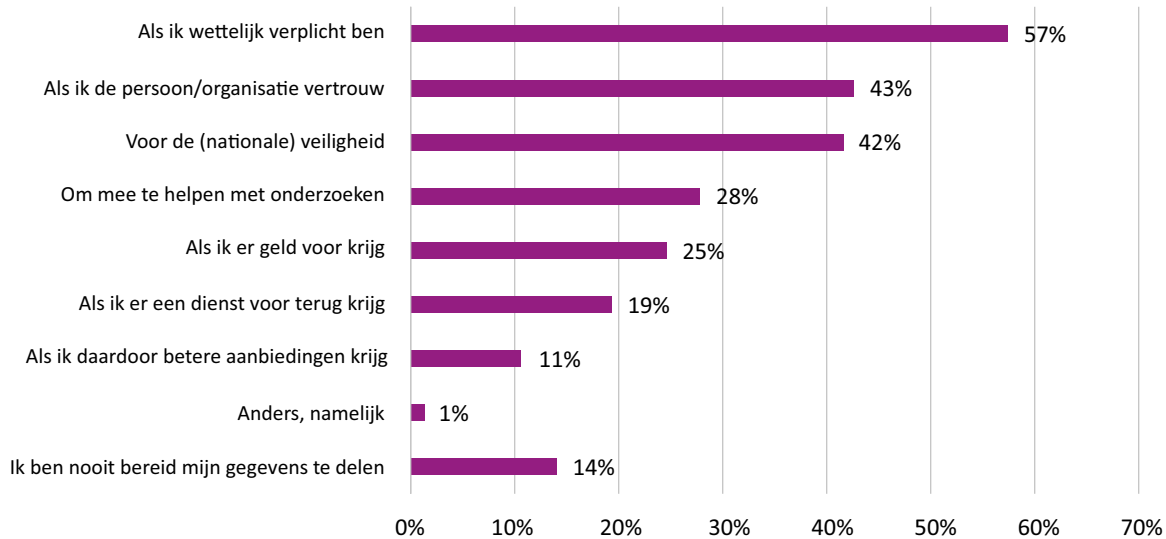
Het lijkt erop dat Nederlanders in het algemeen eerder gegevens zullen delen wanneer ze een organisatie vertrouwen of voor de veiligheid, dan dat ze op geld of andere compensatie gericht zijn. Een dienst die zich met persoonlijke gegevens bezighoudt zal zich dus in eerste instantie moeten richten op die vertrouwensbasis. Daarbij kan de wettelijke hand hulp bieden om mensen aan een dienst te binden, maar de vertrouwensbasis is, logischerwijs, van groot belang.

*We gebruiken  
allemaal de  
platformen, waar  
we twijfels bij hebben.*

TNO komt met uitkomsten die deze verrassende uitkomst ondersteunen. Daarin wordt aangegeven dat 40% van de respondenten zich ongemakkelijk voelt bij het delen van gegevens voor gratis diensten en maar bijna 20% vindt het prima (vlg. 19%

in ons onderzoek). Deze uitkomst staan sterk in contrast met het onderzoek in de UK door Deloitte. Daar wordt aangegeven dat besparen van geld voor 47% van de respondenten een motivatie is, tegenover 11% in Nederland voor het krijgen van een

betere aanbieding. Het vertalen van motivatoren uit onderzoeken van andere landen naar de Nederlandse context lijkt dus gevaarlijk. Dat komt ook terug in wie we met onze gegevens vertrouwen.



## WE VERTROUWEN VOORAL DE OVERHEID

Wie we met onze data vertrouwen, en hoeveel we aan ze weggeven, hoeft niet in één lijn te liggen. De onderstaande grafieken laten zien wie vertrouwen met het gebruik van onze gegevens, en wie we vertrouwen met de opslag ervan.

De overheid doet het relatief goed op dit vlak, Nederland heeft nog steeds vertrouwen dat het Rijk de persoonlijke gegevens van haar burgers beschermt. Ondanks dat Belastingdienst geen onbekende is met kritiek, lijkt men toch meer vertrouwen te hebben dan de publiciteit doet vermoeden.

