

SOLID MONITOR

EDITIE 3 - 2024

Privacy,
persoonlijke data
& datakluisen

umec

Auteurs: Mathias Maes, August Bourgeus, Sander Van Damme, Ralf De Wolf

Opzet & datacollectie: Mathias Maes, August Bourgeus

Projectmanagement: Peter Mechant, Lieven De Marez

Zit u met een specifieke vraag of wenst u bijkomende data-analyse? Of heeft u iets dat u wil bevestigd zien in een volgende editie? Neem contact op met Mathias Maes via mathias.maes@imec.be

INHOUDSOPGAVE

Kernbevindingen	6
Inleiding	7
Methodologie	10
Privacy & data delen	14
Overzicht resultaten	18
Persoonlijke datakluisen	30
Overzicht resultaten	36
Gebruiksscenario's	43
AI-assistent	45
Media	50
Mobiliteit	55
Een blik op datacoöperatieven	58
Profielen	60
Privacy Pioniers (29%)	62
Argwanende Achterblijvers (20%)	63
Losbandige Liefhebbers (21%)	64
Onbewogen Opportunisten (30%)	65
ADDENDUM: Digiprofielen	66
Overzicht resultaten	69
Reflectie	91

LIJST MET TABELLEN

Tabel 1.1.	Bezorgdheid rond online privacy, naar leeftijd	18
Tabel 1.2.	Attitudes omtrent gegevensbescherming, naar leeftijd	19
Tabel 1.3.	Attitudes rond online privacy, naar leeftijd	20
Tabel 1.4.	Acties om privacy te beschermen, naar leeftijd	21
Tabel 1.5.	Persoonlijke omgang met delen gegevens, naar leeftijd	22
Tabel 1.6.	Wantrouwen in internetbedrijven, naar leeftijd	23
Tabel 1.7.	Vertrouwen in sectoren/organisaties met persoonlijke gegevens, naar leeftijd	24
Tabel 1.8.	Gevoelens van onzekerheid mbt online privacy, naar leeftijd	25
Tabel 1.9.	Gevoelens van machteloosheid mbt online privacy, naar leeftijd	26
Tabel 1.10.	Gevoelens van resignatie mbt online privacy, naar leeftijd	27
Tabel 1.11.	Verbeteren comfortabel delen gegevens, naar leeftijd	28
Tabel 1.12.	Comfortabel voelen met delen types gegevens, naar leeftijd	29
Tabel 2.1.	Attitude ten opzichte van persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	36
Tabel 2.2.	Intentie om persoonlijke datakluizen te gebruiken, naar leeftijd	36
Tabel 2.3.	Verwachting nut persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	37
Tabel 2.4.	Verwachting gebruiksgemak persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	37
Tabel 2.5.	Hedonische motivatie bij gebruik persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	38
Tabel 2.6.	Faciliterende condities gebruik persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	38
Tabel 2.7.	Sociale invloed gebruik persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	39
Tabel 2.8.	Perceptie van veiligheid bij gebruik persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	39
Tabel 2.9.	Perceptie van controle bij gebruik persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	40
Tabel 2.10.	Vertrouwen in persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	40
Tabel 2.11.	Autonomie controle, naar leeftijd	41
Tabel 2.12.	Vertrouwen in sectoren/organisaties als aanbieder persoonlijke datakluizen, naar leeftijd	42
Tabel 3.3.1	Persoonlijke relevantie ai-assistent , naar leeftijd	47
Tabel 3.3.2	Gepercipieerde waarde ai-assistent , naar leeftijd	47
Tabel 3.3.3	Perceptie impact ai-assistent , naar leeftijd	47
Tabel 3.3.4	Intentie tot gebruik datakluis ai-assistent , naar leeftijd	48
Tabel 3.3.5	Delen data ai-assistent, naar leeftijd	48
Tabel 3.3.6	Vertrouwen tegenover datakluizen media, naar leeftijd	49
Tabel 3.3.1	Persoonlijke relevantie gebruiksscenario media, naar leeftijd	52
Tabel 3.3.2	Gepercipieerde waarde gebruiksscenario media, naar leeftijd	52
Tabel 3.3.3	Perceptie impact gebruiksscenario media, naar leeftijd	52
Tabel 3.3.4	Intentie tot gebruik datakluis media, naar leeftijd	53
Tabel 3.3.5	Delen data gebruiksscenario media, naar leeftijd	53
Tabel 3.3.6	Vertrouwen tegenover datakluizen media, naar leeftijd	54
Tabel 4.1.1.	Bezorgdheid rond online privacy, naar solidprofiel	69
Tabel 4.1.2.	Attitudes omtrent gegevensbescherming, naar solidprofiel	70
Tabel 4.1.3.	Attitudes rond online privacy, naar solidprofiel	71
Tabel 4.1.4.	Acties om privacy te beschermen, naar solidprofiel	72

Tabel 4.1.5. ... Persoonlijke omgang met delen gegevens, naar solidprofiel	73
Tabel 4.1.6. ... Wantrouwen in internetbedrijven, naar solidprofiel	74
Tabel 4.1.7. ... Vertrouwen in sectoren/organisaties met persoonlijke gegevens, naar solidprofiel	75
Tabel 4.1.8. ... Gevoelens van onzekerheid mbt online privacy, naar solidprofiel	76
Tabel 4.1.9. ... Gevoelens van machteloosheid mbt online privacy, naar solidprofiel	77
Tabel 4.1.10. ... Gevoelens van resignatie mbt online privacy, naar solidprofiel	78
Tabel 4.1.11. ... Verbeteren comfortabel delen gegevens, naar solidprofiel	79
Tabel 4.1.12. ... Comfortabel voelen met delen types gegevens, naar solidprofiel	80
Tabel 4.2.1. ... Attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	81
Tabel 4.2.2. ... Intentie om persoonlijke datakluisen te gebruiken, naar solidprofiel	81
Tabel 4.2.3. ... Verwachting nut persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	82
Tabel 4.2.4. ... Verwachting gebruiksgemak persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	83
Tabel 4.2.7. ... Faciliterende condities gebruik persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	84
Tabel 4.2.8. ... Sociale invloed gebruik persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	85
Tabel 4.2.9. ... Perceptie van veiligheid bij gebruik persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	86
Tabel 4.2.10. ... Perceptie van controle bij gebruik persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	87
Tabel 4.2.11. ... Vertrouwen in persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	88
Tabel 4.2.12. ... Autonomie controle, naar solidprofiel	89
Tabel 4.2.13. ... Vertrouwen in sectoren/organisaties als aanbieder persoonlijke datakluisen, naar solidprofiel	90

KERNBEVINDINGEN

66% van de Vlamingen voelt zich **bezorgd om zijn of haar online privacy**. Bijna 8 op de 10 Vlamingen vindt dat bedrijven **onvoldoende transparant** zijn over welke persoonlijke gegevens worden verzameld. Ongeveer 7 op 10 Vlamingen voelt maar **weinig controle** over hun persoonlijke informatie.

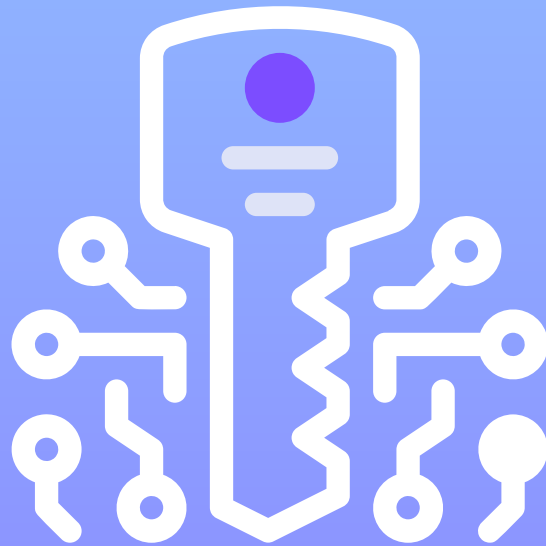
7 op de 10 Vlamingen staat **positief** tegenover de idee van **persoonlijke datakluisen**. De helft van de Vlamingen ziet zich in de toekomst persoonlijke datakluisen gebruiken. Het adoptiepotentieel blijft dus sterk aanwezig, maar vertoont geen stijgende trend. Toch lijken veel specifieke gebruiksscenario's veel lager potentieel te vertonen. Bevroagde scenario's rond media en mobiliteit konden ongeveer 1 op 3 Vlamingen overtuigen, terwijl een AI-assistent ongeveer een kwart maar kon overtuigen.



Op vlak van privacy, datacontrole en attitude ten aanzien van persoonlijke datakluisen kunnen **we vier groepen Vlamingen** onderscheiden: Privacy Pioniers (29%), Losbandige Liefhebbers (21%), Onbewogen Opportunisten (30%) en Argwanende Achterblijvers (20%).

- **Privacy Pioniers** verwelkomen datakluisen om terug meer transparantie en controle te verwerven.
- **Losbandige Liefhebbers** liggen niet wakker van de privacyproblematiek. Zij beschouwen de controlewinst door persoonlijke datakluisen wel als mooi meegenomen en zijn erg nieuwsgierig naar welke impact deze op hun leven kan hebben.
- **Onbewogen Opportunisten** zijn minder tech-minded, erkennen wel dat privacyrisico's online, maar liggen er niet van wakker. Persoonlijke datakluisen geven ze echter het voordeel van de twijfel en zouden ze durven adopteren als ze er voldoende het nut van inzien.
- **Argwanende Achterblijvers** staan eerder wantrouwig tegenover internetbedrijven en zijn algemeen bezorgd om privacy. Ze zijn echter niet overtuigd dat persoonlijke datakluisen een nuttige ingrijpende verandering kunnen vormen.

De Vlaamse Overheid wordt het **meest vertrouwd** als potentiële aanbieder van persoonlijke datakluisen (65%), nauw gevolgd door gezondheidsorganisaties zoals ziekenhuizen (62%) en andere aanbieders van gezondheidszorg (64%). Overheidsniveaus en financiële instellingen winnen wat verloren vertrouwen terug, terwijl grote internationale internetbedrijven blijven heel laag scoren.



HOOFDSTUK 1

INLEIDING

INLEIDING

Het **verzamen en analyseren** van persoonlijke informatie of data is heel normaal geworden. Bedrijven, overheden en andere organisaties gebruiken persoonlijke gegevens intensiever dan ooit om hun producten of diensten te verbeteren. Deze praktijk is echter tweesnijdend: enerzijds biedt data **meer mogelijkheden** tot innovatieve oplossingen en gepersonaliseerde ervaringen, anderzijds brengt het tal van **risico's** met zich mee (bv. datalekken, ongewenste beïnvloeding of monitoring). De concentratie van data, veelal in de handen van enkele grote technologie-reuzen, creëert bovendien **onevenredige machtsverhoudingen**. Dit neemt niet alleen innovatiemogelijkheden weg, maar bedreigt ook de consumentenautonomie. De complexiteit van privacyverklaringen en servicevoorwaarden, alsook de manipulatieve designs van cookie-interfaces maken het alleen maar ingewikkelder.

Met deze maatschappelijke problematiek in het achterhoofd heeft Sir Tim Berners-Lee zijn schouders onder het SOLID-project¹ gezet. **SOLID (Social Linked Data)** stelt een alternatieve manier voor om persoonlijke gegevens te beheren. Persoonlijke data worden opgeslagen in zogenaamde 'datakluisen', van waaruit gebruikers het **overzicht kunnen behouden** wie welke gegevens van hen gebruikt, voor welk doel, en waarbij diezelfde gebruiker ook **meer controle** kan behouden met wie deze data gedeeld wordt.

Vlaanderen heeft een **voortrekkersrol** opgenomen in de ontwikkeling van en onderzoek naar persoonlijke datakluisen. Zo ondersteunt de Vlaamse Overheid onder andere het initiatief **SolidLab Vlaanderen**², een samenwerkingsverband van academische instellingen, bestaande uit imec, UGent, KU Leuven en VUB. Dit consortium voert onderzoek naar persoonlijke datakluisen en verschillende openstaande vraag-

stukken op het gebied van technologie, bedrijfsvoering, wetgeving en maatschappij. Eerder richtte de Vlaamse Overheid een **Vlaams Datanutsbedrijf** op met als doel veilige en betrouwbare data-uitwisseling aan de hand van datakluisen te bestendigen. Op 4 mei 2023 werd een volgende stap gezet: het Vlaams Datanutsbedrijf werd een onafhankelijk overheidsbedrijf genaamd *athumi*.³ Dit datanutsbedrijf wil data-uitwisseling faciliteren en stimuleren, met een sterke nadruk op het behoud van controle van gegevens door consumenten en organisaties.

Dit rapport vormt de derde editie van de SOLIDMonitor, waarin gepeild wordt naar de **privacy- en data-problematiek** en het **adoptiepotentieel van persoonlijke datakluisen** in Vlaanderen, inclusief factoren die daartoe bijdragen. In deze editie werd geopteerd voort te bouwen op de bestaande vragenlijst en structuur van het rapport. Er werd wel gekozen om de vragenlijst wat af te slanken om de respondenten minder te belasten. Dit jaar werd geopteerd om te werken met drie gebruiksscenario's waar de meeste respondenten telkens één van te zien krijgen, in plaats van zes scenario's waar respondenten over twee scenario's bevestigd werden. De overige respondenten werden voorgesteld aan een alternatieve manier van omgaan met data, namelijk data-coöperatieven.

Uit de voorgaande edities⁴ bleek dat een meerderheid van de Vlaming **zich zorgen maakt over hun online privacy**, wat bij een deel van de Vlamingen ook leidde tot **gevoelens van onzekerheid, wantrouwen en machteloosheid**. Toch was er een zekere bereidheid tot het delen van gegevens, als daar **een duidelijk doel** aan gebonden was. Bij de bevestigde Vlamingen was er ook een wens naar meer transparantie en controle over hun gegevens. 7 op de

1 <https://www.solidproject.org>

2 <https://www.solidlab.be>

3 <https://www.athumi.eu>

4 <https://solidlab.be/reports/>

10 Vlamingen gaf dan ook aan persoonlijke datakluisen een kans te willen geven. Toch was dit plaatje niet louter positief. Voor een deel van de Vlamingen waren persoonlijke datakluisen een (te) ingewikkelde oplossing en werden ze aanzien als een extra drempel die overwonnen moet worden, eerder dan als een hulpmiddel.

Hoe is de attitude ten aanzien van persoonlijke datakluisen geëvolueerd? Zijn er wijzigende trends in de privacy- en dataproblematiek? En hoe staat de Vlaming tegenover enkele specifieke Solid-toepassingen? Wie een antwoord zoekt op deze vragen nodigen we graag uit dieper te duiken in dit rapport.



HOOFDSTUK 2

METHODOLOGIE

METHODOLOGIE

Dit rapport presenteert de **resultaten van een online enquête** die werd ingevuld door Vlamingen in juli en augustus 2024. De bevraging werd georganiseerd in samenwerking met Bilendi Belgium. Deze partner was verantwoordelijk voor zowel de werving van de steekproef als de compensatie van de respondenten via hun platform. Het opstellen van de vragenlijst, verwerking & analyse van de data, alsook het schrijven van het rapport werden uitgevoerd door onderzoekers van imec.

De finale dataset bestaat uit de antwoorden van **2500 respondenten**. Om de representativiteit van deze steekproef ten aanzien van de Vlaamse populatie te verhogen werd gewerkt met een **quotasteekproef**. Hierbij werd geregistreerd tot welke leeftijdscategorie en geslacht de deelnemers zichzelf rekenden. Onder- of oververtegenwoordiging in de steekproef werd gecorrigeerd door middel van **weging** (maximale wegingsfactor = 4.14). Deze editie bleek het moeilijker om voldoende jongeren te bereiken. Voor deze groep ligt de wegingsfactor dan ook aanzienlijk hoger dan voorgaande jaren.

Indien de respondenten niet akkoord gingen met de privacyverklaring of de enquête onvolledig invulden werden hun antwoorden niet geregistreerd. Ook onrealistisch snel ingevulde vragenlijsten werden weerhouden. In de vragenlijst waren ook enkele controlevragen opgenomen (e.g. *'Duid hier eerder akkoord aan'*). Indien men deze vragen niet telkens correct invulde, werd de vragenlijst vroegtijdig beëindigd.

Net zoals in de voorgaande edities startten we met het verzamelen van enkele demografische kenmerken. Vervolgens peilden we naar **attitudes en acties met betrekking tot privacy en het delen van data**. Hierna werden de respondenten geïntroduceerd aan **persoonlijke datakluisen**, alvorens gespeeld werd naar de houding van respondenten over dit concept. Hiervoor werd dezelfde korte represen-

tatietekst gebruikt als in de vorige editie. Deze tekst is raadpleegbaar als addendum in het hoofdstuk 'persoonlijke datakluisen'.

In deze editie worden de respondenten ook geïntroduceerd aan verscheidene **gebruiksscenario's**, en hoe persoonlijke datakluisen ingezet kunnen worden. Daarnaast plaatsen we in deze editie het concept **'data-coöperatieven'** in de kijker. Om de belasting van de vragenlijst te beperken werd geopteerd om respondenten willekeurig toe te wijzen aan één mogelijk gebruiksscenario of een korte bevraging rond data-coöperatieven. De gebruiksscenario's deze editie omvatten:

- Een AI-assistent gekoppeld aan persoonlijke datakluisen
- Een mediascenario
- Het thema mobiliteit waarin vier kortere scenario's worden gepresenteerd.

Vorig jaar werden de **solidprofielen**, een segmentering van de Vlaamse populatie op basis van hun technologisch profiel, privacy-attitudes, (institutioneel) vertrouwen en attitudefactoren tegenover persoonlijke datakluisen, uitgebreid naar vier groepen. Deze groepen worden behouden in deze derde editie. De segmentering biedt een overzicht van de diverse attitudes binnen de Vlaamse bevolking omtrent privacy, persoonlijke data en datakluisen, wat kan dienen als een waardevolle leidraad voor gerichte communicatie naar specifieke groepen en als ondersteuning in het ontwikkelingsproces. Deze segmentering is raadpleegbaar in het hoofdstuk 'Profielen'.

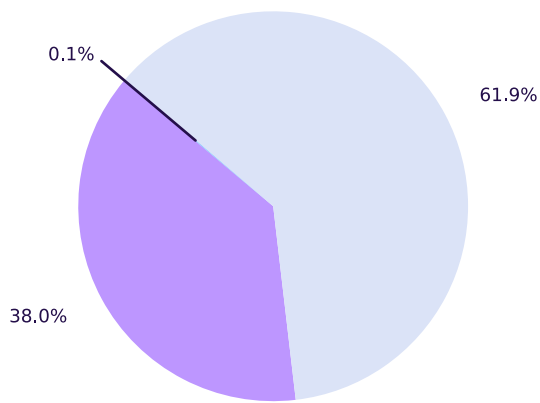
Net als vorig jaar nemen we in dit rapport een tweede, externe typologie op: de zogenaamde **'digi-profielen'**. Sinds 2009 brengt imec.digimeter de trends in kaart rond het gebruik van media en technologie in Vlaanderen. Deze segmentering omvat vijf profielen. In onze vragenlijst stelden we enkele algemene vragen over attitudes en verwachtingen

gen ten aanzien van technologie en innovatie, waardoor we de respondenten konden toewijzen aan één van deze vijf profielen. Wie wenst te weten hoe deze digiprofielen zich verhouden tot de solidprofielen, kan de cijfers terugvinden in het hoofdstuk 'Profielen'. Een uitgebreide beschrijving van de digiprofielen is ook te vinden in dat hoofdstuk of in de jaarlijkse Digimeter-publicatie.

