


Onderzoek naar privacyafwegingen van internetgebruikers

in opdracht van ECP
Platform voor de Informatiesamenleving
september 2014

*Millie Elsen
Suzan Elshout
Natalia Kieruj
Tim Benning*




CentERdata
Instituut voor dataverzameling en onderzoek



Samenvatting van belangrijkste bevindingen (1)

1. Nederlanders vinden hun privacy belangrijk en zijn over het algemeen bezorgd over het gebruik van hun gegevens door organisaties, maar in de praktijk zou men veel meer kunnen doen om privacy te beschermen. Bv. slechts 1 op 5 geeft aan privacyvoorwaarden aandachtig te lezen.
2. Over het algemeen is acceptatie van het gebruik van persoonlijke gegevens door organisaties, bijv. om persoonlijk getargete reclames te kunnen aanbieden, laag (slechts 20%).
3. Ondanks de lage acceptatiegraad, verstrekten men in de situaties voorgelegd in dit onderzoek in ruim een derde van de gevallen toch persoonlijke informatie.
4. Wanneer men door het *niet* delen van persoonlijke gegevens een voordeel misloopt (bv. je krijgt geen korting) kan dit mensen over de streep trekken om gegevens te delen. Echter, een groot voordeel kan juist het tegengestelde effect hebben: mensen krijgen waarschijnlijk het gevoel dat hun gegevens “gekocht” worden en zijn daardoor soms juist minder bereid om gegevens te delen.
5. Of men gegevens wel of niet deelt lijkt meer afhankelijk van de persoon dan van de specifieke situatie.



Samenvatting van belangrijkste bevindingen (2)

- 6.** Hoogopgeleiden en jongeren zijn sterk oververtegenwoordigd binnen de groep die het gemakkelijkst persoonlijke informatie vrijgeeft en ouderen (en met name oudere vrouwen) binnen de groep die het minst vrijgeeft.
- 7.** Mensen die in hoge mate bereid zijn om persoonlijke informatie te delen met organisaties hechten wél waarde aan hun privacy, maar vertrouwen er tegelijkertijd meer op dat organisaties zorgvuldig met hun gegevens omgaan.
- 8.** Hoe meer online ervaring men heeft, des te minder bang men is dat organisaties onzorgvuldig of niet vertrouwelijk met persoonlijke gegevens omgaan en des te meer bereid men is om informatie te delen.
- 9.** Mensen die relatief gemakkelijk persoonlijke informatie vrijgeven, hebben minder aandacht voor de privacyvoorwaarden van de diensten die zij gebruiken. Hoewel ze hun basisbeveiliging (bv. wachtwoorden, beveiligingssoftware) minstens zo goed op orde hebben dan mensen die geen informatie vrij willen geven, nemen zij minder “extra” maatregelen om hun online privacy te beschermen (zoals het wissen van je internetgeschiedenis).



Onderzoek naar online privacy-afwegingen

In opdracht van ECP heeft CentERdata onderzoek gedaan naar de online privacy-afwegingen van eindgebruikers bij online verkeer in de breedte (overheid, privé, bedrijven, sociaal, ...).

Daarbij stonden de vragen centraal:

1. Wat is de reactie van internetgebruikers op concrete situaties waarin hun privacy onder druk staat?
 - *Hoe (on)acceptabel vindt men het gebruik van persoonlijke gegevens en waar is dit van afhankelijk?*
 - *Wat is privacy waard? Zijn mensen bereid om bepaalde voordelen op te geven om hun privacy te waarborgen?*
2. In hoeverre is deze reactie consistent met het algemene belang dat mensen hechten aan hun privacy en met hun overige online gedrag (bv. op sociale media)?

Tussen 8 en 12 september 2014 hebben 515 leden van het SSI consumentenpanel tussen 18 en 65 jaar deelgenomen aan online onderzoek.



Resultaten: vier stappen

1. Hoe belangrijk vindt men privacy en handelt men hier ook naar?

Net zoals we gedaan hebben in stap 1, wordt in bestaand onderzoek naar online privacy de privacybezorgheid van respondenten meestal achterhaald door middel van een of enkele algemene vragen (bijv. "In hoeverre maakt u zich zorgen over hoe bedrijven omgaan met uw persoonsgegevens?"). Echter, privacy-gerelateerd gedrag vindt altijd plaats in een **specifieke context**, waarin mensen een afweging maken tussen de voor- en nadelen van het vrijgeven van persoonlijke gegevens. Om dit gedrag beter te kunnen achterhalen, hebben we respondenten in dit onderzoek beslissingen laten nemen over het wel of niet toelaten van gegevensgebruik terwijl ze zich inleefden in een aantal concrete situaties (scenario's).

2. Wat denken en doen mensen in concrete situaties waarin hun privacy onder druk staat?
3. Is deze reactie afhankelijk van leeftijd/geslacht?
4. Wie zijn het meest versus minst bereid om persoonlijke informatie te delen met organisaties (en welk ander gedrag hangt hiermee samen)?



1. Hoe belangrijk vindt men privacy en handelt men hier ook naar? (1)

Nederlanders vinden hun privacy belangrijk en zijn over het algemeen bezorgd over het gebruik van hun gegevens door organisaties...

Een overgrote meerderheid (86%) vindt het belangrijk dat persoonlijke informatie vertrouwelijk blijft. Ruim de helft van de mensen (60%) maakt zich ook zorgen om het gebruik van hun gegevens door bedrijven en de overheid. Er is nauwelijks verschil in bezorgdheid over gegevensgebruik door bedrijven of de overheid.

	(Helemaal) niet	(Helemaal) wel
Hoe belangrijk vindt u het dat uw persoonlijke informatie vertrouwelijk blijft?	2,5%	85,6%
Hoe bezorgd bent u over het gebruik van uw persoonlijke informatie door bedrijven?	7,8%	60,0%
Hoe bezorgd bent u over het gebruik van uw persoonlijke informatie door de overheid?	12,4%	59,8%



1. Hoe belangrijk vindt men privacy en handelt men hier ook naar? (2)

...maar in de praktijk zou men veel meer kunnen doen om privacy te beschermen

Vier van de vijf internetgebruikers geven aan de privacyvoorwaarden van de online diensten die zij gebruiken niet of slechts oppervlakkig te lezen. Slechts één op vijf zegt de privacyvoorwaarden aandachtig te lezen.¹