De internetbedrijven als Google en Facebook scoren zeer slecht. Dit is interessant, gezien het aantal Google+ en Facebook gebruikers nog altijd blijft groeien. De diensten lijken genoeg waarde te bieden om

het lage vertrouwen ervoor opzij te zetten.

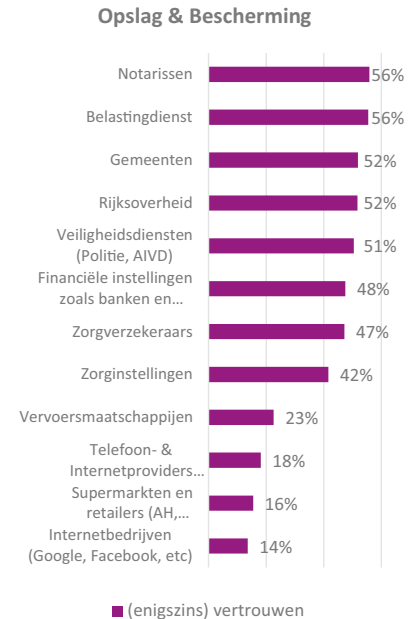
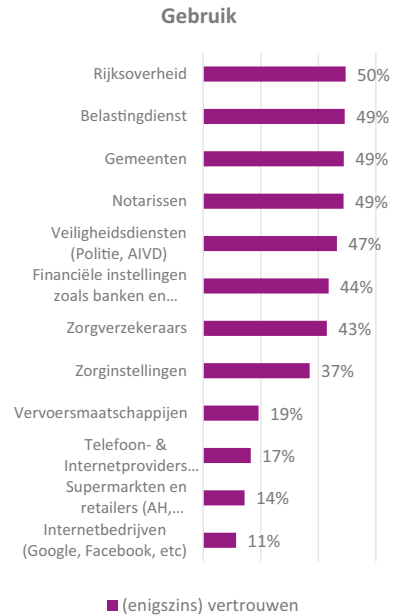
Verzekeraars/banken en zorgverzekeraars komen vergelijkbaar naar voren, relatief laag in vertrouwen. Voor de zorginstellingen is er nog meer reden tot zorg. Zeker wanneer we kijken naar het gebruik van gegevens door zorginstellingen. Dit bevestigt het vermoeden dat men medische gegevens als uiterst gevoelig ziet. Het is een open vraag wat dit voor technologie als wearables betekent. Zorgt het lage vertrouwen voor een barrière, of doorbreekt het groeiende gebruik van wearables het stigma op delen van gegevens in de zorg? Wearables laten mensen in elk geval kennis maken met het delen van gezondheidsgegevens. (Hoe ging het hardlopen? Hoe heb je vannacht geslapen?) Het is nog toekomstmuziek, maar niet ondenkbaar dat we deze gegevens gaan delen met zorgaanbieders, zodat ze

een completer gezondheidsbeeld kunnen vormen van een persoon.

Vertrouwen in partijen bij gebruik van data en opslag & bescherming ervan liggen dicht bij elkaar. Hier komt ook de traditionele rol van het notariaat naar voren.

Dat de banken in dit opzicht gezakt zal niet verbazingwekkend zijn. Zeker in het licht van de bankencrisis en de invloed van de nieuwsberichten op de perceptie van de financiële sector.

De zorgpartijen staan er in de UK beter voor: 61% van de Engelsen heeft vertrouwen in deze groep. Wanneer we kijken naar de situatie in de UK blijkt dat de variant van het 'EPD' (elektronisch patiënten dossier) daar al eerder dan in Nederland is ingericht en al verder is ingebed in het land. Onderzoek van de NPCF<sup>7</sup> uit 2015 laat zien dat er wel een latente behoefte is: gebruikers van een persoonlijk gezondheidsdossier (zo'n 9%) van de Nederlanders, wil nooit meer zonder en ziet grote voordelen in het gebruik. De aanleiding om tot gebruik te komen ligt dan vaak in chronisch ziek worden of merken dat er veel miscommunicatie is in de zorgketen. Aan de aanbiederskant is deelname aan het Landelijk Schakelpunt (LSP), waar medische informatie uitgewisseld wordt, al meer dan 90%<sup>8</sup>.