Overzicht met demografische kenmerken:

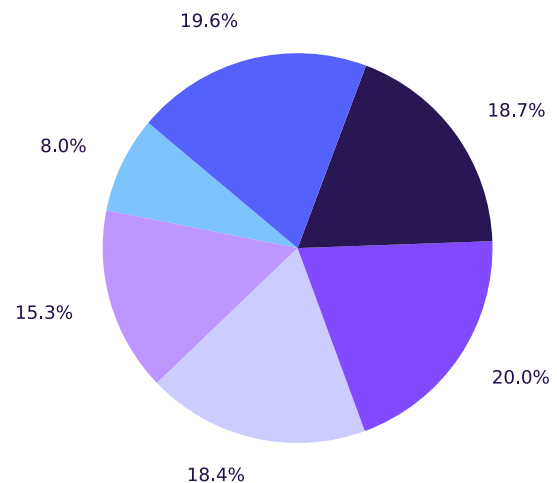
- Gender
- Leeftijdscategorie
- Opleidingsniveau
- Beroepsstatus
- Nationaliteit
- Thuistaal
- Mindervalidestatus

Gender



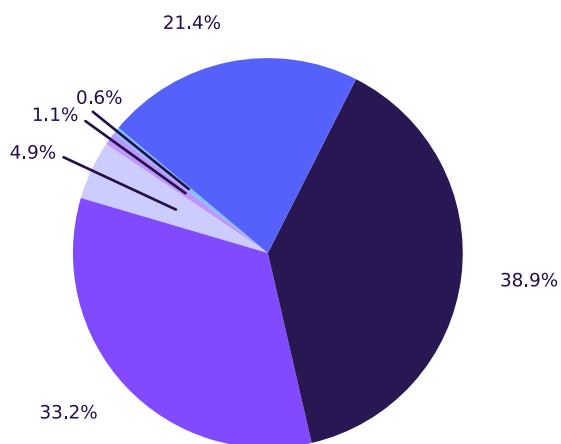
- Man (38.0%)
- Vrouw (61.9%)
- X (0.1%)

Leeftijdscategorie



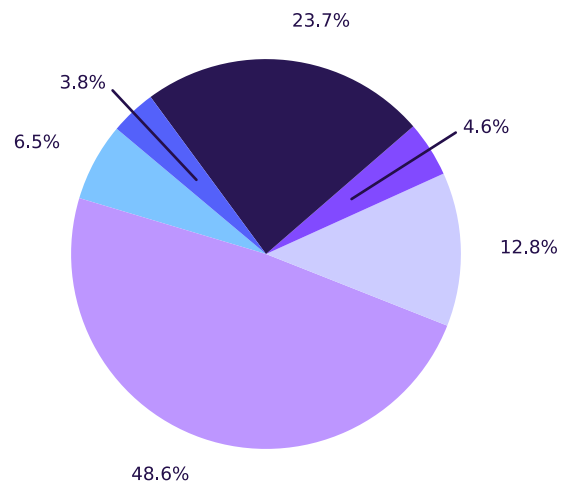
- 18-24 (8.0%)
- 25-34 (15.3%)
- 35-44 (18.4%)
- 45-54 (20.0%)
- 55-64 (18.7%)
- 64+ (19.6%)

Opleidingsniveau



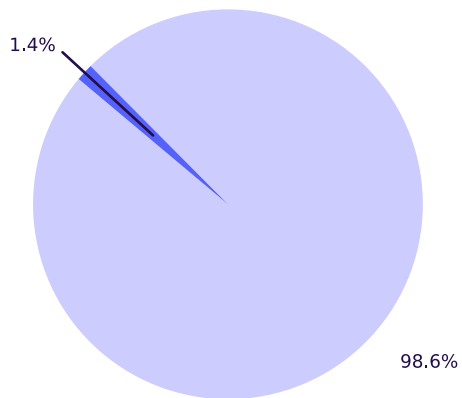
- Geen diploma (0.6%)
- Lager onderwijs (1.1%)
- Lager secundair onderwijs (1ste en 2de graad middelbare school) (4.9%)
- Hoger secundair onderwijs (3de graad middelbare school) (33.2%)
- Bachelor/kandidatuur/hogeschool (38.9%)
- Master/Licentiaat/(post) universitair (21.4%)

Beroepsstatus



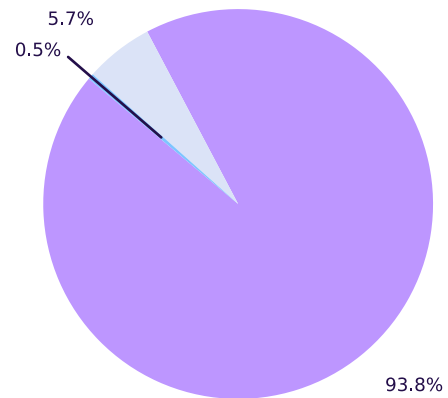
- Ik ben (leerling)/student (6.5%)
- Ik werk voltijds (48.6%)
- Ik werk deeltijds (12.8%)
- (tijdelijk) niet aan het werk (sabbatjaar, werkzoekende, ...) (4.6%)
- Ik ben (brug-)gepensioneerd (23.7%)
- Ik werk niet op de arbeidsmarkt (bvb. huisman) (3.8%)

Nationaliteit



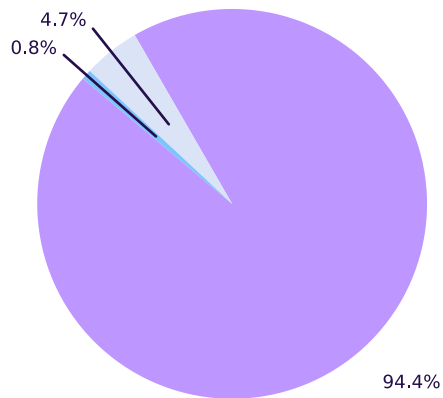
- Belgische nationaliteit (98.6%)
- Andere nationaliteit (1.4%)

Thuis taal

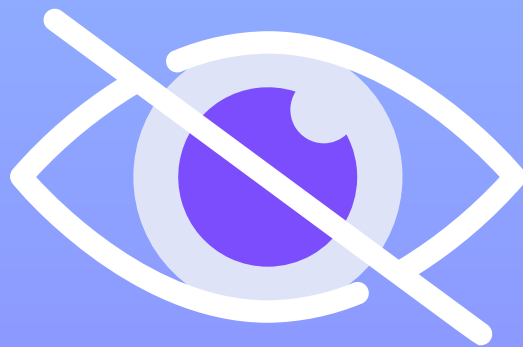


- Enkel Nederlands (93.8%)
- Nederlands en een andere taal (met minstens 1 gezinslid) (5.7%)
- Geen Nederlands (0.5%)

Ingeschreven bij Vlaams Agentschap voor Personen met een handicap



- Nee (94.4%)
- Ja (4.7%)
- Zeg ik liever niet (0.8%)

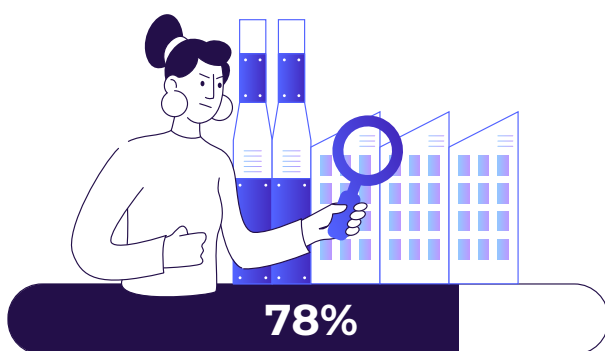


HOOFDSTUK 3

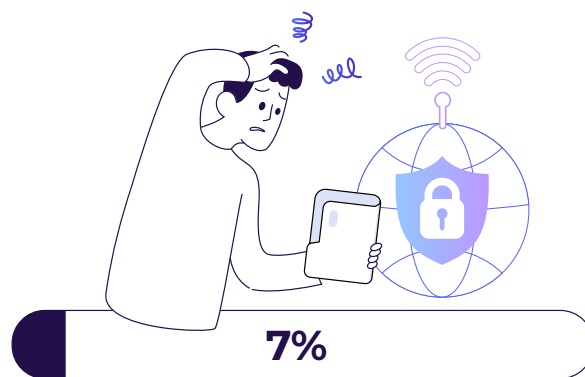
PRIVACY & DATA

DATA & PRIVACY

Bedrijven en organisaties steunen almaar meer op **grote hoeveelheden persoonlijke gegevens**. De recente **opmars van artificiële intelligentie** drijft die groeiende afhankelijkheid van data nog verder op. Deze evoluties zorgen ervoor dat onze online privacy onder druk staat en dit risico's zoals **gegevens-fraude- en misbruik** met zich meebrengt. Uit voorgaande edities bleek reeds dat veel Vlamingen zich wel degelijk zorgen maken over hun online privacy en dan voornamelijk het gebrek aan inzicht in wat met persoonlijke informatie gebeurt en de beperkte controle die we kunnen uitoefenen over wie welke gegevens voor welk doel mag aanwenden. Data delen online blijft voor velen immers een bron van ongemak. Slechts 7% van de Vlaamse bevolking voelt zich volledig comfortabel bij het delen van gegevens online. Dit jaar richten we ons opnieuw op de houding van Vlamingen ten aanzien van privacy en datadeling.



stoort zich dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze bezitten



voelt zich vandaag comfortabel met het delen van zijn/haar data.

91% van de Vlamingen gelooft dat problematische privacykwesties eigen zijn aan het internet. Dit percentage was al hoog in 2022 (83%) en 2023 (89%), maar stijgt nog eens naar 91%. 72% geeft aan dat het belangrijk is om hun privacy te beschermen. 75% is bezorgd dat hun persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps. 78% van de Vlamingen stoort zich dat **bedrijven niet transparant zijn** over welke gegevens ze bezitten en verzamelen. 7 op de 10 heeft het gevoel **geen controle** te hebben over welke persoonlijke informatie verzameld en gebruikt wordt. Deze cijfers zijn stabiel vergeleken met 2023.

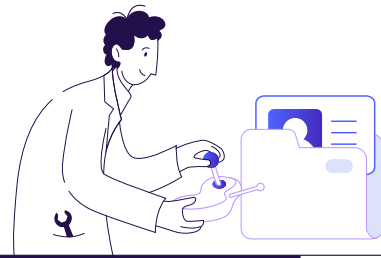
De houding van Vlamingen ten opzichte van de verantwoordelijkheid van organisaties bij de bescherming van persoonsgegevens blijft in lijn met de resultaten van de vorige bevraging. Zo blijft de overgrote meerderheid van mening dat organisaties een duidelijke verantwoordelijkheid hebben en transparant moeten communiceren over het gebruik van persoonlijke gegevens, met een lichte stijging van 92% in 2023 naar 93% in 2024. Verder blijft het percentage dat gelooft dat misbruik van persoonsgegevens bestraft moet worden stabiel op 96%. 90% van de Vlamingen vindt het belangrijk dat GDPR hun gegevens beschermt. Dit is een lichte, maar significante stijging vergeleken met vorig jaar (88%). Deze cijfers benadrukken de blijvende verwachting dat de bescherming van persoonlijke gegevens niet alleen een persoonlijke aangelegenheid is, maar dat men verwacht dat

organisaties en overheden hierin ook hun verantwoordelijkheid opnemen.

Net als vorig jaar voelt een groot deel van de Vlamingen zich **onzeker** over hoe diensten omgaan met hun onlinegegevens: 68% geeft aan zich hierover zorgen te maken. Daarnaast maakt 66% zich specifiek zorgen over de bescherming van hun privacy. Deze bezorgdheid gaat vaak hand in hand met gevoelens van onzekerheid over wat er precies gebeurt met persoonlijke gegevens online, en met een **gevoel van machteloosheid** bij het beschermen van die gegevens. Net zoals vorig jaar vindt 70% van de Vlamingen het moeilijk om alle risico's verbonden aan internetgebruik te begrijpen. 66% vindt het dan weer moeilijk om mee te blijven met alle dingen die gebeuren op het internet.

Ongeveer een kwart van de Vlamingen houdt er een geresigneerde houding op na: een soort nonchalante, berustende houding tegenover online privacy. 28% van de respondenten geeft aan geen zin te hebben om veel tijd te spenderen aan gegevensbescherming op het internet. Dit is een significante stijging van 3% vergeleken met vorig jaar. Bijna een kwart van de Vlamingen (24%) heeft het opgegeven om proberen mee te zijn om hun gegevens te beschermen.

Als we kijken naar hoe Vlamingen beschermende acties ondernemen, merken we een licht stijgende trend op. Slechts 2% geeft aan geen handelingen uit te voeren om hun persoonsgegevens te beschermen. 78% van de respondenten geeft bewust geen toegang te geven tot sommige gegevens, dit is een significante stijging met 6% tegenover vorig jaar. Een opvallende stijging valt waar te nemen in de manier waarop men met cookies omgaat. Zo is het aantal respondenten dat browsercookies verwijdert gestegen van 53% naar 57%. Bovendien accepteert 55% van de respondenten nu zo weinig mogelijk cookies, een opmerkelijke stijging van 9% in vergelijking met vorig jaar. Hoewel deze cijfers ons niet inlichten over de motivaties van mensen om actiever met cookies om te gaan, hintten deze cijfers toch op z'n minst op **een groeiend bewustzijn over de implicaties van cookies**,



70%

gevoel geen controle meer te hebben over welke persoonlijke informatie verzameld & gebruikt wordt.

en een toenemende wens om er meer controle over uit te kunnen oefenen. De stijging van 30% naar 36% van de Vlamingen die apps of accounts verwijderen reflecteert dan weer een toenemende voorzichtigheid onder Vlamingen over welke applicaties toegang hebben tot hun persoonlijke informatie. 20% (stijging van 6%) geeft aan bewust bepaalde producten niet meer online te kopen of over te stappen naar een andere leverancier.

Ondanks aanhoudende privacyhandelingen blijven veel Vlamingen bereid hun gegevens te delen, beïnvloed door verschillende factoren. 65% van de Vlamingen vindt het belangrijk te weten welke voordelen verbonden zijn aan het delen van persoonlijke gegevens. Bovendien zouden 62% van de Vlamingen eerder gegevens delen met bedrijven waarmee ze positieve ervaringen hebben gehad en 64% met bedrijven die bekend staan om hun goede reputatie. Deze cijfers liggen in lijn met de cijfers van vorig jaar.

Het wantrouwen in internetbedrijven blijft aanwezig in 2024. Net als vorig jaar vindt 30% van de Vlamingen dat internetbedrijven niet te vertrouwen zijn, en de perceptie dat deze bedrijven voornamelijk in hun eigen belang handelen blijft onveranderd hoog met 83%. Er is echter een lichte daling in de overtuiging dat internetbedrijven vooral winst willen maken met onze gegevens, van 79% naar 77%, al blijft dit cijfer erg hoog liggen.

Wanneer we het **vertrouwen in organisaties en instituten** onder de loep nemen zien we een licht

stijgende trend in vergelijking met vorig jaar. De gezondheidssector, bestaande uit ziekenhuizen en zorgaanbieders, blijft het hoogste vertrouwen genieten met respectievelijk 79% en 81%, wat consistent is met vorig jaar. Opvallend is de stijging in vertrouwen in overheidsinstanties; de Vlaamse overheid zag een toename van 65% naar 69% en de federale overheid van 62% naar 66%. Ook telecomproviders en banken zien een aanzienlijke stijging in vertrouwen, van 39% naar 43% en van 59% naar 63% respectievelijk. Daarentegen blijft het vertrouwen in start-ups en sociale media-organisaties laag, op 8% en 5%.

Ook deze editie legden we de respondenten een lijst met datatypes voor en vroegen we hen te beoordelen hoe comfortabel ze zich voelen deze te delen met een Belgisch bedrijf. De bereidheid om basisinformatie zoals leeftijdsgroep en geslacht te delen blijft hoog met 85%, maar er is een lichte afname in het comfort bij het delen van meningen over producten en diensten, van 82% naar 80%. Voor andere soorten gegevens zoals naam en e-mail, eerdere aankopen en mediagebruikgegevens, blijven de percentages grotendeels ongewijzigd met waarden van 40%, 35% en 35% respectievelijk. Het comfortniveau bij het delen van locatiegegevens en gezondheidsgegevens blijft ook laag, beiden respectievelijk 14%. Zeer gevoelige informatie zoals financiële gegevens en bank- en kredietkaartgegevens blijven de laagste comfortniveaus tonen, beide onder of gelijk aan 6%, wat de **aanhoudende voorzichtigheid** onder de bevolking benadrukt met betrekking tot financiële informatie.

Het delen van gegevens brengt zoals eerder gesteld vaak een zeker ongemakkelijk gevoel mee. Slechts 7%

voelt zich hiermee volledig comfortabel. In contrast daarmee staat 16% die vinden dat niets hen meer comfortabel kan maken. Welke zaken kunnen dit proces voor mensen aangenamer maken? De resultaten zijn stabiel in vergelijking met vorig jaar. De vraag naar duidelijke uitleg over het gebruik van hun persoonlijke data door organisaties blijft het hoogst met 62%. De voorkeur voor stapsgewijze instructies voor veilig datadelen volgt met 46%. 24% van de Vlamingen zou zich comfortabeler voelen als het delen van data minder complex zou zijn, dit is een lichte stijging vergeleken met vorige jaar (22%).

Algemeen kunnen we concluderen dat veel Vlamingen zich **bewust zijn van privacyproblemen** op het internet, en dat dit voor een merendeel zich ook vertaalt in een bezorgdheid hierom. Voor een deel van Vlaanderen brengt dit gevoelens van onzekerheid en machteloosheid mee. In elk geval tonen de resultaten aan dat er nog steeds een **sterke drang naar meer transparantie en controle** is. Data delen online brengt vooralsnog vaak een zeker ongemakkelijk gevoel mee, ook al kiest een kwart van de Vlamingen om daar bewust ook zich niet te veel zorgen over te maken.

In lijn met vorige edities merken we een algemene stabiliteit in de resultaten op. Waar al verschillen waar te nemen zijn, zijn die eerder klein. De meest opvallende verschuiving vinden we in de omgang met cookies, waar men actiever lijkt mee om te gaan. De vraag naar meer inzicht, meer controle over het datadelingsproces en een beter beleid omtrent cookies sluit naadloos aan bij de kernambities van persoonlijke datakluisen.

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 1.1. BEZORGDHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Alles in acht genomen, kan het internet serieuze privacyproblemen veroorzaken	91%	94%	92%	93%	91%	87%	83%	89%	91%
In vergelijking met anderen ben ik meer begaan met hoe internetbedrijven met onze persoonlijke gegevens omgaan	32%	32%	34%	38%	41%	43%	37%	37%	38%
Voor mij is het zeer belangrijk om mijn privacy te beschermen van internetbedrijven	64%	61%	66%	72%	75%	85%	68%	73%	72%
Ik ben bezorgd over mijn online privacy	55%	56%	60%	68%	70%	75%	63%	65%	66%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. Online privacy. – minstens ‘akkoord’

TABEL 1.2. ATTITUDES OMTRENT GEGEVENSBESCHERMING, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2023	Totaal 2024
Mensen hebben wettelijke bescherming nodig tegen het misbruik van persoonlijke gegevens	89%	89%	92%	94%	93%	97%	93%	93%
Dat GDPR mijn gegevens beschermt	89%	88%	90%	90%	91%	90%	88%	90%
Dat organisaties me moeten zeggen hoe ze mijn persoonlijke gegevens gebruiken	93%	91%	92%	92%	93%	95%	92%	93%
Dat organisaties die mijn persoonlijke gegevens verwerken worden gecontroleerd	91%	94%	94%	95%	94%	96%	94%	94%
Dat organisaties worden gestraft wanneer ze mijn persoonlijke gegevens hebben misbruikt	96%	94%	96%	96%	95%	98%	96%	96%
Dat burgers info krijgen over hoe data wordt verzameld en verwerkt	89%	92%	95%	94%	94%	97%	94%	94%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. Online gegevensbescherming. Ik vind het belangrijk... – minstens ‘akkoord’

TABEL 1.3. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	60%	64%	69%	72%	73%	76%	72%	68%	70%
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen	65%	74%	75%	77%	79%	87%	73%	79%	78%
Ik vind het oké om persoonlijke gegevens te delen zolang ik daarvoor iets in de plaats krijg (bvb. Informatie en dienstverlening op maat)	52%	50%	47%	42%	37%	42%	42%	42%	44%
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	66%	68%	76%	80%	84%	88%	78%	79%	79%
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	51%	53%	56%	63%	62%	76%	59%	61%	63%
Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet (bv. Oude profielfoto's)	58%	50%	49%	44%	48%	55%	45%	51%	51%
Ik wil de mogelijkheid om bepaalde types gegevens niet meer te delen met organisaties of zelf al mijn data terug kunnen roepen	88%	84%	84%	85%	88%	91%	82%	86%	87%
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	68%	63%	73%	77%	78%	83%	71%	73%	75%
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy voorop plaatsen	37%	36%	36%	38%	43%	52%	37%	41%	42%
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	84%	87%	90%	89%	89%	90%	86%	87%	88%
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	77%	79%	80%	82%	86%	89%	80%	84%	83%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. Online privacy. – minstens 'akkoord'

TABEL 1.4. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	83%	71%	73%	78%	81%	82%	69%	72%	78%
Ik vraag om persoonlijke gegevens te verwijderen	16%	16%	20%	16%	8%	14%	/	11%	15%
Ik download bepaalde apps bewust niet	53%	62%	74%	78%	78%	81%	66%	70%	73%
Ik gebruik beveiligings- of anti-trackingsoftware	34%	27%	32%	40%	52%	53%	43%	40%	41%
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	38%	39%	49%	49%	51%	44%	38%	44%	45%
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	43%	55%	54%	46%	37%	22%	41%	42%	40%
Ik verwijder regelmatig cookies	42%	49%	55%	58%	68%	62%	51%	53%	57%
Ik pas de privacy settings (via 'instellingen') op mijn smartphone aan	23%	31%	37%	34%	32%	27%	29%	29%	31%
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	62%	49%	51%	50%	57%	58%	41%	46%	55%
Ik verwijder applicaties of accounts	32%	37%	38%	36%	39%	35%	32%	30%	36%
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	22%	16%	22%	25%	34%	35%	23%	25%	27%
Ik surf in 'incognito'-modus	40%	26%	23%	17%	10%	7%	16%	19%	18%
Ik gebruik valse informatie bij registratie	16%	11%	11%	9%	6%	3%	8%	9%	8%
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	19%	12%	17%	17%	21%	26%	13%	14%	20%
Ik gebruik een privacybrowser of privacyplug-in	14%	10%	12%	5%	7%	5%	6%	8%	8%
Ik gebruik een password-tool/ wachtwoordmanager	29%	23%	26%	22%	20%	19%	16%	19%	23%
Ik gebruik soms een VPN	29%	20%	24%	25%	24%	17%	18%	21%	22%
Ik onderneem geen acties	3%	1%	2%	2%	1%	1%	3%	2%	2%

Duid aan welke vaardigheden en gebruiken omtrent online privacy in onderstaande lijst jij toepast in je dagelijks leven. (Meerdere antwoorden zijn mogelijk.)