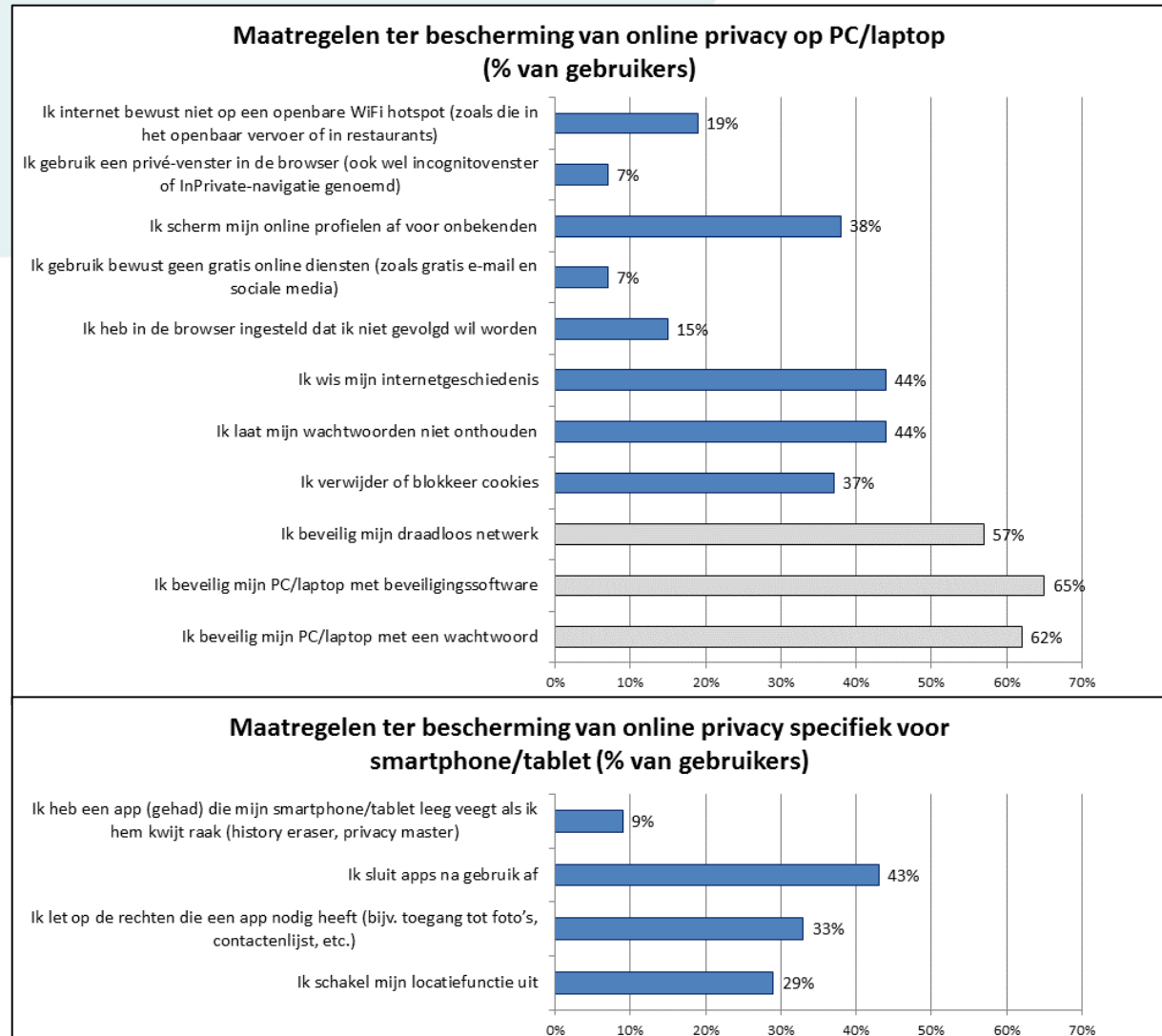
Hoe goed leest u over het algemeen de privacyvoorwaarden van de online diensten die u gebruikt?	
Ik lees de privacyvoorwaarden niet	19,5%
Ik lees de privacyvoorwaarden oppervlakkig	60,0%
Ik lees de privacyvoorwaarden aandachtig	20,5%

Op de vraag of het wel eens is voorgekomen dat de privacyvoorwaarden u ervan weerhielden om een online dienst te gaan gebruiken antwoordt 12% dat dit regelmatig voorgekomen is, 62% soms, en 26% nooit.

¹ Daarbij moet opgemerkt worden dat het hier om zelfrapportages gaat. Uit eerder onderzoek blijken deze zelfrapportages eerder tot een overschatting dan onderschatting van het daadwerkelijke gedrag te leiden.

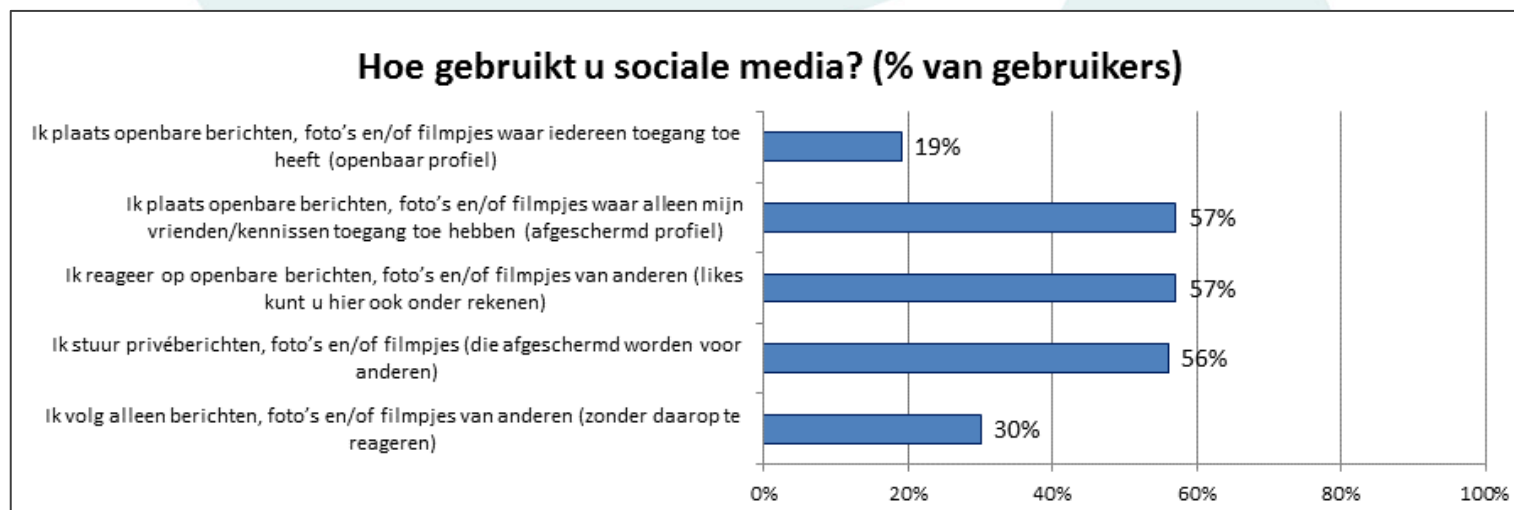
1. Hoe belangrijk vindt men privacy en handelt men hier ook naar? (3)

Ongeveer 2/3 van de internetgebruikers heeft de basisbeveiliging op orde: 62% heeft haar PC/laptop bijvoorbeeld beveiligd met een wachtwoord en 65% geeft aan beveiligingssoftware te gebruiken. Extra beschermingsmaatregelen zoals het verwijderen of blokkeren van cookies of het wissen van de internetgeschiedenis worden in veel mindere mate getroffen.



1. Hoe belangrijk vindt men privacy en handelt men hier ook naar? (4)

19% van de social media gebruikers plaatst informatie waar zowel bekenden als onbekenden toegang toe hebben (openbaar profiel).



Verder geeft 56% van de gebruikers aan dat de manier waarop sociale media platforms volgens hen omgaan met hun persoonlijke gegevens invloed heeft op de informatie die zij achterlaten op sociale media. Voor 15% heeft dit geen invloed.




Scenario's

Tot nu toe hebben we gekeken naar de algemene houding/bezorgdheid t.a.v. privacy. Maar wat denken en doen mensen in concrete situaties waarin hun privacy onder druk staat? Wat doen mensen als ze door het niet vrijgeven van persoonlijke gegevens bepaalde voordelen mislopen?

We hebben deze privacyafwegingen bestudeerd door middel van drie scenario's:

- Targeting door een webwinkel ("WarenhuisOnline")
- Targeting door een programma-aanbieder ("TelevisiePlus")
- Toepassing waarbij door een app verzamelde gegevens worden verstrekt aan derden ("ParkeerSnel")



Van elk scenario waren er vier varianten die verschilden in de extremititeit van het gebruik van persoonlijke gegevens (kleinschalig versus verregaand gegevensgebruik) en het voordeel dat men misloopt als men zou besluiten het gegevensgebruik niet toe te laten (klein versus groot voordeel).