Wanneer we deze uitkomsten vergelijken met een onderzoek van NetPanel uit 2005, zien we een an-

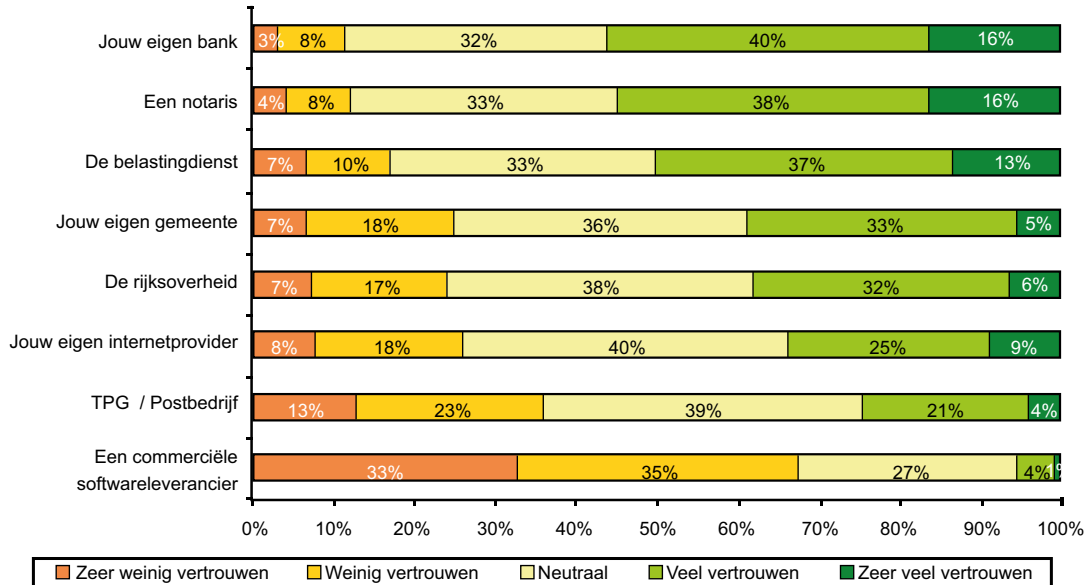
der beeld. De banken stonden toen der tijd bovenaan als het ging om vertrouwen. Daarentegen scoorden

overheidspartijen in die tijd ook al goed.