TABEL 1.5. PERSOONLIJKE ONGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Je deelt gemakkelijk gegevens in ruil voor gratis diensten of producten	34%	37%	35%	22%	12%	8%	24%	23%	22%
Je ligt niet wakker over hoe gegevens over jou worden verzameld en gebruikt	41%	33%	24%	16%	13%	12%	22%	22%	21%
Je deelt gemakkelijk gegevens om tijd te besparen	48%	46%	37%	28%	17%	10%	26%	26%	27%
Je deelt gemakkelijk gegevens om aangepaste aanbevelingen te ontvangen	21%	27%	23%	18%	12%	11%	21%	18%	18%
Transparantie over hoe jouw persoonlijke data wordt verzameld en gebruikt, is belangrijk	74%	73%	78%	77%	82%	83%	/	81%	79%
Je deelt gemakkelijk gegevens met bedrijven waar je al ervaring mee hebt	75%	70%	69%	65%	57%	51%	67%	64%	62%
De reputatie van een bedrijf beïnvloedt het al dan niet delen van jouw persoonlijke data	74%	68%	69%	64%	59%	59%	61%	66%	64%
Bij het delen van jouw persoonlijke data moet het duidelijk zijn welke voordelen voor jou hieraan verbonden zijn	74%	66%	74%	65%	62%	60%	57%	66%	65%

Hoe goed beschrijven volgende stellingen jou? - minstens 'akkoord'

TABEL 1.6. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik ga ervan uit dat internetbedrijven enkel geïnteresseerd zijn in hun eigen voordeel	78%	81%	85%	85%	83%	83%	77%	83%	83%
Ik denk dat internetbedrijven niet eerlijk zijn	52%	46%	48%	45%	41%	39%	43%	45%	44%
Ik denk dat internetbedrijven onbetrouwbaar zijn	42%	34%	36%	32%	30%	28%	30%	33%	33%
Ik denk dat internetbedrijven niet het beste met mij voor hebben	45%	45%	47%	42%	37%	38%	38%	41%	42%
Internetbedrijven zijn niet te vertrouwen	34%	30%	34%	29%	27%	27%	27%	30%	30%
Uiteindelijk willen internetbedrijven enkel maar winst maken met onze gegevens	72%	77%	77%	80%	77%	77%	77%	79%	77%
Grote internetbedrijven doen met onze gegevens wat ze willen	59%	52%	63%	65%	66%	68%	67%	64%	63%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens 'akkoord'

TABEL 1.7. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Vlaamse overheid	70%	64%	68%	69%	66%	72%	70%	65%	69%
Mijn gemeentebestuur	75%	61%	65%	66%	62%	72%	69%	65%	67%
Start-ups	11%	17%	10%	7%	3%	3%	9%	8%	8%
Ziekenhuizen	86%	81%	80%	79%	73%	80%	77%*	80%	79%
Aanbieders van gezondheidszorg (arts, tandarts,...)	87%	85%	82%	82%	75%	80%	77%*	81%	81%
Federale overheid	65%	59%	66%	66%	66%	73%	67%	62%	66%
Vlaamse commerciële mediabedrijven (bv. DPG Media)	24%	22%	22%	20%	20%	17%	24%	19%	20%
Vlaamse publieke mediabedrijven (bv. VRT)	36%	34%	41%	41%	38%	40%	43%	38%	39%
Internationale mediabedrijven (bv. Netflix)	28%	22%	20%	18%	13%	9%	20%	16%	16%
Online detailhandelaars (bv. Bol.com)	39%	34%	31%	34%	32%	25%	36%	30%	31%
Telecomproviders (bv. Proximus, Telenet)	50%	44%	36%	39%	43%	47%	47%	39%	43%
Banken en kredietmaatschappijen (bv. KBC)	70%	63%	60%	60%	62%	64%	65%	59%	63%
Verzekeringsmaatschappijen (bv. DVV)	56%	55%	53%	55%	55%	58%	56%	52%	56%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek (bv. Vlaamse liga tegen kanker, enz.)	45%	35%	29%	31%	34%	40%	34%	35%	35%
Sociale media-organisaties (bv. LinkedIn, Facebook, tiktok enz.)	8%	7%	4%	3%	4%	5%	8%	5%	5%
Internationale internetbedrijven (bv. Google, Microsoft, Amazon enz.)	15%	14%	10%	9%	11%	13%	15%	13%	12%
Universiteiten	79%	70%	58%	63%	49%	61%	64%	61%	62%

In welke mate vertrouw je volgende instellingen met jouw persoonlijke gegevens? - minstens 'vertrouw ik'

TABEL 1.8. GEVOELENS VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik voel me onzeker wanneer ik het internet gebruik	9%	9%	9%	11%	12%	16%	11%	12%	12%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat er gebeurt	40%	28%	31%	40%	35%	41%	31%	36%	36%
Ik begrijp niet alle veranderingen die op het internet plaatsvinden	34%	29%	32%	44%	47%	58%	45%	46%	43%
Het is moeilijk om alle risico's verbonden aan internetgebruik te begrijpen	65%	62%	68%	69%	71%	78%	64%	70%	70%
Het is moeilijk om mee te blijven met alle dingen die gebeuren op het internet	58%	53%	57%	69%	70%	79%	63%	66%	66%
Ik ben niet zeker dat ik alles juist doe wanneer ik het internet gebruik	43%	30%	37%	42%	44%	50%	42%	43%	42%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat ik moet doen	26%	24%	27%	32%	39%	44%	34%	35%	34%
Ik ben onzeker over wat er gebeurt met mijn persoonlijke gegevens op het internet	65%	54%	64%	68%	70%	77%	66%	67%	68%
Ik ben onzeker over wat diensten, die ik gebruik, doen met mijn persoonlijke gegevens	66%	55%	62%	70%	73%	77%	68%	66%	68%
Ik ben onzeker over wat andere gebruikers, die ik online tegenkom, doen met mijn persoonlijke gegevens	55%	47%	50%	56%	58%	68%	58%	57%	57%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens 'akkoord'

TABEL 1.9. GEVOELENS VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Uiteindelijk kan ik niet voorkomen dat anderen toegang hebben tot mijn gegevens	60%	51%	56%	51%	53%	57%	59%	54%	55%
Ik heb de macht niet om mijn persoonlijke gegevens degelijk te beschermen tegen alle mogelijke gevaren op het internet	62%	54%	57%	59%	63%	64%	60%	60%	60%
Als iemand vastberaden is om mijn persoonlijke gegevens te gebruiken, is er niks dat ik kan doen om hen te stoppen	53%	54%	60%	61%	57%	56%	58%	54%	57%
Zelfs als ik mijn gegevens probeer te beschermen, kan ik anderen niet beletten toegang ertoe te hebben	45%	44%	54%	55%	53%	52%	53%	50%	51%
Het zou naïef zijn te denken dat ik mijn gegevens op betrouwbare wijze kan beschermen	47%	58%	69%	68%	70%	72%	69%	65%	66%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens 'akkoord'

TABEL 1.10. GEVOELENS VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Het maakt geen verschil of ik probeer mijn gegevens online te beschermen of niet	21%	21%	21%	21%	19%	25%	24%	22%	22%
Ik heb het opgegeven om te proberen mee te zijn met huidige manieren om mijn persoonlijke gegevens online te beschermen	25%	26%	21%	22%	23%	25%	26%	23%	24%
Ik ben nonchalant met mijn persoonlijke gegevens online, omdat het onmogelijk is deze degelijk te beschermen	26%	20%	18%	15%	9%	9%	16%	15%	15%
Ik heb geen zin om veel tijd te spenderen aan gegevensbescherming op het internet	49%	43%	37%	30%	14%	15%	24%	25%	28%
Het heeft geen zin om te veel aandacht te spenderen aan het beschermen van mijn persoonlijke gegevens online	26%	23%	19%	15%	12%	12%	16%	16%	16%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens 'akkoord'

TABEL 1.11. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Een uitleg met informatie hoe de organisatie mijn persoonlijke data zal gebruiken	74%	63%	56%	62%	58%	65%	55%	63%	62%
Als het delen van persoonlijke data minder complex zou zijn	27%	23%	23%	22%	24%	26%	40%	22%	24%
Een opleiding over data die voorzien wordt door de overheid	15%	12%	11%	14%	14%	23%	11%	16%	16%
Duidelijke en stapsgewijze instructies over hoe persoonlijke data kunnen worden gedeeld op een veilige manier	35%	38%	38%	47%	51%	57%	50%	47%	46%
Hulp en duiding door een vriend, familielid of andere vertrouwenspersoon	24%	14%	9%	11%	16%	22%	13%	15%	16%
Een lokale training over het veilig delen van gegevens (bv. Georganiseerd door cultureel Centrum, bibliotheek, school, enz.)	19%	11%	13%	16%	24%	33%	15%	20%	21%
Niet van toepassing - Ik voel mij al comfortabel om persoonlijke data te delen	8%	9%	10%	8%	5%	4%	7%	6%	7%
Niet van toepassing - Niets kan mij meer comfortabel doen voelen om persoonlijke data te delen	9%	17%	18%	16%	20%	13%	5%	15%	16%

Wat zou je comfortabeler doen voelen om persoonlijke data te delen met bedrijven en overheden? Duid alle opties aan die van toepassing zijn (meerdere antwoorden mogelijk)

TABEL 1.12. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

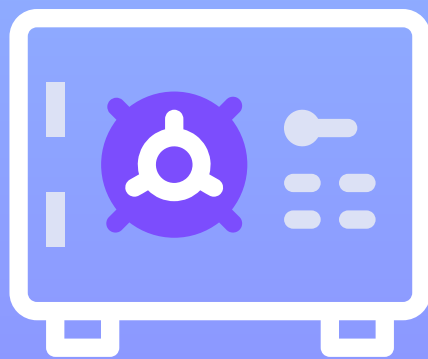
	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Leeftijdsgroep en geslacht	95%	92%	90%	89%	83%	76%	83%	86%	85%
Mening over producten en diensten	83%	84%	84%	82%	77%	73%	76%	82%	80%
Interesses	75%	74%	76%	72%	66%	56%	65%	69%	68%
Naam en e-mail	47%	45%	43%	40%	35%	35%	42%	40%	40%
Aankopen in het verleden	36%	44%	45%	38%	33%	25%	40%	36%	35%
Aankoopplannen	30%	36%	36%	24%	21%	15%	28%	26%	25%
Mediagebruik-gegevens (wat je leest, kijkt, luistert, etc)	38%	41%	39%	37%	29%	30%	26%*	34%	35%
Locatie (waar u bent)	9%	15%	11%	13%	13%	20%	19%	14%	14%
Berichten, foto's en contacten op sociale netwerken	10%	13%	11%	10%	8%	8%	13%	9%	10%
Gezondheidsgegevens	18%	15%	15%	13%	13%	12%	15%	15%	14%
Financiële gegevens (bv. Loonfiche, inkomen, belastingaanslag)	2%	6%	7%	6%	7%	6%	7%*	6%	6%
Bank- en kredietkaartgegevens	2%	5%	4%	5%	6%	6%	5%**	4%	5%
Gegevens bij culturele organisaties (vb. Vrije tijd)	37%	33%	36%	29%	24%	17%	31%	27%	28%
Je kredietwaardigheid	4%	6%	8%	6%	7%	5%	***	7%	6%

Wat zou je comfortabeler doen voelen om persoonlijke data te delen met bedrijven en overheden? Duid alle opties aan die van toepassing zijn (meerdere antwoorden mogelijk)

* Vraagstelling werd verduidelijkt met voorbeelden

** Vraagstelling werd licht gewijzigd

*** Niet bevroegd in 2022



HOOFDSTUK 4

PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN

PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN

Naar analogie met vorig jaar werd gekozen dezelfde representatietekst voor te leggen aan de respondenten. Deze tekst dient om op een begrijpelijke manier de verschillende functionaliteiten en doelstellingen van persoonlijke datakluisen mee te geven, en werd aan de respondenten getoond voordat ze vragen kregen over deze datakluisen. De representatietekst is raadpleegbaar in het addendum van dit hoofdstuk.

Net als in de voorgaande edities blijft de attitude van Vlaanderen tegenover persoonlijke datakluisen stabiel en positief. **7 op de 10** staat **overwegend positief** tegenover het gebruik van persoonlijke datakluisen, terwijl 37% (+3% tegenover 2023) er zelf een sterk positieve attitude op nahoudt. Slechts **de helft van de Vlamingen** ziet zichzelf ook persoonlijke datakluisen **gebruiken in de toekomst**. Hier merken we dus een verschil op tussen attitude en toekomstig gebruik. Sommige respondenten gaven aan in extra commentaar op het einde van de vragenlijst dat de mogelijke kosten van deze systemen adoptie voor hen kan tegenhouden. Anderen gaven aan een positieve attitude tegenover de idee te hebben, maar zien zichzelf het niet gebruiken door mindere technologische vaardigheden of minder concrete toepassingen in hun dagdagelijkse leven.

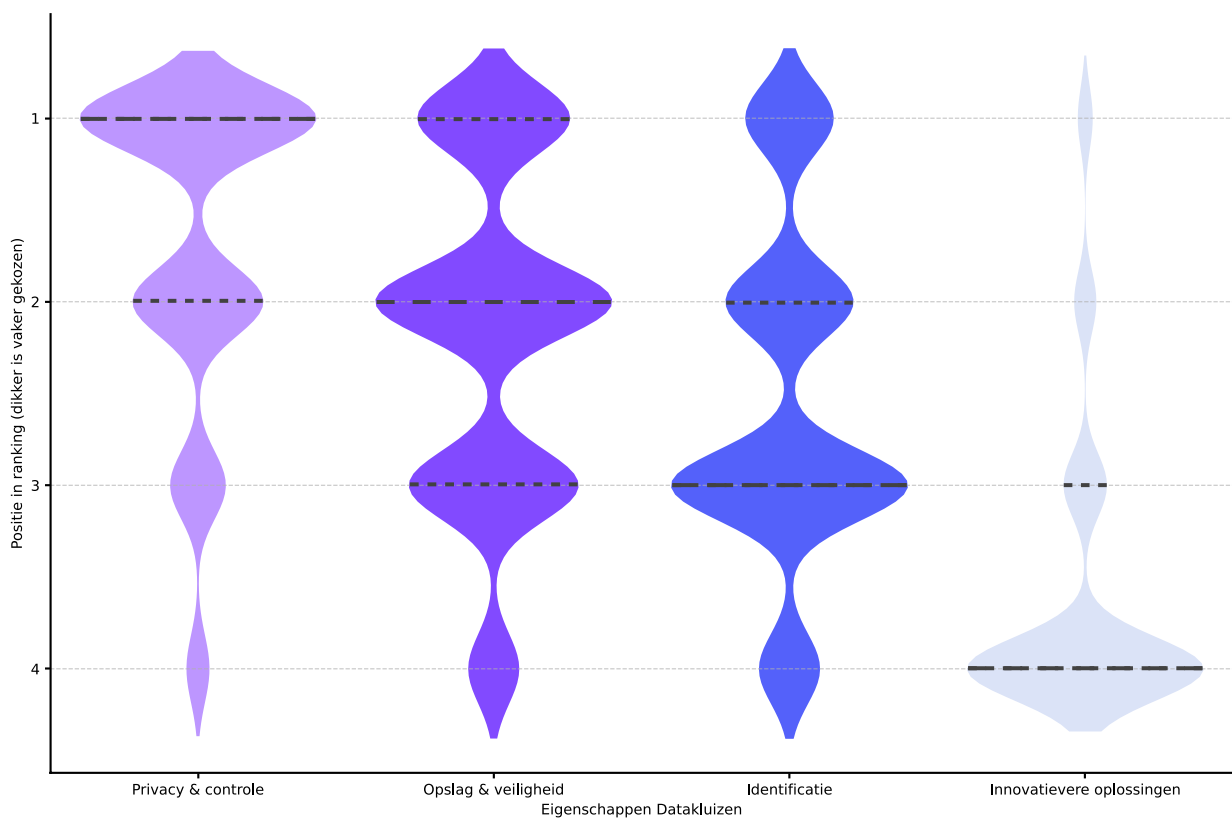
Het merendeel van de Vlamingen is ervan overtuigd dat ze met persoonlijke datakluisen bepaalde taken **eenvoudiger** (58%) en op een **snellere manier** (64%) kunnen voltooien. We merken een kleine achteruitgang op in de verwachtingen omtrent **gebruiksgemak**. 68% (-4% t.o.v. 2023) verwacht dat deze systemen leren gebruiken voor hen gemakkelijk zal zijn. Er is echter minder overtuiging dat datakluisen ook inherent leuk zijn om te gebruiken (37%). **Invoeden vanuit de sociale omgeving** en de **inschatting van de eigen vaardigheden** en de **toegang tot apparatuur** spelen ook een rol bij de acceptatie van persoonlijke datakluisen. Deze factoren blijven grotendeels stabiel tegenover voorgaande edities. We merken een kleine stijging (+4%) op bij Vlamingen die aangeven dat ze over de nodige apparatuur zouden beschikken om persoonlijke datakluisen te kunnen gebruiken (58%). De inschatting van de eigen kennis als voldoende blijft stabiel (56%), alsook de perceptie dat men hulp zou kunnen vragen aan anderen (57%). Wat de invloed vanuit de sociale omgeving betreft, merken we een lichte stijging op (+3% t.o.v. 2023) in de perceptie van anderen over persoonlijke datakluisen. Zo geeft 34% aan dat zij denken dat hun naasten persoonlijke datakluisen beschouwen als iets wat ze zouden moeten gebruiken.



Vertrouwen in datakluisen blijft een belangrijke factor: een grote groep is ervan overtuigd dat persoonlijke datakluisen een betrouwbare manier kunnen vormen om hun persoonlijke gegevens te beheren (68%), en hun privacy te helpen beschermen (64%). 2 factoren die bijdragen aan deze perceptie zijn de veiligheid van gegevens en de perceptie van controle over deze gegevens. Algemeen blijft de overtuiging aanwezig dat persoonlijke datakluisen meer controle over gegevens mogelijk kan maken (63%). Iets minder overtuigd zijn Vlamingen dat deze systemen hun gegevens volledig kan afschermen van anderen. De helft van de Vlamingen heeft er vertrouwen in gegevens in een datakluis niet door ongewilde partijen zal misbruikt worden, terwijl 31% gelooft dat andere partijen die data zouden kunnen inkijken.

In de representatietekst (zie addendum) werden mensen voorgesteld aan **4 centrale eigenschappen** van persoonlijke datakluisen: 'privacy & controle', 'opslag & veiligheid', 'identificatie', en 'innovatie'. Privacy en controle zijn fundamentele eigenschappen van persoonlijke datakluisen, maar er zijn ook andere

belangrijke elementen. Niet voor niets zit het woord 'kluis' in de term vervat: het is immers ook bedoeld als een plek waarin persoonlijke informatie opgeslagen kan worden op een veilige manier. Daarenboven kunnen datakluisen ook gebruikt worden als identificatiemethode over verschillende platformen heen. Tot slot heeft een data-economie die steunt op datakluisen als doel de ontwikkeling van nieuwe innovatieve oplossingen te faciliteren, door datastromen die voorheen afgesloten waren samen te brengen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het opslaan van gegevens over welke muziek je luistert en je kijkgeschiedenis, waarop een streamingdienst deze data kan gebruiken om jou een film met een soundtrack die jou mogelijks interesseert aan te raden.