Als voorbeeld staat rechts het scenario met kleinschalig gegevensgebruik en een klein op te geven voordeel voor de fictieve webwinkel "WarenhuisOnline".

Scenario deel 1 (kleinschalig gebruik):

U besluit rond te gaan kijken op internet bij de webwinkel "WarenhuisOnline". U hebt hier in het verleden al een aantal keer naar tevredenheid iets besteld en bent op hun website als klant ingelogd. Terwijl u op deze website verschillende artikelen bekijkt, worden uw gebruiksgegevens verzameld en wordt er door middel van "cookies" opgeslagen welke producten u aanklikt.

Uiteindelijk gebruikt WarenhuisOnline uw zoekgegevens om uw productvoorkeuren te analyseren, waardoor zij u gerichte reclame kunnen tonen die bij uw persoonlijke interesses aansluit. WarenhuisOnline betaalt andere websites om hun reclame daar ook te mogen tonen. Als u naar de nieuwswebsite surft waar u dagelijks op kijkt, worden de koffers die u eerder bekeek op WarenhuisOnline in het reclamekader van de nieuwswebsite getoond.

Scenario deel 2 (klein voordeel):

De koffer die u het meest geschikt vindt, kost 120 euro. Omdat u het bedrag wat hoog vindt, besluit u de koffer nog niet meteen te kopen, maar er nog even over na te denken.

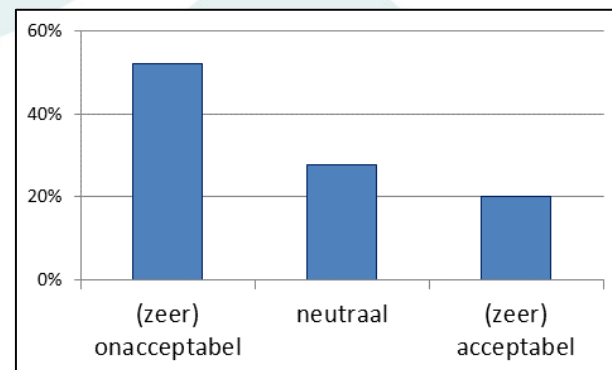
Omdat WarenhuisOnline weet dat u op hun website naar koffers gezocht hebt, maar nog niks besteld hebt, krijgt u de volgende dag een e-mail van WarenhuisOnline met een persoonlijke code waarmee u geen verzendkosten hoeft te betalen.

U kunt er ook voor kiezen dat uw gegevens niet door WarenhuisOnline verzameld en gebruikt worden door bij de website aan te geven dat u geen cookies accepteert. Dit heeft echter als gevolg dat u de code waarmee u geen verzendkosten hoeft te betalen niet ontvangt.

2. Wat denken en doen mensen in concrete situaties waarin hun privacy onder druk staat? (1)

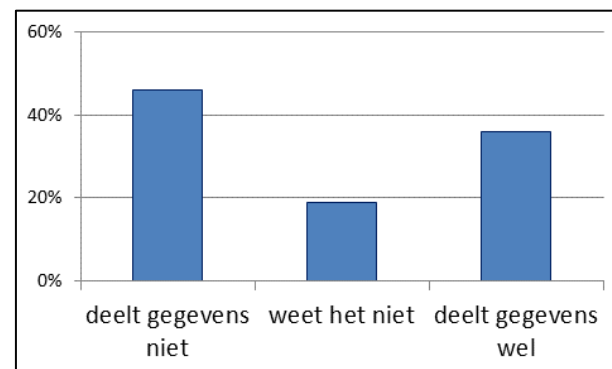
Over het algemeen is acceptatie van het gebruik van persoonlijke gegevens laag.

In 52% van de gevallen wordt het gebruik van persoonlijke gegevens zoals beschreven in de scenario's als onacceptabel beschouwd; slechts in 20% van de gevallen als acceptabel.



Ondanks de lage acceptatiegraad, deelt men in 36% van de gevallen toch persoonlijke informatie met de organisatie.

In 46% van de gevallen zou men het gebruik van persoonlijke gegevens door de organisatie niet toelaten en in 19% van de gevallen twijfelt men.



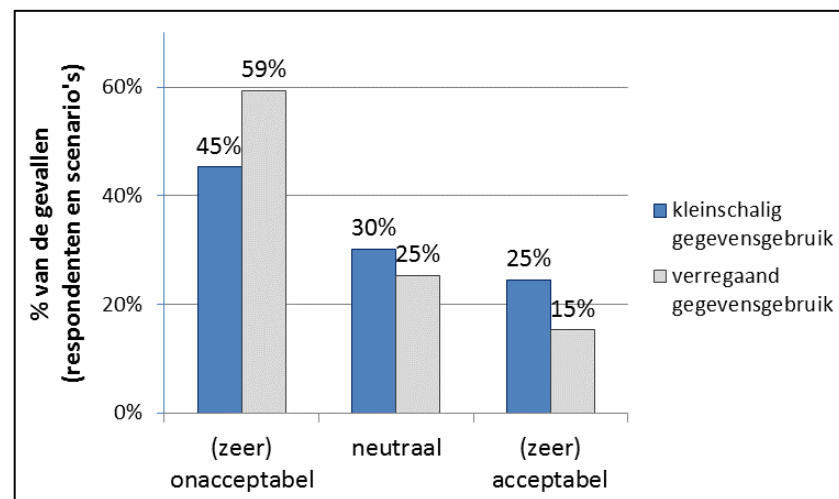
2. Wat denken en doen mensen in concrete situaties waarin hun privacy onder druk staat? (2)

Zoals verwacht wordt gegevensgebruik minder geaccepteerd bij verregaand dan bij kleinschalig gegevensgebruik, maar de verschillen zijn relatief klein.

Zolang het verstrekken van persoonlijke gegevens geen extreme consequenties heeft (zoals het doorspelen van informatie aan de belastingdienst), hangt de beslissing om persoonlijke informatie al dan niet te delen met de organisaties in de scenario's niet sterk af van hoe en welke gegevens precies gebruikt worden.

Gedrag lijkt meer afhankelijk van de persoon dan van de specifieke situatie.

Sommige mensen hebben hogere mate van acceptatie en zijn meer bereid om persoonlijke informatie vrij te geven dan anderen ongeacht de specifieke situatie. (Later meer hierover.)

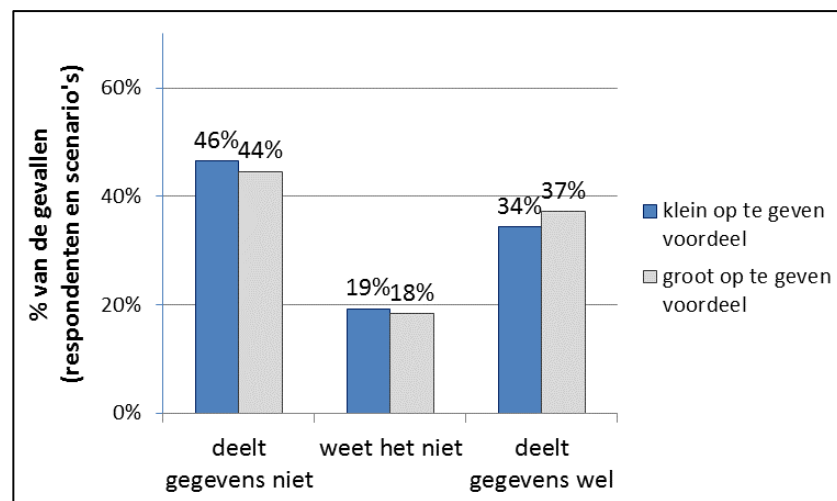


2. Wat denken en doen mensen in concrete situaties waarin hun privacy onder druk staat? (2)

Mensen zijn over het algemeen niet méér bereid om een groot voordeel op te geven om hun privacy te beschermen dan een klein voordeel.