### Hoeveel vertrouwen heeft men in verschillende instellingen?

Basis: Alle respondenten (N=779) in percentages

© 2005 - burger@overheid / NetPanel Onderzoek & Interactieve Media

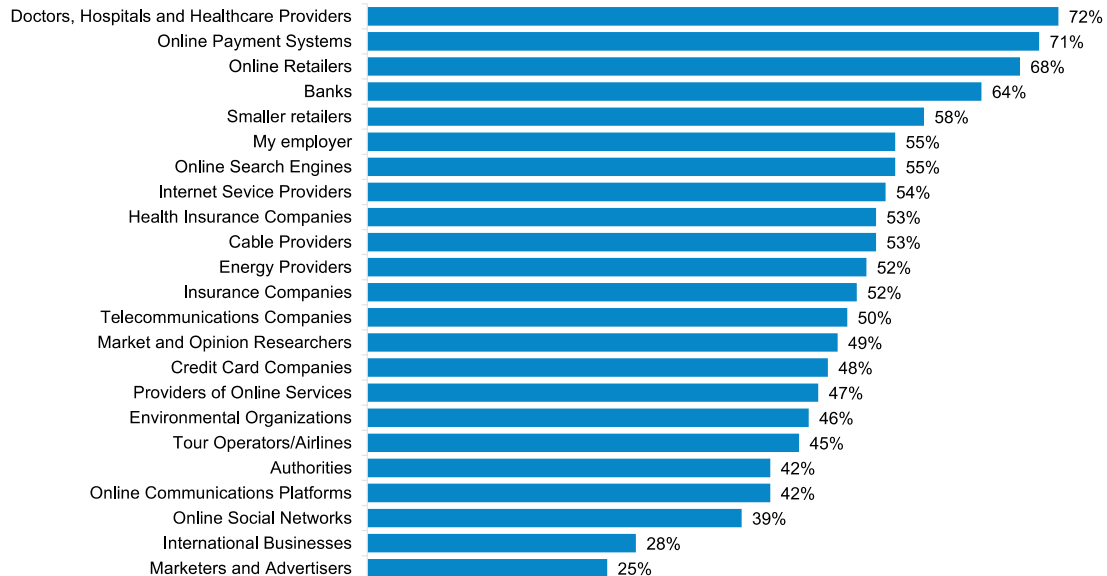


Een totaal ander beeld ontstaat als we deze cijfers vergelijken met cijfers uit de VS (GfK 2014). Daarin staan juist zorgverleners en retailers

bovenaan, op de voet gevolgd door banken. Verzekeraars staan iets hoger dan in ons onderzoek, maar de overheid staat relatief laag in de

vertrouwenspositie. Wie we vertrouwen verschilt dus sterk per land, en per schandaal dat er speelt.

**Hospitals and healthcare providers, online payment systems, and retailers are the most trusted:**



% of respondents which trust completely / trust mostly

© GfK 2014

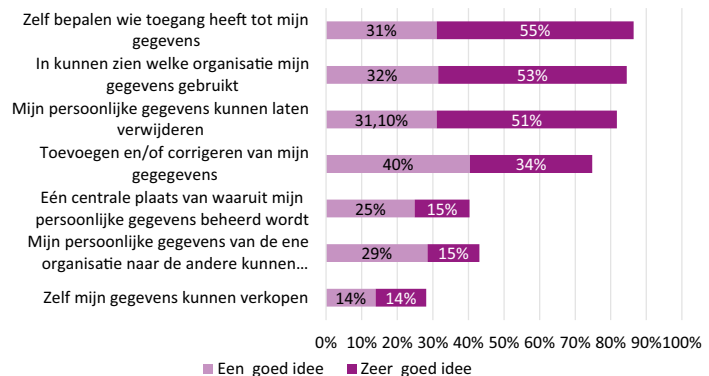
## Waar liggen de behoeftes?

We hebben gezien wat we van technologie vinden, welke diensten we gebruiken, en wanneer we onze data zouden delen. Maar wat willen we precies? Wanneer zijn we echt geholpen als het gaat om onze persoonlijke gegevens?

### WE WILLEN BEPALEN EN CONTROLEREN

We hebben een sterke behoefte om zelf te bepalen wie toegang heeft tot persoonlijke gegevens en om zelf in staat te zijn deze te verwijderen. Daarnaast willen we ook graag kunnen zien welke organisaties gebruik maken van onze gegevens. Dat men dit graag wil komt overeen met het gevoel dat men niet weet wat er allemaal opgeslagen is. Er is dus wel degelijk behoefte aan meer inzicht en controle.

Opvallend is dat men in Nederland weinig waarde hecht aan het zelf verkopen van data. Terwijl in de UK 47% van de respondenten besparingen zag als een rede om data te delen. Wellicht is de mogelijkheid nog zo onbekend, dat dit niet als optie gezien wordt. Dit zet vraagtekens bij de ontwikkeling van initiatieven waar persoonlijke data verkocht wordt, zoals Datacoup<sup>9</sup>. Data kunnen verplaatsen, corrigeren of centraal beheren, heeft nog weinig prioriteit. We willen meer controle, maar hoe dat wordt geregeld is (nog) minder belangrijk.