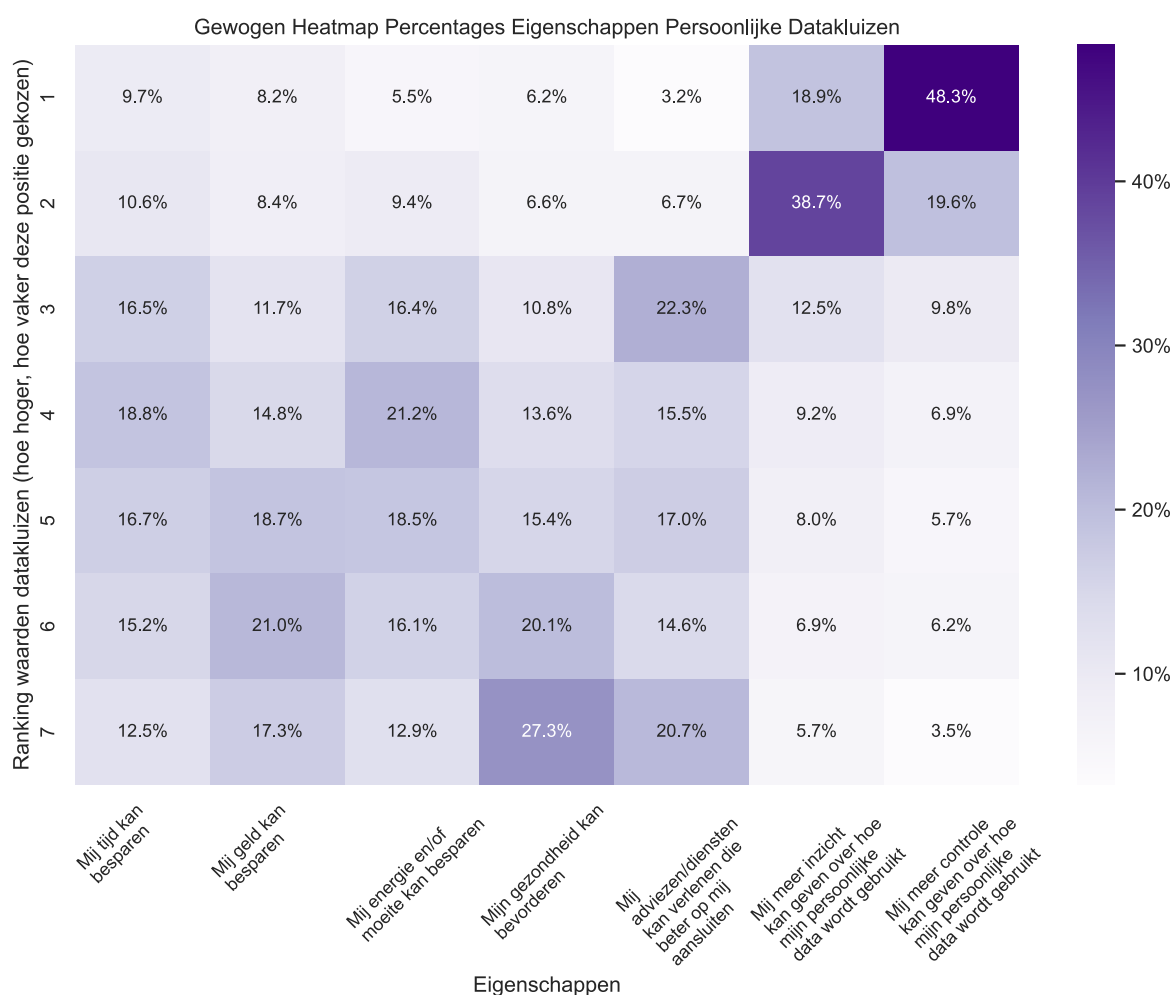
Privacy & controle blijft het belangrijkste argument

voor de Vlaming bij de initiële perceptie van datakluisen. Meer dan de helft van de Vlamingen zet privacy & controle op de eerste plaats, terwijl slechts 5% het als minst belangrijk beschouwt. Opslag & veiligheid wordt het vaakst op de tweede plaats gezet (38%), terwijl ook dit kenmerk zelden als minst belangrijk (9%) gerangschikt wordt. Een meer gematigd beeld krijgen we bij 'identificatie', dat meestal op plaats 2 (46%) of plaats 3 (25%) kampeert. Tot slot blijven de capaciteiten van persoonlijke datakluisen om bij te dragen tot innovatieve oplossingen een moeilijke inschatting voor mensen: 73% zet dit op de laatste plaats, terwijl slechts 5% dit als belangrijkste eigenschap beschouwt.

Met controle als belangrijkste eigenschap vroegen we Vlamingen in welke mate zij zich die controle zelf zien uitoefenen. Deze cijfers blijven evenredig met 2023: 61% wil zoveel als mogelijk zelf de controle uitoefenen, terwijl 32% zich graag laat ondersteunen

door een algoritme dat persoonlijke voorkeuren leert inschatten. Een kleine 7% laat dan weer graag de controle over aan een organisatie die hen vertegenwoordigt. Hoe jonger men is, hoe vaker men geneigd is zich te laten ondersteunen door een algoritme, terwijl de oudste groepen dan weer vaker opteren om zelf de controle uit te oefenen of hierin door een externe partij vertegenwoordigd te worden.

Mensen beheren voortdurend bronnen van persoonlijke waarde zoals tijd, geld, energie en gezondheid. Persoonlijke datakluisen kunnen als instrument hier toe bijdragen, alsook door meer persoonlijke adviezen te kunnen verlenen en inzicht en controle over het gebruik van je gegevens te verschaffen. **Controle blijft de belangrijkste impactfactor** voor de Vlaming. 48% zet deze factor op de hoogste positie en 20% zet deze op plaats twee. Steevast op de tweede plaats staat transparantie dat voor 39% plaats twee bekleedt, terwijl 19% deze dan weer als belangrijkste. Op de derde plaats staat het geloof dat men hiermee



tijd kan besparen, al zijn de meningen van belangrĳheid hierover meer verdeeld. Dit zien we ook weer-spiegeld in de overtuiging dat men energie of moeite kan besparen op plaats 4. Het besparen van geld scoort eerder laag. Dit heeft mogelijks te maken met de gestelde verwachting dat er een kostprijs aan persoonlijke datakluzen kan verbonden zijn en men onzeker is of die kost gerechtvaardigd is tegenover de besparingen die persoonlijke datakluzen zouden kunnen teweegbrengen. Wat betreft het leveren van persoonlijkere diensten of adviezen zijn de meningen wat meer verdeeld tegenover vorig jaar. 22% zet dit kenmerk op plaats 3, maar 21% zet deze eigenschap ook op de laatste plaats. Tot slot blijft het bevorderen van gezondheid het kenmerk waar men nog het minst overtuigd van is, al zien we wel een iets positiever beeld tegenover vorig jaar: 27% zet dit kenmerk op de laatste plaats, tegenover 34% vorig jaar. Dit resultaat hint op een voorzichtige stijging in het beeld van de algemene innovaties die persoonlijke datakluzen met zich mee kunnen brengen.

Tot slot werd er ook gekeken naar welke organisaties en sectoren de Vlaming vertrouwt als **aanbieder van persoonlijke datakluzen**. Hierbij valt op dat de Vlaamse Overheid het vertrouwen als datakluis-aanbieder herstelt. 65% vertrouwt hen als aanbieder, eenzelfde cijfer als 2022 en een stijging van 6% tegenover 2023. Zo wordt de Vlaamse overheid opnieuw de meest vertrouwde potentiële provider, nauwgezet gevolgd door ziekenhuizen (62%) en andere aan-

bieders van gezondheidszorg (64%). Ook de federale overheid maakt wat verloren terrein goed (62% tegenover 58% in 2023), terwijl universiteiten en wetenschappers dan weer een kleine terugval kennen tot 50% (-2%). Financiële instellingen zoals banken en kredietmaatschappijen (46%) en verzekeringsmaatschappijen (38%) winnen dan weer 3% aan vertrouwen terug, maar blijven onder eerdere niveaus behaald in 2022. De bodem blijft bezet door grote, internationale organisaties. Internationale internetbedrijven scoren 8%, terwijl sociale media-organisaties op slechts 3% blijven steken.

We concluderen dat het adoptiepotentieel van persoonlijke datakluzen in Vlaanderen in vergelijking met de voorgaande jaren stabiel is gebleven. Een overtuigende meerderheid van de Vlamingen staat nog steeds positief tegenover het concept, en de helft ziet zichzelf in de toekomst gebruik maken van datakluzen. Die stabiliteit is enerzijds bemoedigend, omdat het wijst op een blijvende genegenheid tegenover het idee. Anderzijds blijven er bezorgdheden rond de concrete toepassing van zulke kluzen, wat deze zullen kosten, hoe veilig ze zullen zijn en dergelijke meer. Dit blijft ervoor zorgen dat er een stevige kloof nog is tussen de attitude en de intentie tot toekomstig gebruik. Het blijft daarom wachten op concrete implementaties die persoonlijke datakluzen en hun capaciteiten dichterbij de Vlaming kunnen brengen.

ADDENDUM: REPRESENTATIE TEKST PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN

Verschillende digitale diensten slaan informatie over jou op. Denk hierbij aan je muziekvoorkeuren, je klikgedrag op advertenties, je contactgegevens, of je dagelijks aantal stappen. Deze gegevens worden doorgaans opgeslagen op servers in handen van grote (technologie)bedrijven. Hierdoor hebben deze grote spelers potentieel veel controle over jouw data en weten we vaak niet wat ze er exact mee doen.

Een persoonlijke datakluis als antwoord?

Wij willen vandaag polsen naar jouw interesse in **een alternatief** hiervoor. Een persoonlijke datakluis biedt je een **eigen online plek** voor al jouw persoonlijke gegevens.

De **kenmerken** van persoonlijke datakluisen omvatten:

- **Privacy & controle:** je bepaalt zelf welke data je deelt met wie en voor welke periode. Je kan ook telkens een overzicht raadplegen met wie je wat deelt en waarvoor.
- **Opslag & veiligheid:** je persoonsgegevens worden beveiligd en versleuteld opgeslagen. Je kan zelf kiezen waar je persoonlijke datakluis staat: bij een datakluisaanbieder naar keuze of op een eigen server.

- **Identificatie:** je kan met je datakluis ook inloggen op verschillende platformen. Zo hoef je niet op elke website een nieuw account aan te maken en vermijd je onnodige opslag van je persoonsgegevens op externe servers.
- **Innovatie:** Kleine en middelgrote bedrijven hebben vaak minder toegang tot persoonlijke informatie in vergelijking met de grote internetbedrijven (Google, Amazon,...). Door persoonlijke datakluisen kunnen ook kleine spelers - mits jouw toestemming - toegang krijgen tot deze gegevens en zo beter concurreren met de grote namen. Zo kunnen ontwikkelaars zich ook meer gaan onderscheiden op de kwaliteit van hun applicaties en diensten.

Hierdoor worden nieuwe toepassingen mogelijk, bijvoorbeeld:

- *Last van vermoeidheid? Deel de data van je slimme horloge (slaap, hartslag,...) met je huisarts en krijg persoonlijker gezondheidsadvies*
- *Verhuisd? Je hoeft niet bij elke online webwinkel je leveringsadres aan te passen. Éénmalig wijzigen in je datakluis volstaat.*
- *Vakantieplannen? Op basis van de reisgeschiedenis, interesses, voorkeuren en budget van jou en je reisgezel krijg je suggesties voor jullie droomvakantie.*

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 2.1. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Persoonlijke datakluisen gebruiken lijkt me een goed idee	77%	76%	76%	73%	67%	65%	70%	70%	71%
Persoonlijke datakluisen gebruiken lijkt me een verstandig idee	80%	75%	76%	73%	70%	66%	68%	71%	72%
Ik vind het een interessant idee om persoonlijke datakluisen te gebruiken	85%	78%	79%	73%	68%	59%	67%	72%	71%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.2. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik ben van plan persoonlijke datakluisen in de toekomst te gebruiken	63%	57%	57%	53%	46%	39%	49%	50%	50%
Ik zou altijd proberen persoonlijke datakluisen in mijn dagelijks leven te gebruiken	56%	51%	56%	50%	45%	39%	49%	48%	48%
Ik voorspel dat ik persoonlijke datakluisen zal gebruiken	60%	57%	59%	53%	44%	36%	49%	49%	49%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.3. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik zou persoonlijke datakluisen nuttig vinden in mijn dagelijks leven	78%	79%	73%	65%	64%	60%	70%	68%	67%
Persoonlijke datakluisen zouden het makkelijker maken om mijn taken te voltooien die belangrijk zijn	69%	65%	62%	57%	54%	47%	59%	57%	58%
Persoonlijke datakluisen zouden het mogelijk maken om bepaalde taken vlugger te vervullen	71%	76%	71%	66%	60%	52%	52%	64%	64%
Persoonlijke datakluisen gebruiken zou mijn doeltreffendheid verbeteren	69%	65%	63%	55%	51%	50%	51%	57%	55%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord

TABEL 2.4. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Leren hoe persoonlijke datakluisen te gebruiken zou gemakkelijk zijn voor mij	75%	77%	78%	70%	60%	59%	70%	72%	68%
De interactie met persoonlijke datakluisen zou voor mij helder en verstaanbaar zijn	76%	74%	73%	65%	53%	47%	64%	65%	62%
Persoonlijke datakluisen zou ik makkelijk in gebruik vinden	71%	68%	74%	62%	54%	46%	64%	63%	60%
Het zou gemakkelijk zijn voor mij om vaardig te worden in het gebruik van persoonlijke datakluisen	78%	78%	80%	69%	58%	55%	67%	69%	68%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.5. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me leuk	48%	42%	36%	35%	34%	36%	44%	39%	37%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me plezierig	36%	34%	28%	27%	22%	21%	33%	29%	27%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me entertainend	16%	18%	12%	14%	11%	11%	18%	15%	13%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.6. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik zou over de nodige apparatuur beschikken om persoonlijke datakluisen te kunnen gebruiken	68%	66%	69%	63%	51%	43%	56%	54%	58%
Ik zou de nodige kennis hebben om te weten hoe ik persoonlijke datakluisen moet gebruiken	65%	70%	68%	59%	51%	39%	56%	56%	56%
Ik heb het idee dat persoonlijke datakluisen compatibel zouden zijn met andere technologieën die ik gebruik	69%	72%	72%	60%	48%	39%	57%	55%	57%
Ik zou hulp kunnen krijgen van anderen wanneer ik moeilijkheden zou hebben om persoonlijke datakluisen te gebruiken	63%	61%	61%	57%	54%	51%	61%	57%	57%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.7. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Mensen die belangrijk voor mij zijn zouden denken dat ik persoonlijke datakluisen zou moeten gebruiken	50%	40%	38%	35%	27%	26%	37%	31%	34%
Mensen die invloed hebben op mijn gedrag zouden vinden dat ik persoonlijke datakluisen moet gebruiken	47%	32%	37%	30%	24%	25%	33%	30%	31%
Mensen wiens mening ik waardeer zouden het liever hebben dat ik persoonlijke datakluisen zou gebruiken	50%	39%	37%	36%	29%	31%	36%	34%	35%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.8. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik heb er vertrouwen in dat de informatie die ik in een persoonlijke datakluis zou opslaan, niet door ongeschikte partijen zal worden misbruikt	56%	52%	50%	54%	47%	52%	53%	50%	52%
Ik heb er vertrouwen in dat de privégegevens die ik in persoonlijke datakluisen zou opslaan, beveiligd zullen zijn	70%	64%	63%	65%	57%	54%	61%	61%	61%
Ik geloof dat ongepaste partijen de informatie, die ik zou opslaan in persoonlijke datakluisen, doelbewust kunnen bekijken	38%	33%	31%	31%	27%	31%	30%	32%	31%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.9. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over de informatie die ik in persoonlijke datakluisen opsla	76%	67%	68%	69%	56%	55%	66%	65%	63%
Privacyinstellingen van persoonlijke datakluisen zouden ervoor zorgen dat ik volledige controle zou hebben over de informatie die ik erin opsla	68%	61%	63%	62%	54%	51%	62%	60%	58%
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over wie de informatie, die ik in persoonlijke datakluisen bewaar, kan zien	69%	66%	65%	62%	53%	53%	64%	60%	60%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.10. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Het gebruik van persoonlijke datakluisen zou een betrouwbare manier zijn om mijn persoonlijke data te beheren	76%	71%	73%	70%	63%	62%	69%	69%	68%
Ik kan erop rekenen dat het gebruik van persoonlijke datakluisen, om mijn persoonlijke data te beheren, mijn privacy zal beschermen	76%	69%	68%	67%	57%	58%	62%	64%	64%
Ik heb het gevoel dat ik kan vertrouwen op het gebruik van persoonlijke datakluisen om mijn persoonlijke data te beheren	68%	64%	67%	65%	58%	55%	63%	63%	62%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw vertrouwen ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn: - minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 2.11. AUTONOMIE CONTROLE, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2023	Totaal 2024
zelf de controle uit te oefenen	39%	52%	59%	66%	69%	66%	62%	61%
zelf de controle uit te oefenen, maar met ondersteuning van een algoritme dat mijn persoonlijke voorkeuren leert kennen	55%	42%	35%	29%	25%	23%	31%	32%
de controle over te laten aan een betrouwbare organisatie die mij vertegenwoordigt	6%	6%	6%	5%	7%	11%	7%	7%

Persoonlijke datakluzen willen jou terug meer controle geven over wie en hoe jouw persoonlijke data gebruikt voor welk doel.

Hoezeer wil je zelf de controle over je persoonlijke data in handen nemen?

TABEL 2.12. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Vlaamse overheid	68%	63%	67%	66%	63%	63%	65%	59%	65%
Mijn gemeentebestuur	60%	48%	56%	54%	50%	54%	55%	52%	53%
Start-ups	11%	10%	9%	4%	2%	0%	8%	6%	5%
Ziekenhuizen	73%	61%	63%	64%	56%	60%	62%*	64%	62%
Aanbieders van gezondheidszorg (arts, tandarts,...)	69%	63%	63%	66%	60%	65%	62%*	63%	64%
Federale overheid	66%	56%	65%	63%	60%	63%	64%	58%	62%
Vlaamse commerciële mediabedrijven (bv. DPG Media)	15%	14%	16%	8%	8%	5%	13%	9%	10%
Vlaamse publieke mediabedrijven (bv. VRT)	21%	18%	20%	16%	17%	15%	22%	18%	17%
Internationale mediabedrijven (bv. Netflix)	16%	9%	11%	8%	5%	2%	9%	7%	7%
Online detailhandelaars (bv. Bol.com)	28%	13%	16%	13%	10%	9%	16%	12%	13%
Telecomproviders (bv. Proximus, Telenet)	30%	24%	21%	19%	17%	19%	26%	20%	21%
Banken en kredietmaatschappijen (bv. KBC)	59%	47%	44%	46%	43%	45%	51%	43%	46%
Verzekeringsmaatschappijen (bv. DVV)	45%	37%	38%	38%	36%	36%	42%	35%	38%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek (bv. Vlaamse liga tegen kanker, enz.)	23%	18%	15%	15%	17%	21%	21%	20%	18%
Sociale media-organisaties (bv. LinkedIn, Facebook, TikTok enz.)	4%	5%	5%	2%	1%	1%	5%	3%	3%
Internationale internetbedrijven (bv. Google, Microsoft, Amazon enz.)	14%	12%	10%	6%	4%	5%	10%	7%	8%
Universiteiten	70%	58%	51%	50%	39%	44%	58%	52%	50%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluizen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

* Ziekenhuizen en aanbieders van gezondheidszorg werden in 2022 samen bevroegd



HOOFDSTUK 5

GEBRUIKS- SCENARIO'S

INLEIDING

Ook dit jaar legden we de respondenten gebruiksscenario's voor, al kregen respondenten deze keer **slechts één van de mogelijke scenario's** te zien om de vragenlast voor participanten beperkt te houden. Het format van deze bevraging kende nog een aantal wijzigingen tegenover vorige editie. Media en mobiliteit werden behouden als thema's, waar bij media hetzelfde stramien volgde, maar de scenario-omschrijving meer werd afgebakend en de bevroegde datatypes aangepast werden op vraag vanuit de media die experimenteren met dergelijk scenario. Mobiliteit kent dan weer een ander verloop. Hier werden 4 korte scenario's voorgelegd die respondenten moesten rangschikken van belangrijk naar minst belangrijk. Over het scenario dat zij het meest prefereerden, kregen ze extra vragen. In dit rapport focussen we op de bereidheid per scenario om datatypes te delen en de uiteindelijke intentie tot gebruik.

Nieuw deze editie is het thema **AI-assistent**. Met de brede evolutie van generatieve AI gaan steeds meer stemmen op om beter te kunnen beheren welke data AI-assistent en kunnen gebruiken en hoe verregaand deze assistenten in de toekomst zouden kunnen zijn. Hier kunnen persoonlijke datakluisen een belangrijke rol in spelen. Dit scenario volgt eenzelfde procedure als media, maar kent enkele extra vragen die thema's als bereidheid tot betalen behandelen en welke redenen daartoe bijdragen of net tegenwerken.

AI-assistent en Media kennen tevens resultaten rond vertrouwen in persoonlijke datakluisen voor deze gebruiksscenario's. Hier wordt telkens gesproken over drie dimensies van vertrouwen: **betrouwbaarheid, functionaliteit en behulpzaamheid**.

- **Betrouwbaarheid:** overtuiging dat de technologie consistent goed zal (blijven) werken
- **Functionaliteit:** overtuiging dat de technologie alles kan wat de gebruiker ervan verwacht
- **Behulpzaamheid:** overtuiging dat de technologie ook effectief de gebruiker voldoende zal ondersteunen

Tot slot werd een korte blik op het concept data-coöperatieven geworpen. Hoewel dit geen rechtstreeks gebruiksscenario voor persoonlijke datakluisen inhoudt, kunnen datakluisen ook hier een belangrijke rol in vertolken om dergelijke samenwerkingsverbanden mogelijk te maken. Respondenten werden voorgesteld aan data-coöperatieven en breed gevraagd hun interesse hierin uit te drukken.