Het geven van een groot voordeel ("beloning") door organisaties in ruil voor persoonlijke gegevens van klanten lijkt zelfs averechts te kunnen werken. In twee van de drie scenario's trekt het krijgen van een groter voordeel niet meer mensen over de streep om hun persoonlijke gegevens te verstrekken dan een kleiner voordeel.

Wanneer mensen het gevoel krijgen dat hun persoonlijke gegevens "gekocht" worden en dus blijkbaar veel waard zijn voor de organisatie zijn zij niet méér (en soms zelfs minder) bereid om deze gegevens aan de organisatie te verstrekken.



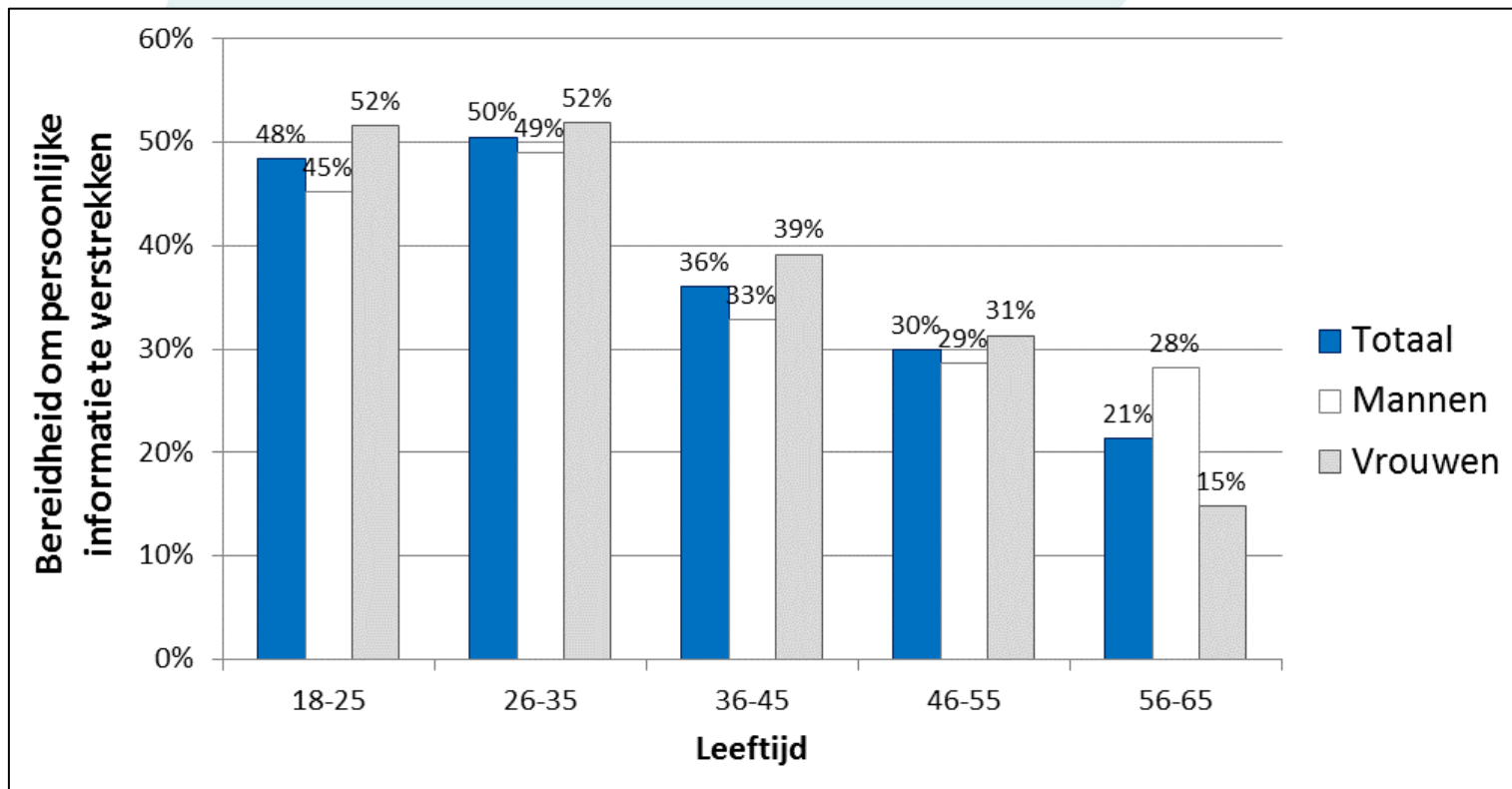


3. Is reactie afhankelijk van leeftijd/geslacht?

Belangrijkste bevindingen (zie volgende slides):

- In vergelijking met andere leeftijdsgroepen, delen jongeren (18-35 jaar) het gemakkelijkst persoonlijke gegevens met organisaties. Echter, zij maken zich niet minder zorgen om hoe organisaties met hun gegevens omgaan en lijken hun profielen vaker af te schermten dan de groep tussen 36 en 45.
- Oudere vrouwen (56-65) zijn veruit het minst bereid om persoonlijke informatie te verstrekken. Zij hechten de meeste waarde aan privacy en zijn het meest bezorgd over het gebruik van hun gegevens door bedrijven en de overheid. Zij zijn ook het meest overtuigd dat organisaties de gegevens puur voor eigen gewin gebruiken.

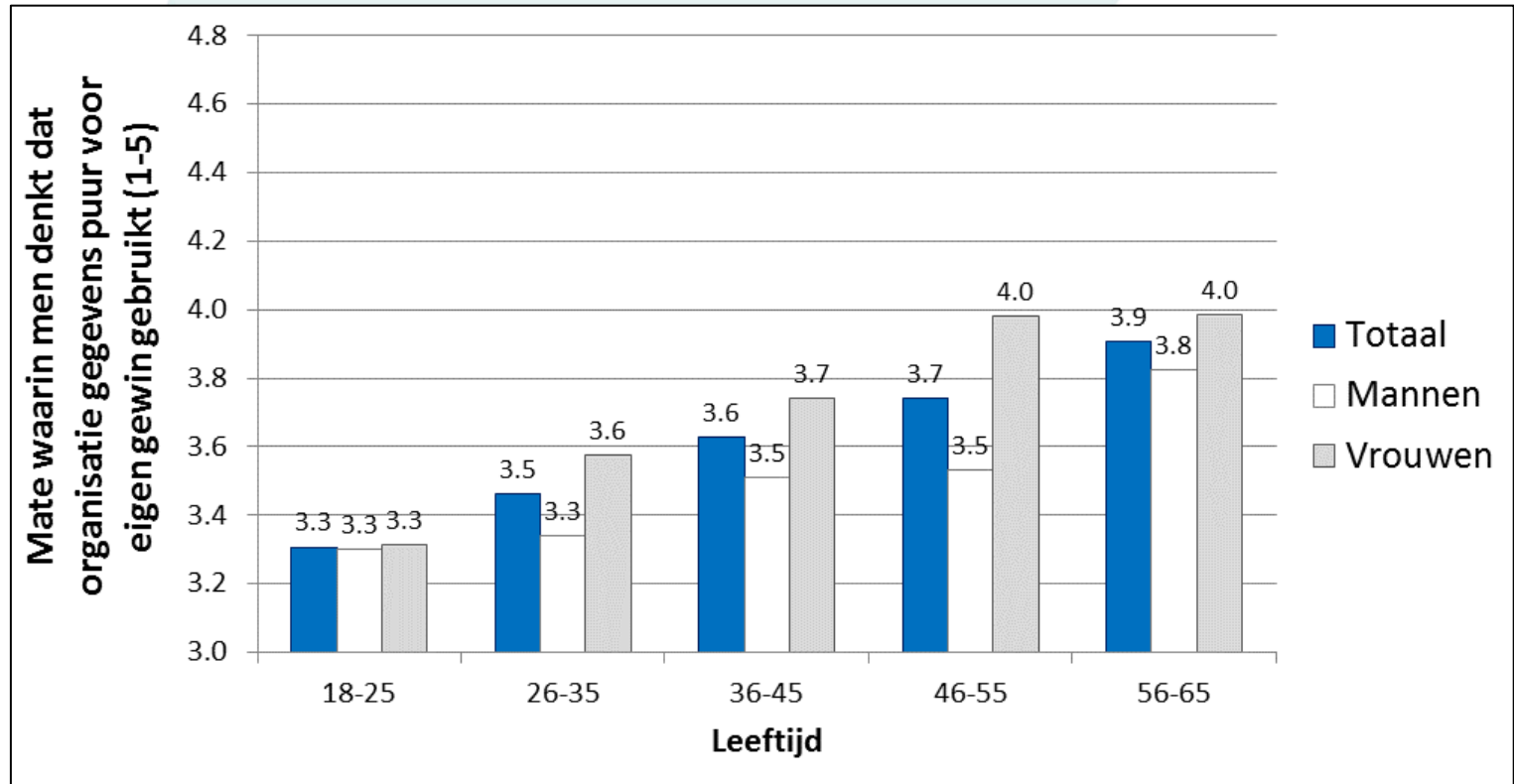
3A. Bereidheid om persoonlijke informatie te verstrekken