Wanneer we deze uitkomsten naast die van 2005 leggen zijn de gelijkenissen direct zichtbaar. De belangrijkste wens was toen der tijd ook het zelf bepalen wie er toegang heeft tot persoonlijke gegevens. De

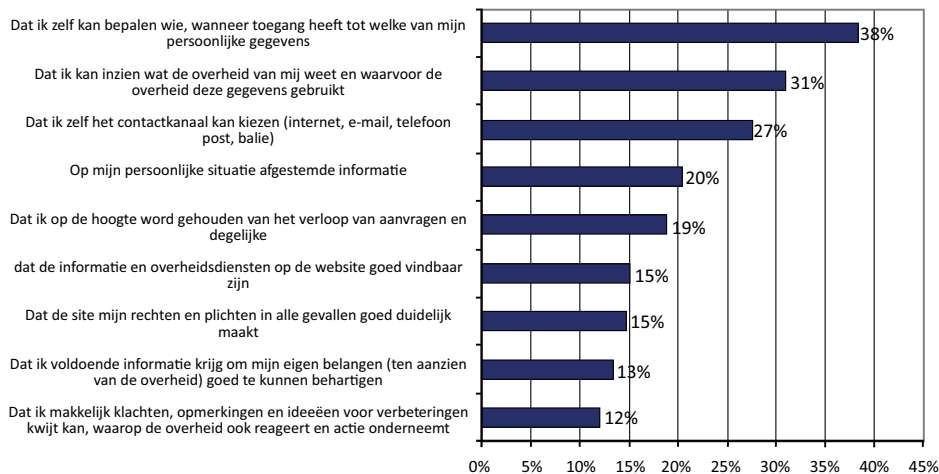
tweede plaats ging daarnaast ook naar het inzicht hebben in het gebruik van de gegevens. Alle andere functies die bevroegd werden waren, en zijn nog steeds, ondergeschikt aan deze eerste twee wensen. Ook

in het onderzoek van TNO komt dit zo naar voren: 80% van de respondenten vindt controle van belang.

#### Wat zijn de belangrijkste voorwaarden om gebruik te gaan maken van MijnOverheid.nl?

Basis: Alle respondenten (N=699) in percentages

© 2005 - burger@overheid / NetPanel Onderzoek & Interactieve Media



## *Personal data stores – implicaties & randvoorwaarden*

Doel van het onderzoek was zicht te krijgen op de wensen en gedachten van Nederlanders rond het beheer en delen van persoonlijke data. Personal data stores is de term die we gebruiken voor een dienst die een individu in staat stelt om zijn persoonlijke informatie duurzaam te beheren en te onderhouden om deze, wanneer de gebruiker dit in zijn belang acht, te kunnen delen met anderen. De beleving van Nederlanders rond het delen van persoonlijke gegevens zit in de kern van de kansen voor personal data stores. Wat zegt ons onderzoek over die kansen?

### **HET LAAGHANGEND FRUIT**

Wat de meeste mensen missen als het gaat om persoonlijk gegevens is inzicht, welke organisaties gegevens hebben, welke type gegevens ze hebben en wat ermee gebeurt. Inzicht geven zou daarmee bovenaan de agenda moeten staan van PDS initiatieven. Bijvoorbeeld in de vorm van een intuïtief dashboard. Wie specialiseert in het bieden van een overzichtelijk geheel van persoonlijke data zou veel mensen achter zich kunnen scharen. Daarnaast willen mensen kunnen sturen: er is een grote behoefte om zelf te kunnen bepalen wie er toegang heeft tot gegevens. Dit vertaalt zich ook in een behoefte naar meer controle: men wil gegevens kunnen bewerken en graag ook nog kunnen verwijderen.

De functies 'toegang', 'verwijderen' en 'bewerken', gecombineerd met inzicht, zouden de kern moeten zijn van een Personal Data Store. Geld of financieel gewin is geen succesfactor van betekenis. We kunnen dus niet verleiden tot gebruik via voordelen of gratis diensten. Het kan wellicht helpen, maar is niet doorslaggevend. Buiten PDS's zouden deze punten ook voor andere sociale platformen kunnen gelden.

## OVERHEID AAN ZET?

Naast wetgeving, is vertrouwen in een organisatie de belangrijkste drijfveer om gegevens te delen. Vertrouwen realiseren zou daarom hoog op de lijst moeten staan bij aanbieders van een PDS.