Onderstaande tabel representeert het aantal respondenten per gebruiksscenario:

AI-assistent	Media	Mobiliteit	Data-coöperatieven
642	638	634	586

We overlopen telkens de belangrijkste bevindingen per gebruiksscenario. Zoals gesteld wordt voor de scenario's AI-assistent en Media een extra overzicht met tabellen meegegeven. De behandeling van de scenario's rond mobiliteit en data-coöperatieven zijn beperkter in essentie, en er wordt dan ook gefocust op deze kernresultaten.

AI-ASSISTENT



Een persoonlijke datakluis zou in de toekomst een belangrijke rol kunnen spelen in de ondersteuning van een zogenaamde 'persoonlijke AI-assistent'. Zo'n assistent zal je bijvoorbeeld kunnen helpen bij het boeken van reizen, bij het monitoren van je gezondheid, bij het plannen van afspraken, bij het beheren van de toestellen in je huis of bij het rijden met je auto, enzovoort.

Een persoonlijke AI-assistent zal misschien ook constant met je kunnen praten en je zal er mogelijk een emotionele band mee opbouwen. De assistent zal je bijvoorbeeld kunnen opvrolijken wanneer je een 'dipje' hebt. Deze zaken lijken sinds ChatGPT niet meer compleet onmogelijk... Zeker als die assistent toegang kan krijgen tot jouw persoonlijke data via je persoonlijke datakluis. En dan hebben we het niet enkel typische gegevensstromen zoals data van je elektriciteitsmeter, maar ook over informatie die je mogelijk niet met om het even wie wil delen of wil delen met systemen op externe servers, zoals je gezondheidsdata, of je diepste verlangens en angsten.

Iets wat opvallend is dat een geavanceerde AI-assistent zoals in onze tekst voorgesteld door slechts 36% van de Vlamingen als persoonlijk nuttig beschouwd wordt. Hier zijn echter grote leeftijdsverschillen merkbaar: hoe jonger, hoe meer men dit scenario genegen is. Zo vindt 63% van de groep 18 tot 24-jarigen dit wel een relevant scenario voor hen, terwijl dit voor de 64-plussers slechts 24% bedraagt. Slechts 30% vindt de verhouding tussen wat men moet delen en wat het oplevert hier bijlijk.

Het algemeen geloof in de capaciteiten ligt wat hoger. Meer dan de helft gelooft dat een AI-assistent steunend op datakluisen hen tijd en moeite kan besparen, alsook betere adviezen of dienstverlening kan opleveren. Iets minder dan de helft gelooft dat ze hierdoor ook wat meer inzicht en controle verwerven over hoe hun persoonlijke data door deze AI-assistent worden gebruikt. Dat een AI-assistent geld kan besparen wordt slechts door 35% van de Vlamingen gevolgd. Vermoedelijk kan dit erop wijzen dat Vlamingen een kost voor zo'n AI-assistent verwachten.

DATA TYPE	Totaal
E-mailberichten	36%
Chatberichten	17%
Hartslaggegevens van je wearable	42%
Bewegingsdata van je wearable	43%
Sensorgegevens van slimme apparaten	37%
Medische attesten	38%
Verzekeringsdocumenten	34%
Belastingsformulier	30%
Alle bovenstaande types gegevens	10%
Geen van bovenstaande types gegevens	38%

Van de voorgelegde types data kiest 10% ervoor om alles te delen, terwijl 38% liever geen van de gegevens deelt. Wat betreft communicatie liggen chatberichten (17%) nog altijd aanzienlijk gevoeliger dan e-mails. Het minst gevoelig zijn hartslaggegevens (42%) en andere bewegingsdata (43%) van wearables. 30% of meer van de bevolking is bereid om documentatie zoals medische attesten, verzekeringsdocumenten en belastingformulieren te delen met de AI-assistent.

Als we naar de antecedenten van vertrouwen kijken in een AI context zien we een algemeen vrij lage score. Minder dan 1 op 3 Vlamingen vinden persoonlijke datakluisen in deze context betrouwbaar. Verder scoort functionaliteit gemiddeld 31%, wat inhoudt dat mensen voorzichtig staan tegenover functionaliteit van persoonlijke datakluisen in deze context. Ten slotte zien we een iets hogere score bij behulpzaamheid (37%), al impliceert ook dit resultaat dat er wel een lichte onzekerheid bestaat rond gebruiksondersteuning.

Algemeen ligt de intentie om een AI-assistent gekoppeld aan persoonlijke datakluisen te gebruiken eerder laag (24%), al ligt die bij de jongste groep bevroegden (18 tot 24 jaar) een stuk hoger met 44%.

Tot slot gingen we wat dieper in op de betalingsbereidheid voor zo'n AI-assistent. 14% zou bereid zijn te betalen voor de extra capaciteiten van deze assistent. Van deze groep zou 58% dat vooral doen voor de persoonlijkere toepassingen, terwijl de overige 42% zich vooral laat overtuigen door de privacykenmerken. Opvallend: terwijl een chatGPT 22,50 euro kostte op het moment dat de vragenlijst uitgestuurd werd en dit zo aan de respondenten gecommuniceerd werd, is deze groep slechts bereid maximaal 15,90 euro per maand te betalen voor zo'n AI-assistent. De groep die hier niet voor wenst te betalen doet dat eerder omdat ze er de meerwaarde niet van inzien (29%) of ze zichzelf het niet voldoende zien gebruiken om een kost te rechtvaardigen (35%). 14% behoudt privacy- en veiligheidszorgen, terwijl 17% de nauwkeurigheid en betrouwbaarheid van de AI-assistent initieel niet zou vertrouwen.



OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 3.3.1 PERSOONLIJKE RELEVANTIE AI-ASSISTENT , NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Gelieve aan te duiden in welke mate dit gebruiksscenario voor jou persoonlijk nuttig lijkt:	63%	44%	41%	34%	30%	24%	36%

Gelieve aan te duiden in welke mate dit gebruiksscenario voor jou persoonlijk nuttig lijkt - minstens 'eerder nuttig'

TABEL 3.3.2 GEPERCIPIERDE WAARDE AI-ASSISTENT , NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Dit scenario zou mij veel voordeel opleveren	39%	44%	32%	25%	18%	16%	27%
In dit scenario is er een goeie verhouding tussen wat ik moet doen, hoeveel ik moet delen, en wat ik ervoor terugkrijg	42%	45%	34%	29%	20%	20%	30%
In dit potentiële scenario zie ik meer voordelen dan nadelen	35%	36%	33%	20%	25%	20%	27%

Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn - minstens 'akkoord'

TABEL 3.3.3 PERCEPTIE IMPACT AI-ASSISTENT , NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Mij tijd kan besparen	72%	70%	57%	52%	40%	41%	53%
Mij geld kan besparen	55%	54%	39%	33%	27%	21%	35%
Mij energie en/of moeite kan besparen	80%	67%	65%	62%	42%	41%	56%
Mijn gezondheid kan bevorderen	45%	34%	31%	29%	21%	20%	28%
Mij adviezen/diensten kan verlenen die beter op mij aansluiten	70%	63%	55%	57%	44%	43%	53%
Mij meer inzicht kan geven over hoe mijn persoonlijke data wordt gebruikt	58%	56%	56%	49%	44%	42%	49%
Mij meer controle kan geven over hoe mijn persoonlijke data wordt gebruikt	54%	50%	48%	41%	38%	40%	44%

Ik geloof dat dit gebruiksscenario mogelijk gemaakt door persoonlijke datakluisen: - minstens 'eerder akkoord'

TABEL 3.3.4 INTENTIE TOT GEBRUIK DATAKLUIS AI-ASSISTENT , NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Ik ben van plan deze persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis in de toekomst te gebruiken.	44%	24%	25%	27%	16%	19%	24%
Ik zou altijd proberen een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis in mijn dagelijks leven te gebruiken.	41%	22%	24%	23%	8%	18%	21%
Ik voorspel dat ik een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis zal gebruiken.	37%	30%	29%	28%	14%	17%	24%

Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn - minstens 'akkoord'

TABEL 3.3.5 DELEN DATA AI-ASSISTENT, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
E-mailberichten	24%	23%	24%	23%	26%	30%	36%
Chatberichten	12%	9%	6%	6%	8%	4%	17%
Hartslaggegevens van je wearable	48%	39%	37%	35%	25%	22%	42%
Bewegingsdata van je wearable	45%	34%	37%	36%	32%	24%	43%
Sensorgegevens van slimme apparaten	25%	24%	28%	27%	29%	27%	37%
Medische attesten	27%	23%	27%	26%	28%	32%	38%
Verzekeringsdocumenten	20%	12%	21%	25%	22%	35%	34%
Belastingsformulier	12%	10%	17%	19%	25%	27%	30%
Alle bovenstaande types gegevens	10%	8%	11%	10%	7%	12%	10%
Geen van bovenstaande types gegevens	21%	44%	35%	38%	42%	41%	38%

Welke types data voel je je voldoende comfortabel mee om te delen met je favoriete mediaplatform voor persoonlijkere media-aanbevelingen? – Duid aan wat past

TABEL 3.3.6 VERTROUWEN TEGENOVER DATAKLUZEN MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Ik denk dat een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis een zeer betrouwbare technologie is om mij in mijn dagelijks leven te ondersteunen.	41%	32%	27%	26%	18%	28%	28%
Een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis zal me niet in de steek laten om me dagdagelijks te ondersteunen.	38%	33%	29%	32%	21%	23%	28%
Ik zou op een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis kunnen rekenen om ondersteuning te ontvangen.	45%	43%	37%	44%	27%	30%	37%
Ik denk dat een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis de functionaliteit heeft die ik nodig heb in mijn dagelijks leven.	46%	35%	27%	27%	20%	19%	27%
Een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis heeft de vereiste functies om mij te ondersteunen in mijn dagelijks leven.	46%	38%	33%	29%	24%	26%	31%
Over het algemeen heeft een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis de mogelijkheden die ik nodig heb om ondersteuning te ontvangen.	51%	45%	37%	33%	27%	28%	35%
Wanneer ik hulp nodig zou hebben, voorziet een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis in mijn behoefte.	57%	44%	37%	39%	23%	28%	36%
Aanbieders van persoonlijke datakluisen gekoppeld aan een persoonlijke datakluis, zouden me de online hulp bieden die ik nodig heb om taken effectief af te ronden.	57%	39%	40%	41%	22%	31%	37%
Wanneer ik zou vastlopen, heb ik het gevoel dat ik snel de hulp kan krijgen die ik nodig heb bij het gebruik van een persoonlijke AI-assistent gekoppeld aan een persoonlijke datakluis.	51%	46%	35%	42%	27%	31%	37%

MEDIA



Wanneer je media kijkt, leest of luistert, verzamelen mediaspelers gebruiksgegevens van jou. Met een persoonlijke datakluis behoud jij de controle over deze gegevens: jij bepaalt welke platformen toegang krijgen tot jouw gegevens en onder welke voorwaarden.

Het gebruik van een persoonlijke datakluis voor media maakt nieuwe zaken mogelijk binnen én buiten mediatoepassingen. Zo kun je bijvoorbeeld op basis van je streamgedrag relevante evenementen aanbevelen krijgen op een cultuurplatform als UiTinVlaanderen of stelt VRT MAX een serie voor die dieper ingaat op de tijdsgeest van een boek dat je onlangs uitleende.

Je beheert je gegevens centraal. Je hoeft dus niet langer telkens opnieuw in te loggen en je voorkeuren in te stellen bij elk online platform. Met hetzelfde profiel kun je navigeren tussen verschillende diensten. Dit resulteert in een gepersonaliseerde ervaring qua inhoud, vorm en selectie zonder dat je een (media)dienst eerst langdurig of intens hoeft te gebruiken.

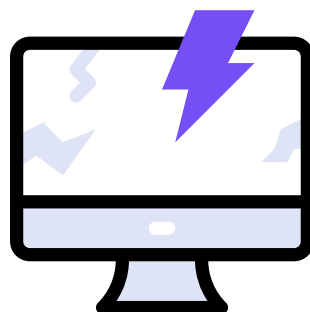
Dit mediascenario wordt als persoonlijk nuttig beschouwd door 61% van de Vlamingen. 43% vindt dat ze hier voordeel uit zouden halen, terwijl 52% vindt dat de verhouding van wat je daarvoor moet delen wel in orde is. Meer dan 6 op 10 is ervan overtuigd dat dit scenario hen tijd en moeite kan besparen, alsook betere persoonlijke aanbevelingen te genereren en inzicht en controle te verschaffen in de gegevens die daarvoor worden gebruikt. Dit ligt in lijn met het cijfer rond persoonlijke relevantie, maar opvallend hier zijn de leeftijdsverschillen. Vooral de meest jeugdigen zijn overtuigd van de besparing op tijd (18-24, 85%) en moeite (18-24, 78%). Deze cijfers liggen aanzienlijk lager bij de 64-plussers (respectievelijk 45% en 55%).

In de bereidheid tot datadeling valt op dat slechts 4% ervoor zou opteren alle voorgestelde gegevens te delen, terwijl 28% resoluut niks wil delen. Dat naam & leeftijd hoog scoren (67%) als basis voor identificatie hoeft niet te verbazen. Wat betreft het delen van gegevens van mediadiensten doen lokale spelers (50%) het beter dan de internationale streamingdiensten (34%). Locatiegegevens zoals je adres (13%) of je 'gelabelde' locatie (9%) liggen het gevoeligst.

DATA TYPE	TOTAAL
Je naam & leeftijd	67%
Je adres	13%
Je telefoonnummer	13%
Afkomstig van lokale mediadiensten (bvb. VRT Max, VTMGo, GoPlay)	50%
Afkomstig van internationale streamingplatformen (bvb Netflix, Prime Video, HBO Max)	34%
Eerdere aankopen in winkels met klantenkaart of in webshops	35%
Je "gelabelde" locatie (bvb. thuis, werk, school, onderweg)	10%
Je deelnames aan culturele evenementen (vb. UitPAS, concerttickets)	31%
Alle bovenstaande	4%
Geen van bovenstaande	28%

Dit jaar zien we een duidelijke toename in vertrouwen. Zo wordt de betrouwbaarheid van datakluisen door Vlamingen beoordeeld op gemiddeld 49%, een opmerkelijke stijging van 13% ten opzichte van vorig jaar. Ook de functionaliteit scoort hoog met gemiddeld 53%, wat erop wijst dat de functies van persoonlijke datakluisen steeds beter aansluiten bij de mediabehoefte. Tot slot wordt de behulpzaamheid gemiddeld gewaardeerd op 39%, waarmee dit aspect ruimte biedt voor verdere verbetering.

Hoewel het persoonlijk nut best hoog ligt, vertaalt dit zich ook hier niet steevast in een intentie om dit te gaan gebruiken in de toekomst. 30% ziet zich persoonlijke datakluisen inschakelen om controle te hebben over hun persoonlijke media-aanbevelingen. Niet verwonderlijk trekt dit scenario vooral jongeren aan. Bijna de helft van de jongeren ziet zich dit gebruiken in de toekomst, terwijl dit in de categorie 55-64 met 20% al aanzienlijk lager ligt. Bij de 64-jarigen gaat het om een grotere groep van 30%.



OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 3.3.1 PERSOONLIJKE RELEVANTIE GEBRUIKSSCENARIO MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Gelieve aan te duiden in welke mate dit gebruiksscenario voor jou persoonlijk nuttig lijkt:	78%	74%	69%	54%	51%	53%	61%

Gelieve aan te duiden in welke mate dit gebruiksscenario voor jou persoonlijk nuttig lijkt - minstens 'eerder nuttig'

TABEL 3.3.2 GEPERCIPIERDE WAARDE GEBRUIKSSCENARIO MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Dit scenario zou mij veel voordeel opleveren	70%	50%	47%	38%	34%	36%	43%
In dit scenario is er een goeie verhouding tussen wat ik moet doen, hoeveel ik moet delen, en wat ik ervoor terugkrijg	72%	65%	57%	44%	43%	44%	52%
In dit potentiële scenario zie ik meer voordelen dan nadelen	63%	61%	57%	45%	39%	39%	49%

Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn - minstens 'akkoord'

TABEL 3.3.3 PERCEPTIE IMPACT GEBRUIKSSCENARIO MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Mij tijd kan besparen	85%	74%	70%	61%	52%	45%	61%
Mij geld kan besparen	46%	40%	23%	19%	21%	17%	26%
Mij energie en/of moeite kan besparen	78%	79%	76%	58%	49%	55%	64%
Mijn gezondheid kan bevorderen	37%	29%	17%	16%	20%	18%	21%
Mij adviezen/diensten kan verlenen die beter op mij aansluiten	74%	75%	71%	62%	54%	51%	62%
Mij meer inzicht kan geven over hoe mijn persoonlijke data wordt gebruikt	64%	71%	57%	58%	56%	57%	60%
Mij meer controle kan geven over hoe mijn persoonlijke data wordt gebruikt	75%	77%	57%	62%	54%	56%	62%

Ik geloof dat dit gebruiksscenario mogelijk gemaakt door persoonlijke datakluisen: - minstens 'eerder akkoord'

TABEL 3.3.4 INTENTIE TOT GEBRUIK DATAKLUIS MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Ik ben van plan persoonlijke datakluisen voor een persoonlijkere media-ervaring in de toekomst te gebruiken.	52%	35%	27%	24%	20%	31%	30%
Ik zou altijd proberen persoonlijke datakluisen voor een persoonlijkere media-ervaring in mijn dagelijks leven te gebruiken.	48%	38%	40%	23%	19%	26%	31%
Ik voorspel dat ik persoonlijke datakluisen voor een persoonlijkere media-ervaring zal gebruiken.	49%	48%	40%	24%	24%	23%	33%

Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn - minstens 'akkoord'

TABEL 3.3.5 DELEN DATA GEBRUIKSCENARIO MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Je naam & leeftijd	71%	74%	71%	63%	58%	52%	67%
Je adres	1%	9%	8%	15%	11%	10%	13%
Je telefoonnummer	17%	5%	10%	13%	5%	12%	13%
Afkomstig van lokale mediadiensten (bvb. VRT Max, VTMGo, GoPlay)	51%	67%	61%	45%	35%	32%	50%
Afkomstig van internationale streamingplatformen (bvb Netflix, Prime Video, HBO Max)	56%	58%	45%	25%	16%	7%	34%
Eerdere aankopen in winkels met klantenkaart of in webshops	30%	35%	35%	33%	34%	26%	35%
Je "gelabelde" locatie (bvb. thuis, werk, school, onderweg)	1%	8%	3%	9%	5%	8%	10%
Je deelnames aan culturele evenementen (vb. UiTPAS, concerttickets)	28%	37%	36%	28%	17%	25%	31%
Alle bovenstaande	2%	5%	7%	5%	3%	1%	4%
Geen van bovenstaande	19%	18%	17%	24%	35%	44%	28%

Welke types data voel je je voldoende comfortabel mee om te delen met je favoriete mediaplatform voor persoonlijkere media-aanbevelingen? – Duid aan wat past

TABEL 3.3.6 VERTROUWEN TEGENOVER DATAKLUIZEN MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	34-44	45-54	55-64	64+	Totaal
Ik denk dat persoonlijke datakluzen een betrouwbare technologie zijn om gepersonaliseerde media-aanbevelingen te ontvangen.	72%	59%	60%	47%	43%	49%	53%
Persoonlijke datakluzen zullen me niet in de steek laten om gepersonaliseerde media- aanbevelingen te ontvangen.	66%	48%	42%	34%	34%	34%	41%
Ik zou op persoonlijke datakluzen kunnen rekenen om gepersonaliseerde media-aanbevelingen te ontvangen.	68%	71%	56%	46%	44%	44%	53%
Ik denk dat persoonlijke datakluzen de functionaliteit hebben om gepersonaliseerde media-aanbevelingen te ontvangen.	74%	61%	64%	54%	51%	48%	57%
Persoonlijke datakluzen zouden de vereiste functies hebben om gepersonaliseerde media- aanbevelingen te ontvangen.	79%	51%	58%	49%	45%	52%	54%
Over het algemeen zouden persoonlijke datakluzen de mogelijkheden bieden die ik nodig heb om gepersonaliseerde media-aanbevelingen te ontvangen.	62%	65%	52%	49%	44%	39%	50%
Wanneer ik hulp nodig zou hebben om gepersonaliseerde media-aanbevelingen te ontvangen, zouden aanbieders van persoonlijke datakluzen in mijn behoefte voorzien.	54%	56%	46%	42%	30%	34%	42%
Aanbieders van persoonlijke datakluzen zouden me de hulp bieden die ik nodig heb om taken (om gepersonaliseerde media-aanbevelingen te ontvangen) effectief af te ronden.	62%	47%	46%	40%	31%	34%	41%
Wanneer ik zou vastlopen, heb ik het gevoel dat ik snel de hulp kan krijgen die ik nodig heb van aanbieders van persoonlijke datakluzen.	53%	45%	35%	30%	20%	29%	34%

MOBILITEIT



Deze editie kregen we vanuit onderzoekers die werken rond fietsmobiliteit de vraag vier korte scenario's voor te stellen in de vragenlijst. Elk van deze scenario's kan mogelijk worden gemaakt door fiets- en routegegevens opgeslagen in een datakluis te delen. Respondenten kregen de vraag deze scenario's te rangschikken. Voor het scenario dat zij op 1 plaatsen werd hen vervolgens gevraagd aan te geven welke types data ze bereid waren hiervoor te delen. Deze scenario's luiden als volgt:

- **Automatische uitbetalingen fietsvergoeding dankzij een datakluis**

De woon-werkverplaatsingen die je maakt met je fiets, kunnen automatisch gekoppeld worden aan de uitbetaling van je fietsvergoeding. Dat spaart je weer wat tijd, want je zou je ritten niet meer manueel moeten registreren

- **Vlotter fietsverkeer dankzij een datakluis**

Je data kan anoniem gedeeld worden met wegbeheerders en beleidsmakers om zo het fietsbeleid te optimaliseren en de impact van bepaalde implementaties in de (weg)infrastructuur te meten.