O.b.v. scenario's (gemiddeld over de drie toepassingen)

De bereidheid om persoonlijke informatie te verstrekken neemt af naarmate leeftijd toeneemt, en neemt sterker af voor vrouwen dan voor mannen.

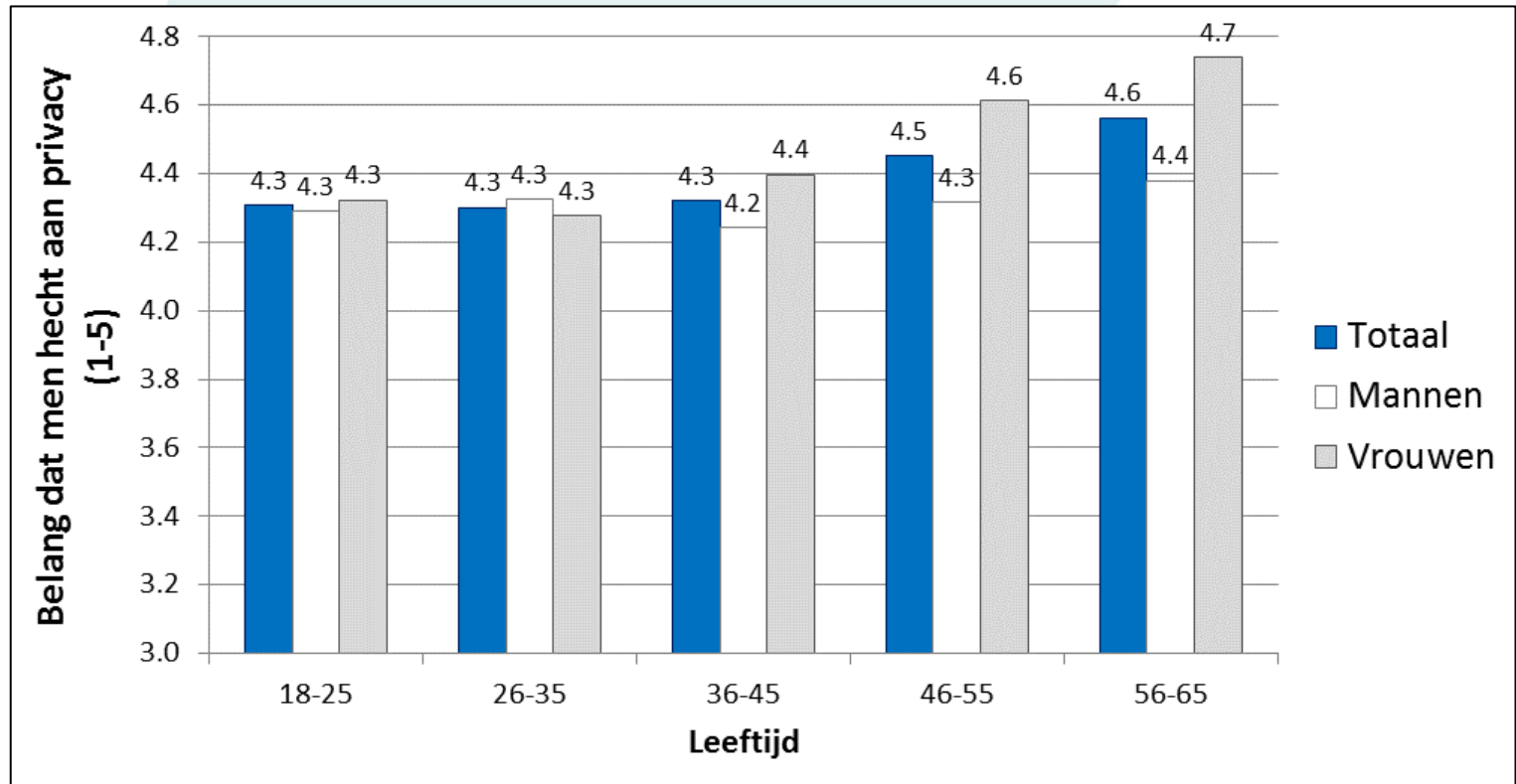
3B. Mate waarin men denkt dat organisaties gegevens puur voor eigen gewin gebruikt



O.b.v. scenario's (gemiddeld over de drie toepassingen)