De overheidspartijen scoren hoog qua vertrouwen. Daarmee lijkt de rijksoverheid een goede partij om een dergelijk dienst in de markt te zetten, mogelijk voortbouwend op MijnOverheid. Echter is het hier niet altijd makkelijk om een technologisch innovatieve dienst te ontwikkelen. Een snellere weg naar succes zou zijn dat start-ups in deze sector een overheidspartij aan zich weten te verbinden. Dit zou mensen meer vertrouwen kunnen geven in de aangeboden dienst.

Verzekeraars en zorgverzekeraars starten, net als banken, vanuit een achterhoedepositie. Het vertrou-

wen is nog beperkt. Een trekkende rol vanuit hun positie ligt niet voor de hand. De introductiestrategie van, bijvoorbeeld, de Poliskluis, zal zorgvuldig moeten gebeuren en sterk moeten appelleren aan transparantie en controle om de vertrouwenskant te laten groeien. Mogelijk dat organisaties zoals de NPCF een rol kunnen spelen om het vertrouwen op voldoende niveau te krijgen, daar waar het gaat om het persoonlijk gezondheidsdossier. Een start vanuit een ISP, telco of vanuit retail, bijvoorbeeld bouwend vanuit een loyalty programma, ligt volgens ons onderzoek nog minder voor de hand.

Opmerkelijk is daarbij dat perceptie van vertrouwen sterk verschilt per land. De adoptie van een buitenlands initiatief in Nederland, al is dat concept in het buitenland succesvol, zal niet zonder slag of stoot gaan.



## ONBEKEND MAAKT ONBEMIND

Op dit moment roept het beheren van eigen data op een centrale plaats nog weinig beelden op bij mensen. Het is dus van belang om te zorgen dan mensen snappen wat er aangeboden wordt als het om Personal Data Stores gaat. De complexiteit van het concept maakt dat misverstanden op de loer liggen. Ook al willen mensen wel inzicht in eigen gegevens, als ze niet begrijpen dat deze diensten dat inzicht bieden zullen ze het niet gaan gebruiken.

Daar komt bij dat men nog maar nauwelijks eigen gegevens controleert. Ook al willen we inzicht in gegevens, het daadwerkelijk opzoeken en iets mee doen is een tweede. Er moet dus een duidelijk voordeel zijn om het wèl te gaan doen. Zeker als het moeilijk gemaakt wordt om überhaupt inzicht te krijgen en instellingen vaak verstopt zitten.

Toch zegt 57% van de mensen dat ze wel gebruik zouden maken van een dienst om persoonlijke gegevens te beheren. Er is dus zeker draagvlak voor dit soort diensten. Dat blijkt ook uit de tevredenheid van mensen die een persoonlijk gezondheidsdossier gebruiken en de gebruikers van MijnOverheid. De vraag is dus niet zo zeer of er ruimte is voor een PSD, maar vanuit welke toepassingsgebieden de PSD zal opkomen en groeien.

*Er is een grote behoefte om zelf te kunnen bepalen wie er toegang heeft tot gegevens.*

## Bronnen

1. Venkatesh, V.; Morris; Davis; Davis (2003), "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View", MIS Quarterly 27 (3), pp. 425–478
2. De kwaliteit van de overheidsdienstverlening. I&O research i.o.v. Ministerie van BZK en Ministerie van EZ, januari 2015. Rapport 2015-2079
3. TNO, Privacy beleving op het internet in Nederland. Roosendaal et. al., februari 2015. TNO 2015 R10276
4. <http://www.gfk.com/trustsurvey>
5. <http://www.nu.nl/internet/4062623/miljoenen-overheidsmedewerkers-vs-getroffen-datalek.html>
6. <http://www.newcom.nl/socialmedia2015>
7. <https://www.npcf.nl/nieuws/nieuws/694-wie-eeemaal-een-pgd-heeft-wil-nooit-meer-zonder>
8. <https://www.vzvv.nl/page/Zorgconsument/Links/Over-VZVV/Feiten-en-cijfers>
9. [www.datacoup.com](http://www.datacoup.com)



digitalwe • september 2015

[www.digitalwe.nl](http://www.digitalwe.nl)