- **Optimaliseren fietsbeleid- en infrastructuur dankzij een datakluis**

Je kan je real-time positie terwijl je met de fiets rijdt delen met slimme verkeerslichten, zodat je automatisch gedetecteerd wordt en je sneller groen licht kan krijgen als het regent bijvoorbeeld.

- **Inzicht in je gezondheid dankzij een datakluis**

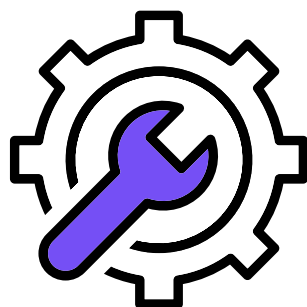
Je zou je fietsdata kunnen verrijken aan andere sportdata of andere applicaties die je gebruikt (bv een fitbit). Zo kan je nagaan wat de impact van je verplaatsingsgedrag is op je stressniveau, slaappatroon, ...en kan je tot betere inzichten komen.

Het automatisch uitbetalen van fietsvergoedingen scoort gemiddeld het hoogst in de ranking. 35% zet dit op plaats 1. Op de tweede plaats vinden we het optimaliseren van het fietsbeleid terug. 25% zet dit op plaats 1, terwijl 30% dit scenario op plaats 2 zet. Dit scenario wordt nauw gevolgd door het scenario met vlotter fietsverkeer (26% op plaats 1 en op plaats 2). Inzicht in je gezondheid werd beduidend lager gescoord: slechts 14% zet dit op plaats 1, terwijl 34% dit pas als laatste scenario verkiest.

	Automatische uitbetalingen fietsvergoeding dankzij een datakluis	Optimaliseren fietsbeleid- en infrastructuur dankzij een datakluis	Vlotter fietsverkeer dankzij een datakluis	Inzicht in je gezondheid dankzij een datakluis
Positie 1	35%	25%	26%	14%
Positie 2	24%	30%	26%	19%
Positie 3	19%	25%	23%	33%
Positie 4	22%	20%	25%	34%

Per scenario bevroegen we een aantal types data en keken we hoezeer mensen die dit scenario erg gene- gen zijn (op de eerste plaats gezet hebben) bereid waren deze te delen. In onderstaande tabel zien de resultaten er als volgt uit

	Automatische uitbetalingen fietsvergoeding dankzij een datakluis	Optimaliseren fietsbeleid- en infrastructuur dankzij een datakluis	Vlotter fietsverkeer dankzij een datakluis	Inzicht in je gezondheid dankzij een datakluis
Je real-time locatie	26%	31%	46%	39%
Jouw persoonlijke reisvoorkeuren (hoe je je het liefst verplaatst, welke routes je prefereert, etcetera)	41%	50%	36%	39%
De routes die je afgelegd hebt (bvb woon- werkverplaatsingen)	67%	55%	44%	42%
Prestatiegegevens op de fiets zoals je hartslag, vermogen (wattage), snelheid en cadans	36%	41%	35%	67%
Alle bovenstaande	14%	17%	12%	21%
Geen van bovenstaande	25%	27%	28%	24%

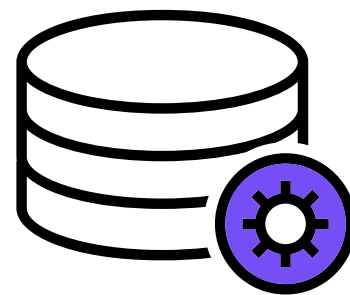


Het aantal bevrageden dat ondanks hun scenario-voorkeur liever geen gegevens deelt schommelt rond de 25%, terwijl het delen van alle gegevens varieert tussen de 12% en 21%. Opvallend is dat ondanks de laagste ranking voor het scenario rond inzicht in je gezondheid deze wel goed scoort op bereidheid om hiervoor data te delen. Eerder afgelegde routes en persoonlijke reisvoorkeuren scoren het hoogst over de scenario's heen. Prestatiegegevens scoren logischerwijs dan weer een pak hoger bij zij die gezondheidsinzichten vooropplaatsen.

	Automatische uitbetalingen fietsvergoeding dankzij een datakluis	Optimaliseren fietsbeleid- en infrastructuur dankzij een datakluis	Vlotter fietsverkeer dankzij een datakluis	Inzicht in je gezondheid dankzij een datakluis
Ik ben van plan persoonlijke datakluisen voor dit scenario in de toekomst te gebruiken	35%	35%	31%	37%
Ik zou altijd proberen persoonlijke datakluisen voor dit scenario te gebruiken	31%	27%	25%	37%
Ik voorspel dat ik persoonlijke datakluisen voor dit scenario zal gebruiken	34%	32%	29%	37%

Wanneer we kijken hoezeer Vlamingen die deze scenario's genegen zijn, ook effectief denken hiervoor datakluisen in de toekomst te gebruiken, zien we dat de cijfers hier variëren naar ongeveer 1 op 3. Ook hier scoort inzicht in je gezondheid als minst prioritaire scenario het best met 37%, terwijl vlotter fietsverkeer net wat minder kan algemeen overtuigen.

EEN BLIK OP DATA-COÖPERATIEVEN



Data-coöperatieven zijn **samenwerkingsverbanden** waarbij individuen hun persoonlijke gegevens bundelen en **gezamenlijk beslissen** hoe deze gegevens worden gebruikt. Deze aanpak draait om kernprincipes zoals autonomie, transparantie en controle, die ze delen met persoonlijke datakluisen. De combinatie van persoonlijke datakluisen en data-coöperatieven kan onder meer ondersteunend werken voor publieke waardecreatie, bijvoorbeeld door betere toegang tot gezondheidszorg te bieden via het delen van medische gegevens, duurzame mobiliteit te stimuleren door gezamenlijke inzet van mobiliteitsdata, en wetenschappelijk onderzoek te ondersteunen. Hierdoor wordt niet alleen bijgedragen aan de controle die individuen over hun data behouden, maar kan ook de maatschappelijke impact van datadeling worden vergroot.

Wij vroegen aan een subset van 586 respondenten of ze al van (data)coöperatieven gehoord hebben, welke gevoelens ze hiermee associëren en welke eigenschappen men het belangrijkste vindt. Tot slot werd via open vragen gepeild naar welke factoren een rol spelen in de mate van (des)interesse die respondenten tonen in deze organisaties.

Uit de resultaten blijkt dat de helft van de respondenten bekend lijkt te zijn met het concept van een "coöperatieve" of "coöperatie". 13% zegt reeds lid te zijn van een coöperatieve. Daarbij zijn er enkele verschillen tussen de respondentenprofielen zichtbaar. Pri-

vacy Pioniers lijken het meest vertrouwd te zijn met het concept (58,4%), terwijl Onbewogen Opportunisten een lagere bekendheid tonen (39,9%). Daarnaast lijkt er sprake te zijn van een leeftijdstrend: jongvolwassenen (18-24 jaar) en ouderen (55+ jaar) scoren hoger in bekendheid (respectievelijk 55% en 56%) dan respondenten in de groep van 25-34 jaar, waar de bekendheid significant lager uitvalt (32,6%).

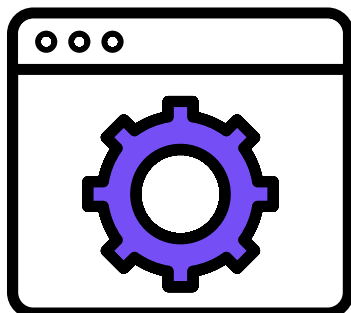
We stelden respondenten voor aan 7 kenmerken van data-coöperatieven en vroegen hen deze te rangschikken op belangrijkheid:

- Iedereen kan lid worden van de datacoöperatieve, als men wil helpen om een gezamenlijk doel te bereiken.
- Ieder lid heeft één stem en helpt mee met het besturen van de datacoöperatieve.
- Leden zijn eigenaar van de datacoöperatieve en delen mee in winst of verlies.
- De datacoöperatieve werkt zelfstandig, los van andere organisaties.
- Leden leren bij over wat "data" is, hoe het gebruikt kan worden, en hoe ze samen beslissingen hierover nemen.
- De datacoöperatieve werkt samen met andere coöperatieven.
- De datacoöperatieve steunt de lokale gemeenschap.

Uit analyse bleek dat de **democratische kenmerken** gemiddeld **het hoogst** scoorden. Het hebben van één stem per lid, deelname en eigenaarschap aan coöperatieven waarbij men deelt in winst en verlies scoren het hoogste. Dit wordt nauwgezet gevolgd door het kenmerk dat iedereen lid kan worden. Achteraan vinden we ondersteuning voor de lokale gemeenschap en het samenwerken met andere data-coöperatieven.

Uiteindelijk gaf 22% aan **geïnteresseerd** te zijn in data-coöperatieven. Respondenten die interesse toonden in data-coöperatieven gaven aan vooral gemotiveerd te worden door nieuwsgierigheid, het verwachte financiële of praktische voordeel, het gevoel van gemeenschap, de wens om bij te dragen aan maatschappelijke doelen zoals privacybescherming, en de kans om te leren en zichzelf te ontwikkelen.

Daarentegen werden **negatieve reacties** voornamelijk gekenmerkt door een gebrek aan tijd, interesse of kennis, of door het gevoel dat deelname te complex of tijdrovend is. Daarnaast lijken zorgen over de veiligheid en effectiviteit van data-coöperatieven, evenals het idee dat deelname geen persoonlijke meerwaarde biedt, een rol te spelen. Ook privacyoverwegingen en de controle over eigen data blijken redenen te zijn waarom sommige respondenten niet geneigd zijn deel te nemen. Voor een deel van de respondenten lijkt de onbekendheid met data-coöperatieven tot een afwachtende houding te leiden.





HOOFDSTUK 6

PROFIELEN

PROFIELEN

Onze SOLID-profielen representeren een segmentering van de Vlaamse bevolking die rekening houdt met 4 parameters:

- Attitude ten opzichte van technologie
- Attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen
- Bezorgdheid omtrent online privacy
- Institutioneel vertrouwen

Deze parameters worden opgesteld op basis van de geaggregeerde antwoorden op de vragenlijst. Deze segmentering helpt ons bepalen welke groepen het meeste adoptiepotentieel voor persoonlijke datakluisen vertonen en aan welke kenmerken zij voldoen.

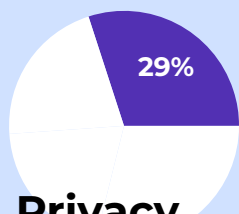
Dit jaar werd verder gebouwd op de 4 groepen die we in 2023 konden onderscheiden. Deze groepen waren de 'Privacy Pioniers (25%), de 'Argwanende Achterblijvers (23%), de Losbandige Liefhebbers (28%) en de 'Onbewogen Opportunisten' (24%).

Dit jaar startte de segmentering vanuit dit uitgangspunt. Toch werd er een verschuiving in de aantallen en de onderliggende verklaring waargenomen. Na

diepere analyse bleek dat sommige grenzen sterker afgebakend werden. Zo zijn de Losbandige Liefhebbers kleiner geworden, maar hebben zij een deel van de zwakkere privacy pioniers en meer laissez-faire opportunisten meegenomen. Zo is het niveau van privacybezorgdheid bij de opportunisten toch een stuk vooruitgegaan. Omwille van die reden werd de beschrijving herbekeken en werd besloten hen om te dopen tot 'Onbewogen Opportunisten', als verwijzing naar hun eerder passieve houding, ondanks hun nu grotere bezorgdheid. Ook andere kleine wijzigingen zijn merkbaar. Zo zijn de Privacy Pioniers een grotere groep geworden en staan zij nu het meest positief tegenover persoonlijke datakluisen, terwijl dit in 2023 nog de Losbandige Liefhebbers (zij het met miniem verschil) waren.

Hoewel er nu een duidelijkere afbakening is, blijft het belangrijk te beseffen dat niemand perfect in één hokje past, en dit eerder om een spectrum gaat. Wil jij weten met welk profiel jij het meest overeenkomt? Doe dan de imec.jouwdataprofiel test! (<https://www.imec.jouwdataprofiel.be/>)

PRIVACY PIONIERS



Privacy Pioniers

tech-minded - bekommerd - kritisch

Attitude tov technologie



Privacybezorgdheid



Attitude tov persoonlijke datakluisen



Institutioneel Vertrouwen



LAT-relatie

haat-liefdeverhouding



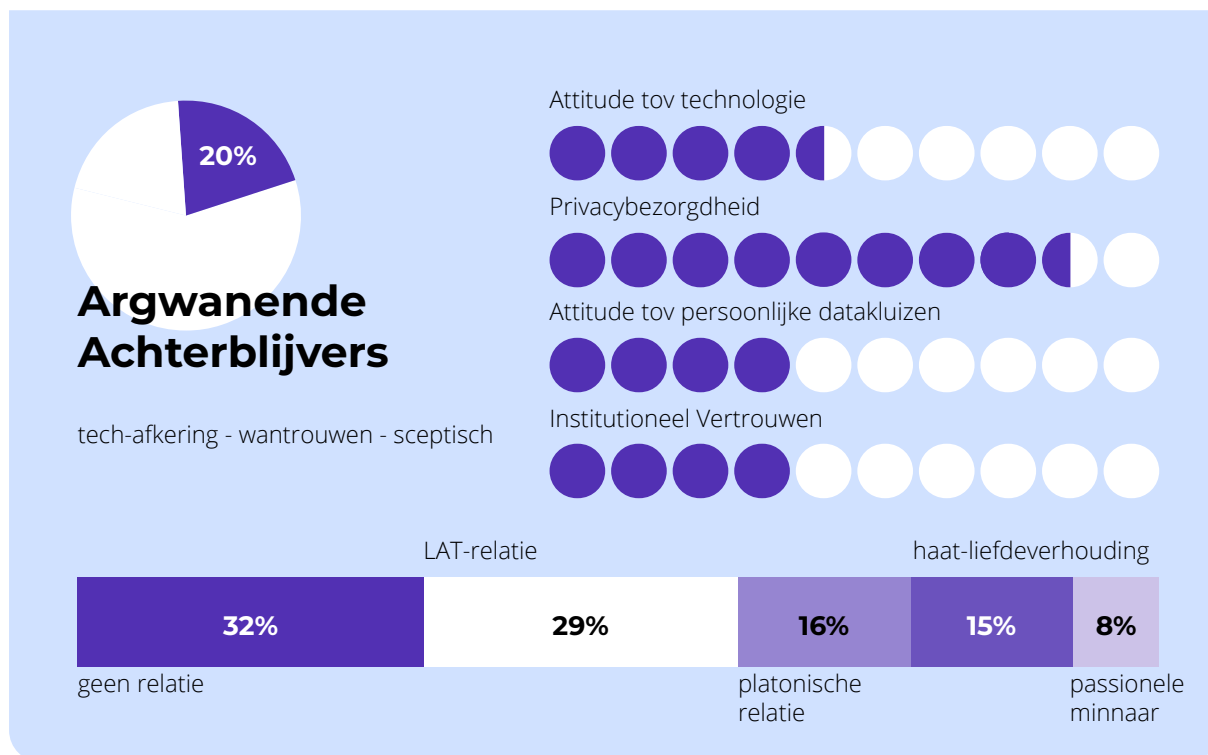
29% van de Vlamingen kunnen bestempeld worden als 'Privacy Pioniers'. Deze groep heeft een overwegend positieve houding tegenover technologie, is technisch vaardig en staat open voor innovaties. Tegelijkertijd hanteren ze een kritische blik op technologie en maken ze zich zorgen over hun online privacy. Vergeleken met andere segmenten zijn Privacy Pioniers het meest overtuigd van het belang van wettelijke bescherming van privacy en de noodzaak voor organisaties om verantwoording af te leggen over het gebruik van persoonsgegevens.

Privacy Pioniers ondernemen gemiddeld de meeste acties om hun privacy te beschermen. Ze maken

daarbij niet alleen gebruik van basisstrategieën, maar kiezen ook vaker voor geavanceerde technieken, zoals het gebruik van een VPN of het surfen in de incognito-modus. Hoewel ze bereid zijn data te delen, staan ze vaker stil bij de mogelijke gevolgen hiervan en benaderen ze internetbedrijven met een zekere mate van wantrouwen. Ze streven naar inzicht en controle over hoe hun persoonlijke gegevens worden gebruikt.

Deze groep staat het positiefst tegenover persoonlijke datakluisen en ziet het potentieel hiervan in. Hun voornaamste motivatie om hiermee aan de slag te gaan is de extra controle die persoonlijke datakluisen hen kunnen bieden.

ARGWANENDE ACHTERBLIJVERS



Ongeveer 20% van de totale steekproef valt onder het segment van 'Argwanende Achterblijvers'. Deze groep voelt zich minder verbonden met digitalisering en technologie, ervaart vaak een gebrek aan technologische vaardigheden en heeft moeite om bij te blijven met de snelle technologische ontwikkelingen. Dit profiel omvat gemiddeld een iets ouder publiek, wat ook bijdraagt aan hun terughoudende houding ten opzichte van technologie.

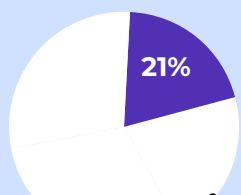
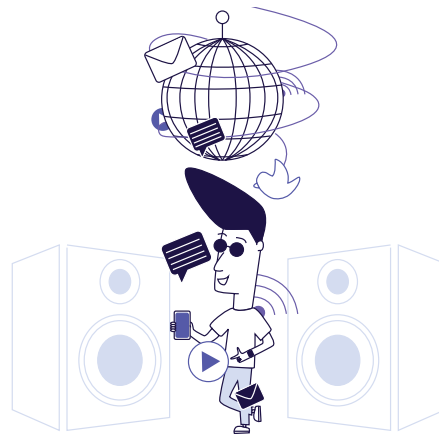
Argwanende Achterblijvers staan het meest wantrouwig tegenover de digitale evolutie en hebben grote zorgen over privacy. Hoewel ze sterk verschillen van de Privacy Pioniers, delen ze de overtuiging dat privacy wettelijke bescherming verdient en dat organisaties verantwoordelijk moeten worden gehouden voor misbruik van persoonsgegevens. Deze groep probeert hun privacy te beschermen, maar door hun

beperkte technologische vaardigheden kiezen ze voornamelijk voor eenvoudige maatregelen, zoals het weigeren gegevens te delen of regelmatig wachtwoorden te wijzigen.

In vergelijking met andere segmenten hebben Argwanende Achterblijvers het meeste wantrouwen tegenover internetbedrijven. Ze voelen zich vaak onzeker en machteloos in de huidige data-economie en zijn daardoor het minst geneigd om data te delen met externe partijen.

Deze groep gelooft dat er weinig maatregelen zijn die hen comfortabeler kunnen maken met het delen van gegevens. Persoonlijke datakluisen weten hen ook niet te overtuigen. Voor veel leden van dit profiel lijkt het idee van een datakluis slechts een zoveelste, complexe technologische innovatie en ontbreekt het geloof in de effectiviteit ervan.