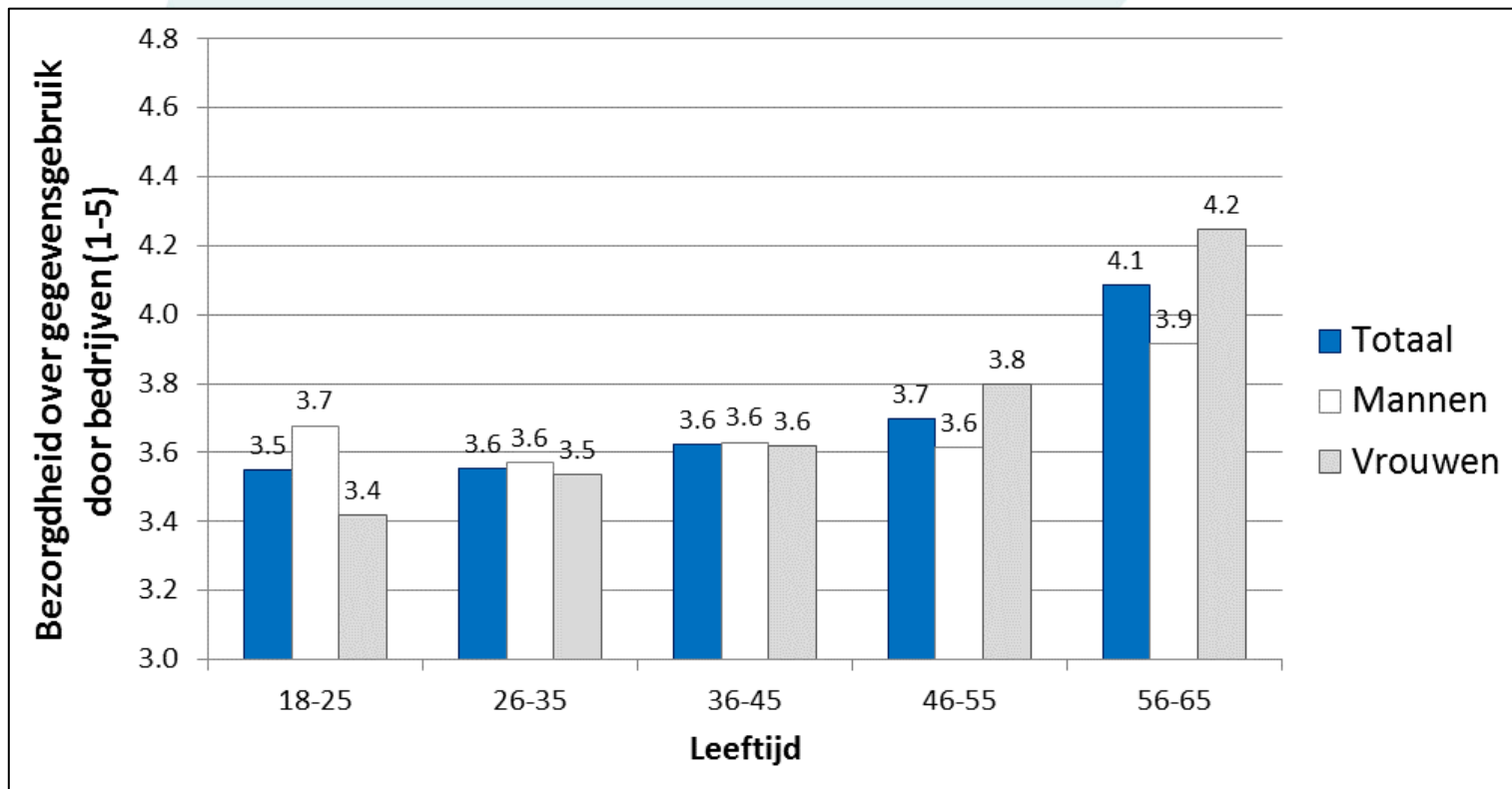
Hoe ouder men is, hoe meer men denkt dat de organisatie de gegevens puur voor eigen gewin verzamelt en gebruikt. Dit geldt in sterkere mate voor vrouwen dan voor mannen.

3C. Belang dat men hecht aan privacy



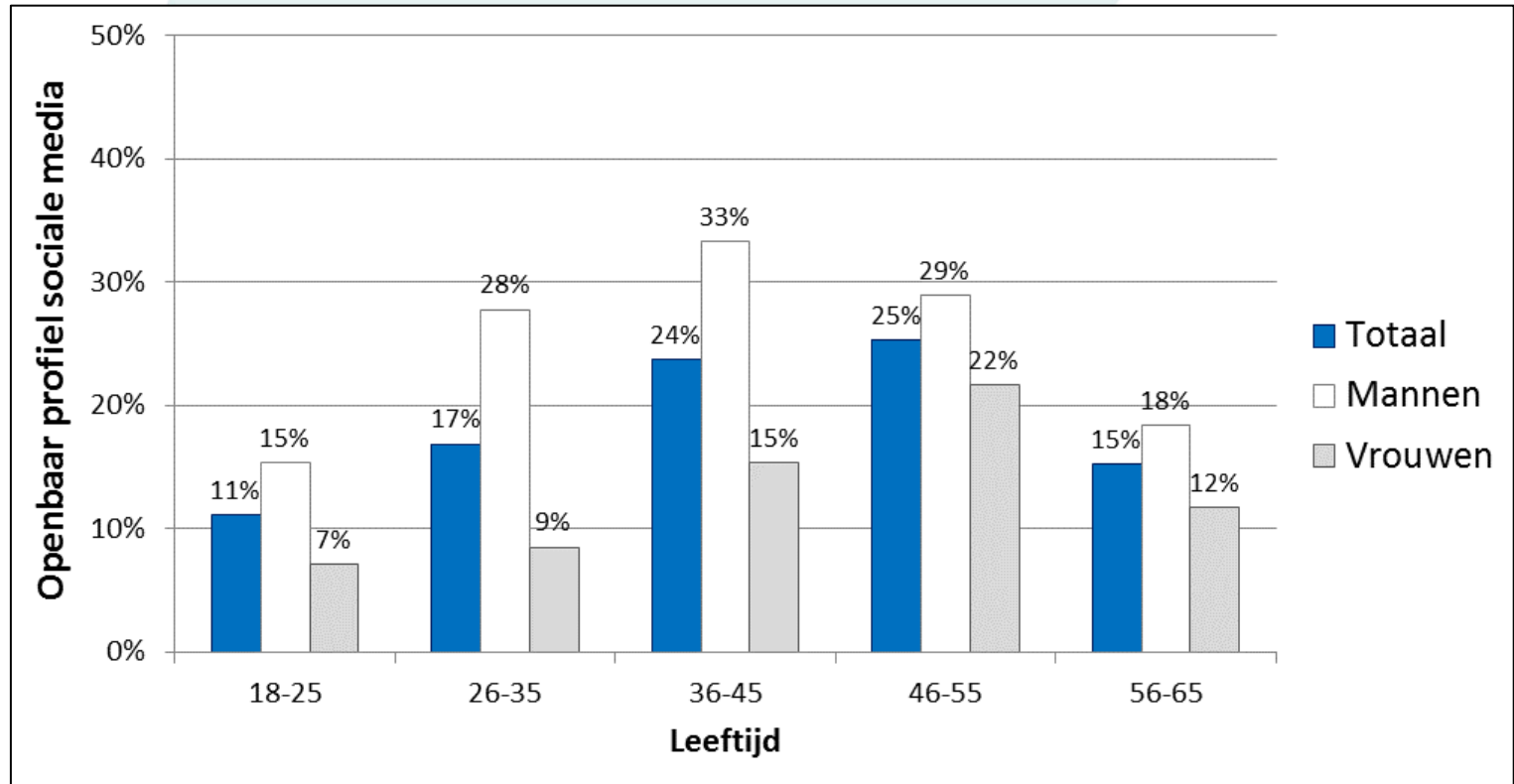
Nauwelijks verschil in het belang dat men hecht aan privacy tussen de groepen t/m 45 jaar. Enkel mensen binnen de oudste leeftijdsgroepen, en met name de vrouwen, hechten iets meer belang aan privacy dan de rest.

3D. Bezorgdheid over gegevensgebruik door bedrijven



Bezorgdheid om gegevensgebruik neemt eveneens toe met leeftijd, en in sterkere mate voor vrouwen dan voor mannen. Ook hier zien we een uitschieter bij de vrouwen in de oudste leeftijdsgroep (56-65).

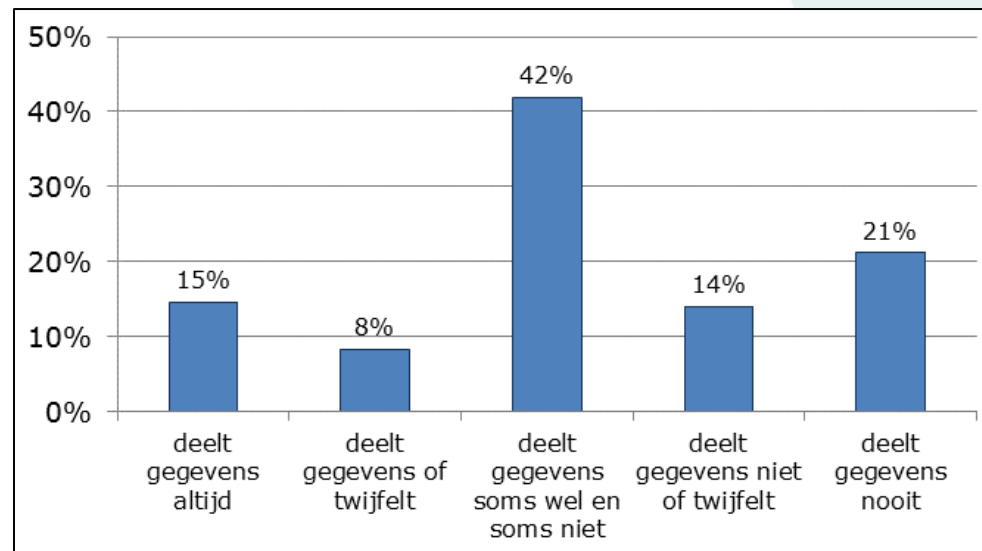
3E. Openbaar profiel sociale media



Bovenstaande tabel toont het percentage mensen dat aangeeft informatie te plaatsen op sociale media en daarbij gebruik te maken van een openbaar (onafgeschermd) profiel. Dit percentage ligt het hoogst in de middenste leeftijdsgroepen, met name onder mannen, en is lager onder de oudste en jongste (!) leeftijdsgroepen.

4. Wie zijn het meest vs. minst bereid om persoonlijke informatie te delen? (1)

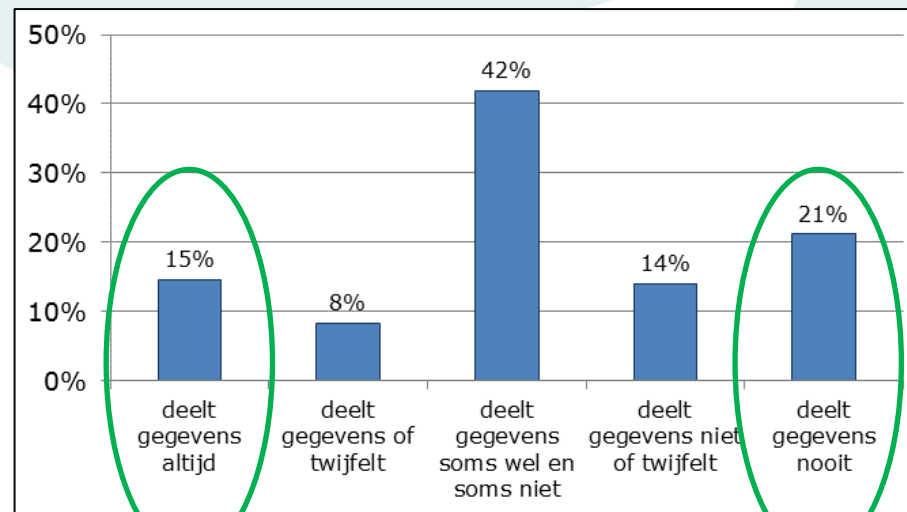
Slechts 42% van de mensen deelde persoonlijke gegevens in sommige scenario's wel en in andere niet. 15% liet gegevensgebruik in alle gevallen toe en 21% nooit (zie figuur). De bereidheid om persoonlijke informatie vrij te geven lijkt dus meer samen te hangen met de persoon dan met de specifieke situatie.



Dus: op basis van hun reacties op de scenario's hebben we groepen mensen geïdentificeerd die verschillen in de mate waarin zij bereid zijn persoonlijke informatie vrij te geven.

4. Wie zijn het meest vs. minst bereid om persoonlijke informatie te delen? (2)

Wat zijn de achtergrondkenmerken van de groepen die het meest versus het minst bereid zijn om persoonlijke informatie te delen?



- **52%** tussen 18-35 jaar en **11%** tussen 56-65 jaar (gemiddelde leeftijd = 38)
- **51%** man
- **40%** hoogopgeleid en **13%** laagopgeleid

- **14%** tussen 18-35 jaar en **40%** tussen 56-65 jaar (gemiddelde leeftijd = 49)
- **56%** vrouw
- **28%** hoogopgeleid en **33%** laagopgeleid



4. Wie zijn het meest vs. minst bereid om persoonlijke informatie te delen? (3)

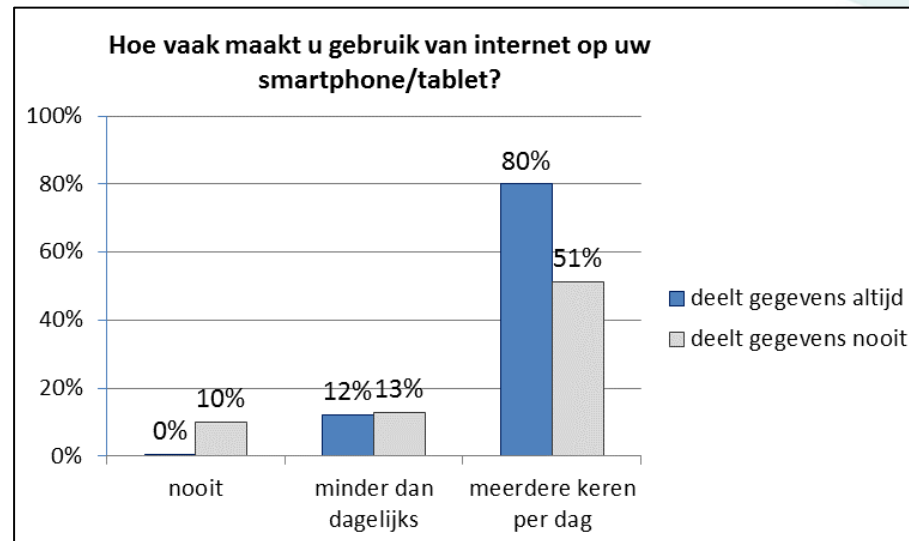
Mensen die in hoge mate bereid zijn om persoonlijke informatie te delen met organisaties hechten wél waarde aan hun privacy. 80% vindt het belangrijk of heel belangrijk dat persoonlijke informatie vertrouwelijk blijft en slechts 1,3% geeft aan dit niet belangrijk te vinden.

Echter, deze groep is duidelijk minder bezorgd over het gebruik van persoonlijke gegevens door bedrijven en de overheid. Dus, mensen die informatie gemakkelijk vrijgeven vinden privacy belangrijk, maar vertrouwen er tegelijkertijd ook meer op dat organisaties zorgvuldig met hun gegevens omgaan.

	Groep die gegevens altijd deelt		Groep die gegevens nooit deelt	
	(Helemaal) niet	(Helemaal) wel	(Helemaal) niet	(Helemaal) wel
Hoe belangrijk vindt u het dat uw persoonlijke informatie vertrouwelijk blijft?	1,3%	80,0%	0,9%	95,4%
Hoe bezorgd bent u over het gebruik van uw persoonlijke informatie door bedrijven?	12,0%	42,7%	3,7%	77,1%
Hoe bezorgd bent u over het gebruik van uw persoonlijke informatie door de overheid?	18,7%	41,3%	4,6%	80,7%

4. Wie zijn het meest vs. minst bereid om persoonlijke informatie te delen? (4)

De bereidheid tot het vrijgeven van persoonlijke informatie hangt sterk samen met online ervaring, d.w.z. het gebruik en de intensiteit van het gebruik van internet en online diensten.² Hoe meer online ervaring men heeft, des te minder bezorgd men is over het gebruik van persoonlijke informatie door bedrijven en de overheid en des te meer bereid men is om informatie te delen.