LOS BANDIGE LIEFHEBBERS



Losbandige Liefhebbers

tech-minnaars - laissez-faire - curieus

Attitude tov technologie



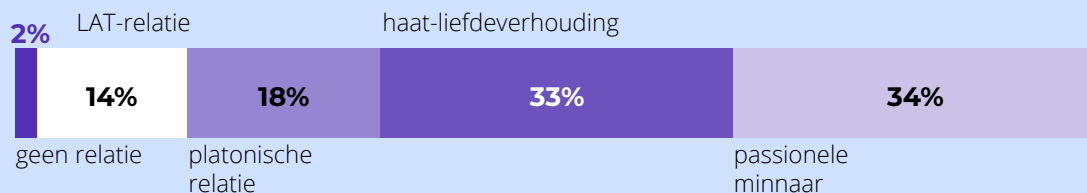
Privacybezorgdheid



Attitude tov persoonlijke datakluisen



Institutioneel Vertrouwen



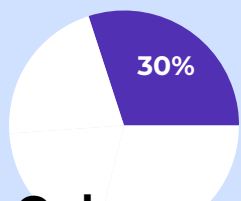
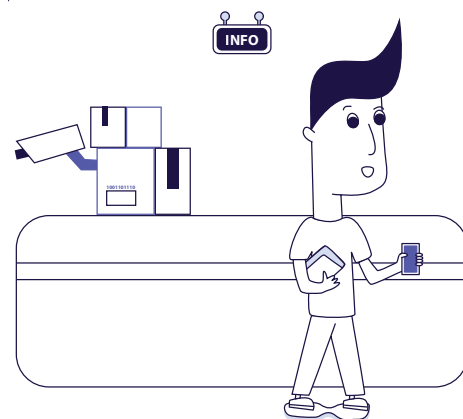
21% van de totale steekproef valt onder het segment 'Losbandige Liefhebbers'. Deze groep voelt zich volledig thuis in de digitale wereld, omarmt nieuwe technologieën met enthousiasme en beschikt over sterke technologische vaardigheden. In tegenstelling tot de Privacy Pioniers en Argwanende Achterblijvers maken zij zich minder zorgen over online privacy. Hoewel ze openstaan voor een maatschappij waarin transparantie en controle over gegevens wordt gestimuleerd, is dit voor hen geen prioriteit in hun technologiegebruik.

Losbandige Liefhebbers zijn fervente datadelers en worden minder geremd door wantrouwen in grote internetbedrijven. Ze voelen zich zelfverzekerd in hun online activiteiten en ondernemen zeker ook privacy-

beschermende acties, maar minder dan de Privacy Pioniers of Argwanende Achterblijvers.

Deze groep staat zeer positief tegenover persoonlijke datakluisen en zijn geneigd deze snel te adopteren. Hun nieuwsgierigheid naar nieuwe technologieën vormt een sterke drijfveer. Voor hen vormt geen enkel specifiek kenmerk van datakluisen een doorslaggevende motivatie. Ze waarderen de privacy- en controlewinst als een 'mooie bonus', maar zijn ook nieuwsgierig naar hoe persoonlijke datakluisen hun leven kunnen vereenvoudigen en welke innovatieve mogelijkheden deze technologie hen kan bieden. Binnen dit segment staat een groter deel van de groep ook open om privacy-instellingen in datakluisen mee te laten beheren door een algoritme.

ONBEWOGEN OPPORTUNISTEN



Onbewogen Opportunisten

tech-tolerant - berusting - afwachtend

Attitude tov technologie



Privacybezorgdheid



Attitude tov persoonlijke datakluisen



Institutioneel Vertrouwen



Dit profiel kenmerkt zich door een terughoudende houding ten aanzien van technologie en een beperkt zelfvertrouwen in hun technologische vaardigheden. In tegenstelling tot de Argwanende Achterblijvers zijn zij echter minder wantrouwig tegenover digitalisering. Ondanks hun meer terughoudende technologische houding vermijden zij niet actief nieuwe innovaties, maar staan ze er wel voor open.

Ook zij ervaren een zekere erkenning en bezorgdheid rond online privacy en data delen, maar voor hen is dit een minder prioritair probleem. Hierdoor vertaalt hun attitude zich niet zozeer in veel meer privacy-beschermende acties of ander aangepast gedrag.

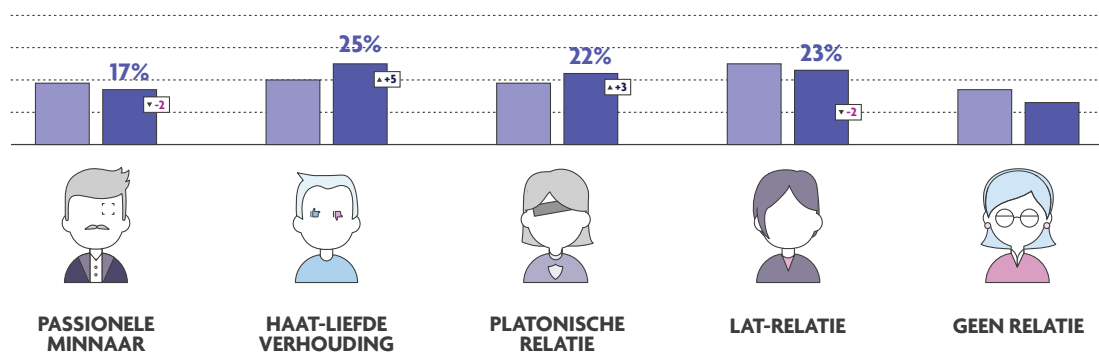
Ook hun vertrouwen in organisaties is niet blind. Ze hebben een pak minder vertrouwen in organisaties in hoe die met hun gegevens omgaan in vergelijking met

de Losbandige Liefhebbers en staan zelfs kritischer dan Privacy Pioniers tegenover bepaalde sectoren. Toch laten ze zich hierdoor in het algemeen minder actief beïnvloeden in hun attitude en gedrag online.

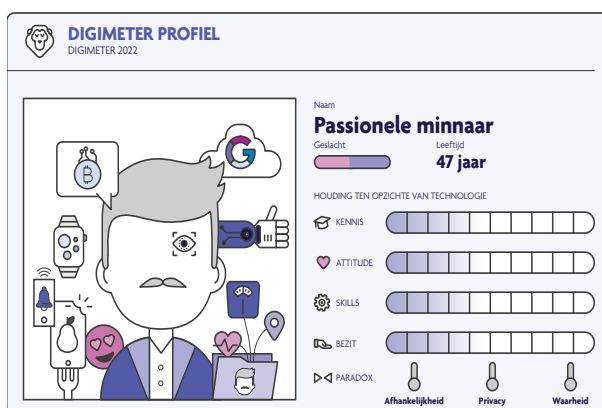
Wat betreft persoonlijke datakluisen zijn ze opportunistisch. Hoewel er voor hen geen dringende reden lijkt om datakluisen te omarmen, krijgt het idee toch het voordeel van de twijfel. Ze willen in principe controle over hun eigen data behouden, maar het is niet verrassend dat dit profiel het meest geneigd is om te overwegen deze controle aan een derde partij over te dragen.

ADDENDUM: DIGIPROFIELEN

Sinds 2009 monitort imec.digimeter¹ niet alleen de voornaamste evoluties inzake bezit en gebruik van technologie, maar vooral ook attitude ten aanzien van technologie in Vlaanderen. Op het kruispunt van al die trends ontwikkelen we in het imec.digimeter rapport daarom elk jaar een typologie van vijf Vlaamse digimeter profielen. De vijf profielen verschillen van elkaar op drie vlakken: de relatie die ze voorbij jaren hebben opgebouwd met technologie, de mate waarin ze worstelen met technologieparadoxen en de mate waarin ze worden geconfronteerd met de digitale kloof.

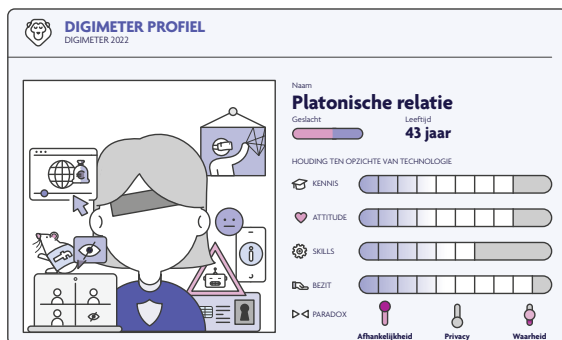
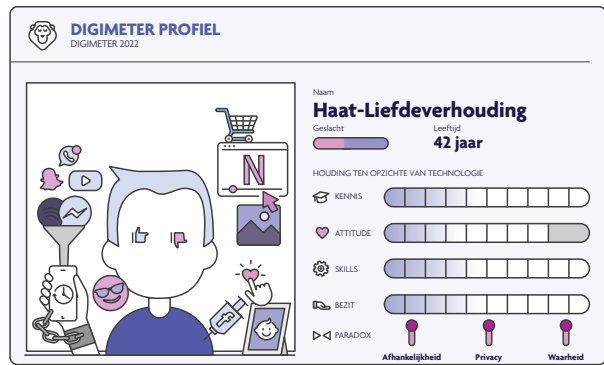


Het eerste profiel is de 'Passionele minnaar' (17%, -2). Dit is een segment van zogenaamde 'innovators' en 'early adopters' dat technologie in al zijn facetten omarmt en nauwelijks nadelen ziet of bezorgdheden ervaart met betrekking tot digitalisering. Met een hoge kennis van zowel bestaande als aankomende technologie zijn ze zich wel bewust van de potentiële gevaren ervan. Toch hebben ze voldoende vertrouwen in de eigen vaardigheden om die mogelijke gevaren onder controle te houden. De technologie van morgen (AI, metaverse,...) is hen niet onbekend en ook niet onbemind. Ze staan opvallend positief en het minst negatief tegenover alles wat technologie te bieden heeft. Ze kijken reikhalzend uit naar wat het hen zal brengen en willen bij de eersten zijn om het te gebruiken.



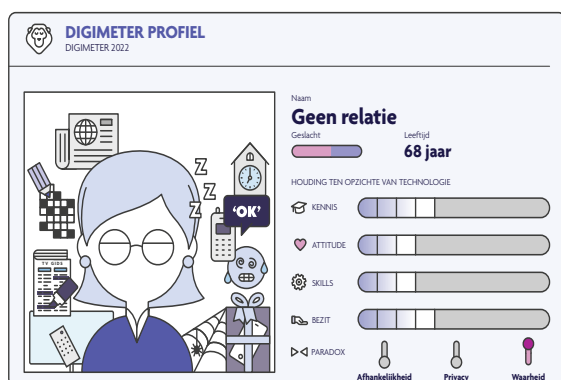
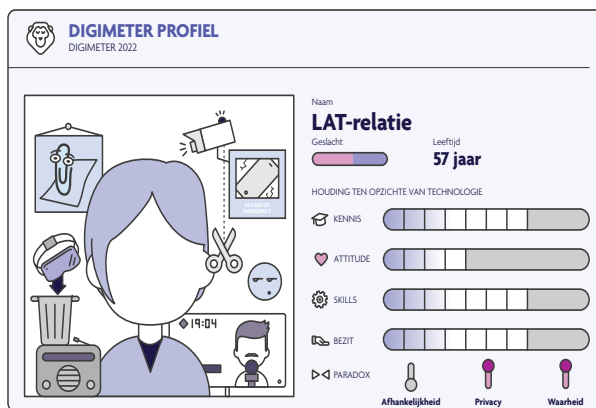
1 <https://www.imec.be/nl/kennisuitwisseling/techmeters/>

Er sluipt meer twijfel in onze relatie met technologie (zie 2.1 Technologieparadoxen). Dat is ook wat het volgende segment typeert. Het tweede profiel is de 'Haat- Liefdeverhouding' (25%, +5). Zij staan even positief ten aanzien van technologie en willen heel graag even digitaal zijn als de 'Passionele minnaar'. Tegelijkertijd worstelen zij het meest van alle profielen met de eerder beschreven technologieparadoxen. Daardoor staan ze tegelijkertijd negatiever en kritischer tegenover technologie. Dit profiel groeit het sterkst, wat lijkt aan te geven dat een paar 'verliesprocenten' van de 'Passionele minnaar' naar dit profiel verschoven zijn.



Het merendeel van die jongeren vinden we terug in het profiel 'Platonische relatie' (22%, +3). Het platonische label beschrijft het verlangen dat dit profiel heeft om meer interactie te hebben met technologie, zonder deze vandaag al vaak te gebruiken. Dit profiel kijkt met verlangen naar technologie, maar slaagt er niet in om zich er volledig aan over te geven. Dat komt onder andere door een gebrek aan kennis, vaardigheden en vertrouwen. Verder zien we ook sterke negatieve attitudes en een opvallende worsteling met de afhankelijkheidsparadox. Daardoor voelen ze zich sneller overdonderd en geïntimideerd door technologische ontwikkelingen. Deze ontwikkelingen volgen kaartesnelopendeterminologie vinden ze dikwijls te complex. Deze groep is meer dan anderen bang om fouten te maken. Daardoor gaat men vaker vermijdingsgedrag tegenover technologie vertonen.

Het vierde profiel 'LAT-relatie' (23%, -2) omarmt technologie niet helemaal. Dit profiel bouwt meer afstand in ten aanzien van technologie omdat ze zich bewust zijn van de nadelen ervan. Ze kampen net als de groep met een 'Haat-Liefdeverhouding' en diegenen met een 'Platonische relatie' met de technologieparadoxen en de bijhorende twijfels. Deze drie groepen samen zijn goed voor 70% (+6) van de Vlamingen. Dit wil zeggen dat de grote meerderheid van de Vlamingen met technologieparadoxen worstelt. Vlamingen met een 'Haat-Liefdeverhouding' of een 'Platonische relatie' krijgen de worsteling met deze paradoxen zelf niet onder controle. Daarom zullen zij geholpen moeten worden. Bij het vierde segment 'LAT- relatie' is dit niet het geval. Zij lijken dit zelf wél onder controle te krijgen door bewust een bepaalde afstand van technologie te creëren. Vanuit hun hoge kennis van en vaardigheden met technologie kunnen ze een duidelijke lijn trekken om zichzelf niet té afhankelijk te maken van technologie. Zo leggen ze zichzelf vaker regels op qua schermtijd en zullen ze voorzichtig zijn omtrent hun online privacy.



Het laatste profiel is het profiel 'Geen relatie' (13%, -4). Zoals de naam doet vermoeden, heeft dit profiel geen of een beperkte relatie met technologie weten te ontwikkelen. Sociodemografisch is dit het segment waar we het meeste ouderen en mensen met een lager inkomensniveau zien. Vooral omwille van een gebrek aan toegang en vaardigheden bevinden zij zich aan de verkeerde kant van de digitale kloof. Hoewel deze groep qua omvang krimpt, mogen we niet automatisch concluderen dat de digitale kloof verkleint. Mogelijks verschuift het gewicht naar de kloof op het vlak van 'vaardigheden' en 'attituden' (zie 2.2 Digitale Kloof)

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 4.1.1. BEZORGDEHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Alles in acht genomen, kan het internet serieuze privacyproblemen veroorzaken	98%	94%	84%	87%	83%	89%	91%
In vergelijking met anderen ben ik meer begaan met hoe internetbedrijven met onze persoonlijke gegevens omgaan	56%	45%	20%	27%	37%	37%	38%
Voor mij is het zeer belangrijk om mijn privacy te beschermen van internetbedrijven	88%	77%	46%	72%	68%	73%	72%
Ik ben bezorgd over mijn online privacy	82%	77%	32%	67%	63%	65%	66%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. – minstens ‘akkoord’

TABEL 4.1.2. ATTITUDES OMTRENT GEGEVENSBESCHERMING, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2023	Totaal 2024
Mensen hebben wettelijke bescherming nodig tegen het misbruik van persoonlijke gegevens	98%	95%	86%	91%	93%	93%
dat GDPR mijn gegevens beschermt	96%	87%	87%	87%	88%	90%
dat organisaties me moeten zeggen hoe ze mijn persoonlijke gegevens gebruiken	97%	93%	89%	91%	92%	93%
dat organisaties die mijn persoonlijke gegevens verwerken worden gecontroleerd	97%	96%	91%	93%	94%	94%
dat organisaties worden gestraft wanneer ze mijn persoonlijke gegevens hebben misbruikt	98%	96%	95%	94%	96%	96%
dat burgers info krijgen over hoe data wordt verzameld en verwerkt	98%	96%	89%	93%	94%	94%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online gegevensbescherming. Ik vind het belangrijk... – minstens 'akkoord'

TABEL 4.1.3. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	73%	81%	53%	72%	72%	68%	70%
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen	94%	87%	50%	76%	73%	79%	78%
Ik vind het oké om persoonlijke gegevens te delen zolang ik daarvoor iets in de plaats krijg (bvb. informatie en dienstverlening op maat)	41%	30%	72%	37%	42%	42%	44%
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	89%	86%	67%	74%	78%	79%	79%
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	77%	74%	35%	59%	59%	61%	63%
Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet (bv. oude profielfoto's)	63%	56%	29%	50%	45%	51%	51%
Ik wil de mogelijkheid om bepaalde types gegevens niet meer te delen met organisaties of zelf al mijn data terug kunnen roepen	96%	91%	77%	82%	82%	86%	87%
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	92%	86%	43%	74%	71%	73%	75%
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy voorop plaatsen	56%	37%	33%	38%	37%	41%	42%
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	96%	91%	80%	86%	86	87%	88%
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	96%	84%	69%	81%	80%	84%	83%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. – minstens 'akkoord'

TABEL 4.1.4. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	87%	80%	68%	76%	69%	72%	78%
Ik vraag om persoonlijke gegevens te verwijderen	22%	16%	11%	8%	***	11%	15%
Ik download bepaalde apps bewust niet	83%	78%	61%	70%	66%	70%	73%
Ik gebruik beveiligings- of anti-trackingsoftware	52%	45%	31%	36%	43%	40%	41%
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	55%	46%	43%	37%	38%	44%	45%
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	54%	39%	37%	31%	41%	42%	40%
Ik verwijder regelmatig cookies	68%	61%	45%	53%	51%	53%	57%
Ik pas de privacy settings (via 'instellingen') op mijn smartphone aan	46%	30%	27%	20%	29%	29%	31%
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	65%	63%	35%	53%	41%	46%	55%
Ik verwijder applicaties of accounts	48%	40%	33%	25%	32%	30%	36%
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	31%	35%	19%	22%	23%	25%	27%
Ik surf in 'incognito'-modus	27%	13%	22%	9%	16%	19%	18%
Ik gebruik valse informatie bij registratie	11%	10%	10%	2%	8%	9%	8%
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	26%	29%	10%	13%	13%	14%	20%
Ik gebruik een privacybrowser of privacyplug-in	16%	8%	7%	2%	6%	8%	8%
Ik gebruik een password-tool/ wachtwoordmanager	34%	16%	26%	13%	16%	19%	23%
Ik gebruik soms een VPN	34%	19%	25%	11%	18%	21%	22%
Ik onderneem geen acties	0%	2%	4%	1%	3%	2%	2%

Duid aan welke vaardigheden en gebruiken omtrent online privacy in onderstaande lijst jij toepast in je dagelijks leven. (Meerdere antwoorden zijn mogelijk.)