² Merk op dat internetgebruik op smartphone betere indicator is voor internetintensiteit omdat tegenwoordig bijna iedereen (tot 65) gebruik maakt van internet op PC/laptop (96,5%).



4. Wie zijn het meest vs. minst bereid om persoonlijke informatie te delen? (5)

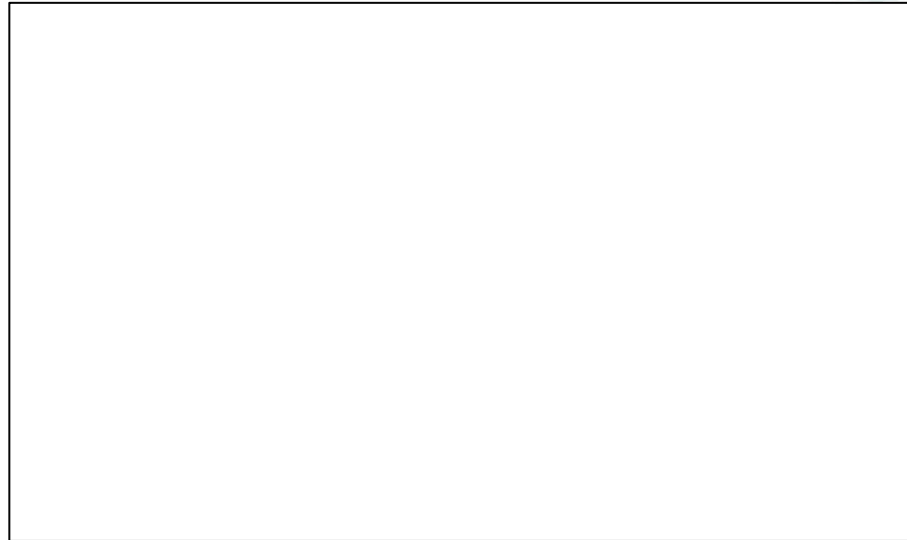


De groep die gegevensgebruik altijd toelaat maakt van méér online diensten gebruik (gemiddeld 6 uit 9 diensten) dan de groep die gegevensgebruik nooit toelaat (gemiddeld 4 uit 9 diensten).



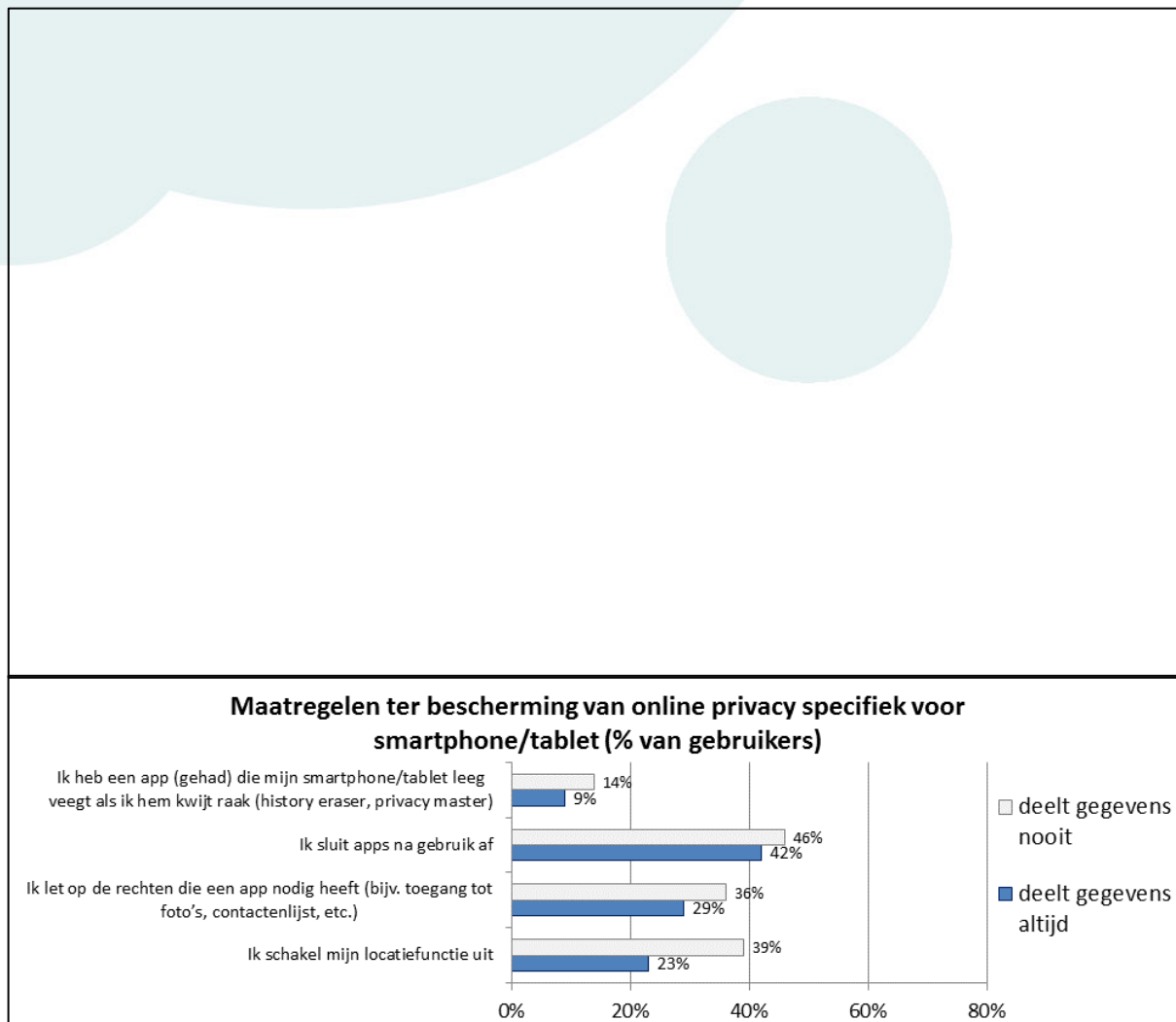
4. Wie zijn het meest vs. minst bereid om persoonlijke informatie te delen? (6)

Mensen die relatief gemakkelijk persoonlijke informatie vrijgeven, hebben minder aandacht voor privacyvoorwaarden en nemen minder maatregelen om hun online privacy te **beschermen**. Ruim een derde geeft aan de privacyvoorwaarden niet te lezen, tegenover 8% van de groep die niet bereid is om gegevens te delen.



4. Wie zijn het meest vs. minst bereid om persoonlijke informatie te delen? (7)

De groepen die het meest versus het minst bereid zijn om persoonlijke informatie vrij te geven verschillen niet in termen van basisbescherming. Deze maatregelen worden door de groep die veel info vrijgeeft minstens zo goed genomen. Echter, de groep die veel vrijgeeft neemt duidelijk minder "extra" beschermingsmaatregelen.



Onderzoeksverantwoording

		% van de steekproef (N = 515)
Geslacht	man	49,9%
	vrouw	50,1%
Leeftijd	18-25	12,0%
	26-35	20,0%
	36-45	24,3%
	46-55	20,6%
	56-65	23,1%
	gemiddelde	43 jaar
	Opleidingsniveau	basisonderwijs
	vmbo	21,9%
	havo/vwo	10,5%
	mbo	31,5%
	hbo	21,8%
	wo	8,5%
	anders	2,5%
	(nog) geen	0,2%
Regio	west	39,0%
	noord	19,2%
	oost	20,8%
	zuid	21,0%



CentERdata

Instituut voor dataverzameling en onderzoek