TABEL 4.1.5. PERSOONLIJKE ONGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Je deelt gemakkelijk gegevens in ruil voor gratis diensten of producten	16%	16%	43%	17%	24%	23%	22%
Je ligt niet wakker over hoe gegevens over jou worden verzameld en gebruikt	10%	17%	45%	15%	22%	22%	21%
Je deelt gemakkelijk gegevens om tijd te besparen	22%	19%	52%	21%	26%	26%	27%
Je deelt gemakkelijk gegevens om aangepaste aanbevelingen te ontvangen	14%	10%	34%	15%	21%	118%	18%
Transparantie over hoe jouw persoonlijke data wordt verzameld en gebruikt, is belangrijk	92%	79%	68%	72%	***	81%	79%
Je deelt gemakkelijk gegevens met bedrijven waar je al ervaring mee hebt	66%	45%	82%	57%	67%	64%	62%
De reputatie van een bedrijf beïnvloedt het al dan niet delen van jouw persoonlijke data	73%	53%	75%	55%	61%	66%	64%
Bij het delen van jouw persoonlijke data moet het duidelijk zijn welke voordelen voor jou hieraan verbonden zijn	76%	61%	73%	53%	57%	66%	65%

Hoe goed beschrijven volgende stellingen jou? - minstens 'akkoord'

TABEL 4.1.6. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Ik ga ervan uit dat internetbedrijven enkel geïnteresseerd zijn in hun eigen voordeel	89%	90%	74%	78%	77%	83%	83%
Ik denk dat internetbedrijven niet eerlijk zijn	55%	66%	20%	36%	43%	45%	44%
Ik denk dat internetbedrijven onbetrouwbaar zijn	39%	56%	12%	25%	30%	33%	33%
Ik denk dat internetbedrijven niet het beste met mij voor hebben	51%	65%	21%	31%	38%	41%	42%
Internetbedrijven zijn niet te vertrouwen	37%	52%	11%	20%	27%	30%	30%
Uiteindelijk willen internetbedrijven enkel maar winst maken met onze gegevens	88%	89%	60%	71%	77%	79%	77%
Grote internetbedrijven doen met onze gegevens wat ze willen	70%	80%	44%	58%	67%	64%	63%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens ‘akkoord’

TABEL 4.1.7. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Vlaamse Overheid	73%	46%	85%	68%	70%	65%	69%
Mijn gemeentebestuur	70%	43%	86%	67%	69%	65%	67%
Start-ups	7%	2%	17%	5%	9%	8%	8%
Ziekenhuizen	87%	56%	92%	78%	77%*	80%	79%
Aanbieders van gezondheidszorg (arts, tandarts,...)	87%	63%	92%	80%	77%*	81%	81%
Federale overheid	73%	42%	84%	65%	67%	62%	66%
Vlaamse commerciële mediabedrijven (bv. DPG Media)	15%	7%	45%	16%	24%	19%	20%
Vlaamse publieke mediabedrijven (bv. VRT)	39%	18%	66%	33%	43%	38%	39%
Internationale mediabedrijven (bv. Netflix)	10%	5%	45%	11%	20%	16%	16%
Online detailhandelaars (bv. Bol. com)	23%	17%	59%	28%	36%	30%	31%
Telecomproviders (bv. Proximus, Telenet)	36%	23%	74%	42%	47%	39%	43%
Banken en kredietmaatschappijen (bv. KBC)	65%	36%	87%	61%	65%	59%	63%
Verzekeringsmaatschappijen (bv. DVV)	58%	32%	79%	53%	56%	52%	56%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek (bv. Vlaamse liga tegen kanker, enz.)	37%	22%	52%	31%	34%	35%	35%
Sociale media-organisaties (bv. LinkedIn, Facebook, TikTok enz.)	2%	1%	15%	4%	8%	5%	5%
Internationale internetbedrijven (bv. Google, Microsoft, Amazon enz.)	6%	6%	28%	10%	15%	13%	12%
Universiteiten	69%	40%	85%	53%	64%	61%	62%

In welke mate vertrouw je volgende instellingen met jouw persoonlijke gegevens? - minstens 'vertrouw ik'

TABEL 4.1.8. GEVOELENS VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Ik voel me onzeker wanneer ik het internet gebruik	12%	22%	3%	11%	11%	12%	12%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat er gebeurt	37%	49%	20%	38%	31%	36%	36%
Ik begrijp niet alle veranderingen die op het internet plaatsvinden	40%	57%	23%	51%	45%	46%	43%
Het is moeilijk om alle risico's verbonden aan internetgebruik te begrijpen	72%	77%	54%	75%	64%	70%	70%
Het is moeilijk om mee te blijven met alle dingen die gebeuren op het internet	65%	79%	45%	74%	63%	66%	66%
Ik ben niet zeker dat ik alles juist doe wanneer ik het internet gebruik	39%	53%	26%	48%	42%	43%	42%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat ik moet doen	30%	45%	17%	41%	34%	35%	34%
Ik ben onzeker over wat er gebeurt met mijn persoonlijke gegevens op het internet	81%	80%	35%	69%	66%	67%	68%
Ik ben onzeker over wat diensten, die ik gebruik, doen met mijn persoonlijke gegevens	80%	80%	37%	71%	68%	66%	68%
Ik ben onzeker over wat andere gebruikers, die ik online tegenkom, doen met mijn persoonlijke gegevens	66%	70%	33%	56%	58%	57%	57%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens 'akkoord'

TABEL 4.1.9. GEVOELENS VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal 2023	Totaal 2024
Uiteindelijk kan ik niet voorkomen dat anderen toegang hebben tot mijn gegevens	54%	64%	51%	51%	59%	54%	55%
Ik heb de macht niet om mijn persoonlijke gegevens degelijk te beschermen tegen alle mogelijke gevaren op het internet	64%	74%	44%	59%	60%	60%	60%
Als iemand vastberaden is om mijn persoonlijke gegevens te gebruiken, is er niks dat ik kan doen om hen te stoppen	60%	67%	49%	53%	58%	54%	57%
Zelfs als ik mijn gegevens probeer te beschermen, kan ik anderen niet beletten toegang ertoe te hebben	55%	62%	38%	49%	53%	50%	51%
Het zou naïef zijn te denken dat ik mijn gegevens op betrouwbare wijze kan beschermen	70%	79%	48%	65%	69%	65%	66%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens ‘akkoord’

TABEL 4.1.10. GEVOELENS VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Het maakt geen verschil of ik probeer mijn gegevens online te beschermen of niet	18%	31%	20%	20%	24%	22%	22%
Ik heb het opgegeven om te proberen mee te zijn met huidige manieren om mijn persoonlijke gegevens online te beschermen	21%	32%	21%	23%	26%	23%	24%
Ik ben nonchalant met mijn persoonlijke gegevens online, omdat het onmogelijk is deze degelijk te beschermen	9%	15%	24%	13%	16%	15%	15%
Ik heb geen zin om veel tijd te spenderen aan gegevensbescherming op het internet	21%	31%	44%	21%	24%	25%	28%
Het heeft geen zin om te veel aandacht te spenderen aan het beschermen van mijn persoonlijke gegevens online	10%	22%	24%	14%	16%	16%	16%

Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen – minstens 'akkoord'

TABEL 4.1.11. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Een uitleg met informatie hoe de organisatie mijn persoonlijke data zal gebruiken	73%	49%	60%	62%	55%	63%	62%
Als het delen van persoonlijke data minder complex zou zijn	25%	25%	17%	28%	40%	22%	24%
Een opleiding over data die voorzien wordt door de overheid	19%	16%	12%	14%	11%	16%	16%
Duidelijke en stapsgewijze instructies over hoe persoonlijke data kunnen worden gedeeld op een veilige manier	59%	36%	35%	50%	50%	47%	46%
Hulp en duiding door een vriend, familielid of andere vertrouwenspersoon	19%	14%	9%	18%	13%	15%	16%
Een lokale training over het veilig delen van gegevens (bv. georganiseerd door cultureel centrum, bibliotheek, school, enz.)	26%	21%	13%	21%	15%	20%	21%
Niet van toepassing - Ik voel mij al comfortabel om persoonlijke data te delen	3%	4%	21%	2%	7%	6%	7%
Niet van toepassing - Niets kan mij meer comfortabel doen voelen om persoonlijke data te delen	10%	31%	8%	15%	5%	15%	16%

Wat zou je comfortabeler doen voelen om persoonlijke data te delen met bedrijven en overheden? Duid alle opties aan die van toepassing zijn (meerdere antwoorden mogelijk)

TABEL 4.1.12. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Leeftijdsgroep en geslacht	87%	74%	97%	84%	83%	86%	85%
Mening over producten en diensten	83%	69%	92%	75%	76%	82%	80%
Interesses	66%	51%	91%	65%	65%	69%	68%
Naam en e-mail	34%	27%	68%	34%	42%	40%	40%
Aankopen in het verleden	28%	25%	63%	30%	40%	36%	35%
Aankoopplannen	18%	15%	52%	20%	28%	26%	25%
Mediagebruikgegevens (wat je leest, kijkt, luistert, etc)	26%	22%	63%	33%	26%*	34%	35%
Locatie (waar u bent)	6%	10%	31%	14%	19%	14%	14%
Berichten, foto's en contacten op sociale netwerken	4%	5%	26%	7%	13%	9%	10%
Gezondheidsgegevens	8%	7%	30%	12%	15%	15%	14%
Financiële gegevens (bv. loonfiche, inkomen, belastingsaanslag)	2%	4%	16%	4%	7%*	6%	6%
Bank- en kredietkaartgegevens	1%	2%	12%	4%	5%**	4%	5%
Gegevens bij culturele organisaties (vb. vrije tijd)	24%	17%	54%	20%	31%	27%	28%
Je krediewaardigheid	3%	4%	15%	3%	***	7%	6%

Over het algemeen, hoe comfortabel ben je om volgende data te delen met een Belgisch bedrijf? - minstens 'comfortabel'

* Vraagstelling werd verduidelijkt met voorbeelden

** Vraagstelling werd licht gewijzigd

*** Niet bevroegd in 2022

TABEL 4.2.1. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Persoonlijke datakluisen gebruiken lijkt me een goed idee	96%	31%	89%	62%	70%	70%	71%
Persoonlijke datakluisen gebruiken lijkt me een verstandig idee	96%	32%	92%	63%	68%	71%	72%
Ik vind het een interessant idee om persoonlijke datakluisen te gebruiken	97%	32%	91%	60%	67%	72%	71%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.2. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Ik ben van plan persoonlijke datakluisen in de toekomst te gebruiken	79%	12%	72%	34%	49%	50%	50%
Ik zou altijd proberen persoonlijke datakluisen in mijn dagelijks leven te gebruiken	77%	13%	69%	29%	49%	48%	48%
Ik voorspel dat ik persoonlijke datakluisen zal gebruiken	78%	14%	71%	30%	49%	49%	49%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.3. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Ik zou persoonlijke datakluisen nuttig vinden in mijn dagelijks leven	94%	30%	83%	55%	70%	68%	67%
Persoonlijke datakluisen zouden het makkelijker maken om mijn taken te voltooien die belangrijk zijn	80%	27%	73%	46%	59%	57%	58%
Persoonlijke datakluisen zouden het mogelijk maken om bepaalde taken vlugger te vervullen	82%	36%	81%	54%	52%	64%	64%
Persoonlijke datakluisen gebruiken zou mijn doeltreffendheid verbeteren	77%	25%	70%	43%	51%	57%	55%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.4. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Leren hoe persoonlijke datakluisen te gebruiken zou gemakkelijk zijn voor mij	91%	37%	85%	55%	70%	72%	68%
De interactie met persoonlijke datakluisen zou voor mij helder en verstaanbaar zijn	88%	29%	87%	41%	64%	65%	62%
Persoonlijke datakluisen zou ik makkelijk in gebruik vinden	86%	25%	82%	44%	64%	63%	60%
Het zou gemakkelijk zijn voor mij om vaardig te worden in het gebruik van persoonlijke datakluisen	93%	37%	87%	50%	67%	69%	68%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.6. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me leuk	53%	11%	58%	26%	44%	39%	37%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me plezierig	37%	8%	47%	17%	33%	29%	27%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me entertainend	17%	5%	22%	9%	18%	15%	13%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.7. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Ik zou over de nodige apparatuur beschikken om persoonlijke datakluisen te kunnen gebruiken	80%	33%	81%	36%	44%	39%	58%
Ik zou de nodige kennis hebben om te weten hoe ik persoonlijke datakluisen moet gebruiken	76%	35%	83%	32%	33%	29%	56%
Ik heb het idee dat persoonlijke datakluisen compatibel zouden zijn met andere technologieën die ik gebruik	79%	29%	85%	35%	18%	15%	57%
Ik zou hulp kunnen krijgen van anderen wanneer ik moeilijkheden zou hebben om persoonlijke datakluisen te gebruiken	67%	33%	76%	49%	61%	57%	57%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.8. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Mensen die belangrijk voor mij zijn zouden denken dat ik persoonlijke datakluzen zou moeten gebruiken	52%	48%	23%	11%	37%	31%	34%
Mensen die invloed hebben op mijn gedrag zouden vinden dat ik persoonlijke datakluzen moet gebruiken	46%	45%	20%	10%	33%	30%	31%
Mensen wiens mening ik waardeer zouden het liever hebben dat ik persoonlijke datakluzen zou gebruiken	53%	48%	26%	12%	36%	34%	35%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluzen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.9. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Ik heb er vertrouwen in dat de informatie die ik in een persoonlijke datakluis zou opslaan, niet door ongeschikte partijen zal worden misbruikt	73%	14%	74%	41%	53%	50%	52%
Ik heb er vertrouwen in dat de privégegevens die ik in persoonlijke datakluisen zou opslaan, beveiligd zullen zijn	82%	18%	86%	52%	61%	61%	61%
Ik geloof dat ongepaste partijen de informatie, die ik zou opslaan in persoonlijke datakluisen, doelbewust kunnen bekijken	28%	53%	26%	24%	30%	32%	31%

TABEL 4.2.10. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over de informatie die ik in persoonlijke datakluzen opsla	90%	20%	86%	51%	66%	65%	63%
Privacyinstellingen van persoonlijke datakluzen zouden ervoor zorgen dat ik volledige controle zou hebben over de informatie die ik erin opsla	83%	20%	81%	45%	62%	60%	58%
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over wie de informatie, die ik in persoonlijke datakluzen bewaar, kan zien	84%	19%	86%	46%	64%	60%	60%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw attitude ten opzichte van persoonlijke datakluzen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing zijn. – minstens ‘eerder akkoord’

TABEL 4.2.11. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Het gebruik van persoonlijke datakluzen zou een betrouwbare manier zijn om mijn persoonlijke data te beheren	94%	24%	91%	57%	69%	69%	68%
Ik kan erop rekenen dat het gebruik van persoonlijke datakluzen, om mijn persoonlijke data te beheren, mijn privacy zal beschermen	89%	19%	88%	54%	62%	64%	64%
Ik heb het gevoel dat ik kan vertrouwen op het gebruik van persoonlijke datakluzen om mijn persoonlijke data te beheren	87%	16%	87%	50%	63%	63%	62%

Onderstaande stellingen peilen naar jouw vertrouwen ten opzichte van persoonlijke datakluzen. Duid aan in welke mate volgende stellingen voor jou van toepassing

TABEL 4.2.12. AUTONOMIE CONTROLE, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Oppor-tunisten	Totaal	Totaal 2024
zelf de controle uit te oefenen	64%	80%	42%	56%	62%	61%
zelf de controle uit te oefenen, maar met ondersteuning van een algoritme dat mijn persoonlijke voorkeuren leert kennen	32%	12%	48%	35%	31%	32%
de controle over te laten aan een betrouwbare organisatie die mij vertegenwoordigt	4%	8%	10%	8%	7%	7%

Persoonlijke datakluisen willen jou terug meer controle geven over wie en hoe jouw persoonlijke data gebruikt voor welk doel.

Hoezeer wil je zelf de controle over je persoonlijke data in handen nemen?

Ik wens zoveel als mogelijk (kies wat past)

TABEL 4.2.13. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDPROFIEL

	Privacy Pioniers	Argwanende Achterblijvers	Losbandige Liefhebbers	Onbewogen Opportunisten	Totaal 2022	Totaal	Totaal 2024
Vlaamse overheid	74%	32%	87%	62%	65%	59%	65%
Mijn gemeentebestuur	55%	23%	79%	54%	55%	52%	53%
Start-ups	4%	2%	14%	3%	8%	6%	5%
Ziekenhuizen	66%	36%	82%	63%	62%*	64%	62%
Aanbieders van gezondheidszorg (arts, tandarts,...)	67%	40%	83%	65%	62%*	63%	64%
Federale overheid	71%	29%	82%	62%	64%	58%	62%
Vlaamse commerciële mediabedrijven (bv. DPG Media)	4%	2%	30%	7%	13%	9%	10%
Vlaamse publieke mediabedrijven (bv. VRT)	14%	5%	42%	11%	22%	18%	17%
Internationale mediabedrijven (bv. Netflix)	3%	2%	22%	5%	9%	7%	7%
Online detailhandelaars (bv. Bol.com)	7%	5%	33%	11%	16%	12%	13%
Telecomproviders (bv. Proximus, Telenet)	13%	8%	49%	17%	26%	20%	21%
Banken en kredietmaatschappijen (bv. KBC)	47%	18%	74%	45%	51%	43%	46%
Verzekeringsmaatschappijen (bv. DVV)	37%	14%	63%	37%	42%	35%	38%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek (bv. Vlaamse liga tegen kanker, enz.)	20%	8%	31%	15%	21%	20%	18%
Sociale media-organisaties (bv. LinkedIn, Facebook, TikTok enz.)	1%	0%	10%	1%	5%	3%	3%
Internationale internetbedrijven (bv. Google, Microsoft, Amazon enz.)	4%	3%	21%	5%	10%	7%	8%
Universiteiten	62%	23%	75%	38%	58%	52%	50

In welke mate vertrouw je volgende organisaties/sectoren als aanbieder van persoonlijke datakluizen? - minstens 'vertrouw ik'

* Ziekenhuizen en aanbieders van gezondheidszorg werden in 2022 samen bevroegd



HOOFDSTUK 7

REFLECTIE

De SOLIDMonitor peilt naar de **privacy en het datadelen van Vlamingen**. Daarnaast verkent het de mogelijkheden van **persoonlijke datakluisen** als een alternatieve benadering binnen de huidige data-economie. Deze derde editie bouwt voort op de voorgaande edities, en voegt een **extra bouwsteen** toe om **langetermijntrends** in kaart te brengen.

De meest opvallende trend daarbij is die van **stabiliteit**. Een stabiele trend betekent dat de variabelen die werden gemeten over de tijd heen, weinig tot geen (statistisch) significante veranderingen vertonen. Zo merken we nauwelijks verschuivingen in de manier hoe Vlamingen aankijken tegen privacy en datadeling gedurende de afgelopen jaren (2022, 2023 en 2024). Waar er verschuivingen merkbaar zijn, zijn die vaak eerder gering.

Uit de resultaten van dit jaar blijkt dat 66% van de Vlamingen nog steeds bezorgd is om zijn/haar online privacy (2022: 63%, 2023: 65%). De overgrote meerderheid (94%) vindt het ook nog steeds belangrijk dat ze informatie krijgen over hoe hun data wordt verzameld en verwerkt (2022: n/a, 2023: 94%). Men blijft het ook moeilijk vinden om een goed overzicht te hebben van wie welke persoonsgegevens van hen heeft (2022: 86%, 2023: 87%, 2024: 88%). Het gevoel maar weinig controle te hebben over persoonlijke informatie blijft helaas sterk aanwezig (2022: 72%, 2023: 72%, 2024: 70%), alsook een gevoel van machteloosheid voor een grote groep van Vlamingen (60% in zowel 2022, 2023 en 2024).

Één gegeven doorbreekt de trend: Vlamingen gaan zich steeds **bewuster opstellen ten aanzien van cookies**. Zo geeft 55% aan zo min mogelijk cookies te accepteren, vergeleken met 46% in 2023 en 41% in 2022. Ook zijn er steeds meer mensen die hun cookies op regelmatige basis verwijderen (2022: 51%, 2023: 53%, 2024: 57%)

Persoonlijke datakluisen proberen juist in te spelen op die alomtegenwoordige en opdringerige cookie-interfaces—een aspect dat in de toekomst naar eindgebruikers toe meer nadruk verdient.

Ook in 2024 staat 7 op de 10 Vlamingen positief tegenover persoonlijke datakluisen, terwijl ongeveer de helft zich kan voorstellen deze in de toekomst te gebruiken. Hoewel de algemene houding ten aanzien van persoonlijke datakluisen veelbelovend lijkt, tonen aanvullende vragen een minder positief beeld. Zo kon het scenario van een AI-assistent steunend op datakluisen slechts 24% overtuigen. Ook de mobiliteitsscenario's konden slechts wat meer dan een derde van de respondenten overtuigen. Er is een groep die actief geïnteresseerd en enthousiast is over persoonlijke datakluisen (de zogenaamde pioniers), maar deze groep representeert slechts 25% van de bevolking. Andere geïnteresseerde profielen zijn eerder passief/afwachtend ingesteld.

In ander, experimenteel onderzoek uitgevoerd door Solidlab kregen deelnemers de mogelijkheid om actief te werken met verschillende SOLID-prototypes. Wat bleek? De intentie om deze te gebruiken was aanzienlijk hoger dan de resultaten van de jaarlijkse SOLID-Monitor. Deze discrepantie, gepaard met dat contextafhankelijk enthousiasme, toont aan dat mensen het concept vaak wel omarmen, maar meer duidelijkheid en tastbare ervaringen nodig hebben om de toegevoegde waarde in hun eigen leven beter te kunnen inschatten. We lijken in een **paradoxe situatie** beland. Enerzijds helpen concrete toepassingen om de intentie tot gebruik te stimuleren. Anderzijds ontbreekt het juist aan concrete toepassingen in vele sectoren/organisaties of blijven we eerder hangen voorlopig in prototypes die voor een technisch professioneel publiek dienen. Dit voelt dus aan als een **klassieke kip-en-ei-situatie**. Zolang Vlamingen geen voldoende tastbare oplossingen hebben waarmee ze de werking van datakluisen zelf kunnen ervaren, blijft het moeilijk voor hen om diepgaandere evaluaties te maken over het potentieel en de impact ervan. Zodoende blijft voor de meerderheid de interesse dan ook eerder passief.

De stabiele trend in de manier waarop Vlamingen tegen privacy en data-aangelegenheden aankijken, wijst erop dat er een **blijvende nood** is om na te denken over betere manieren om met persoonlijke data om te gaan. Het signaal is duidelijk: veel Vlamingen maken zich zorgen om hun privacy en storen zich aan een gebrek aan transparantie en controle. Het vertrouwen in grote internetspelers is sterk zoek. De relevantie van onderzoek naar en de ontwikkeling van alternatieven zoals persoonlijke datakluisen blijft aldus onverminderd groot. Uiteraard blijven er nog tevens heel wat **juridische en technische** vraagstukken op te lossen die een vlotte doorbraak van persoonlijke datakluisen bemoeilijken. Maar om de huidige **impasse** te doorbreken en écht een **acceleratie** te creëren, is het in eerste instantie essentieel om meer **concrete prototypes** en **bruikbare oplossingen** te ontwikkelen die het concept dichterbij de Vlaming kunnen brengen. Zo kan een waardevoller beeld van het potentieel ontstaan, en kan **actief interageren** met oplossingen de passieve interesse helpen converteren. Zo kunnen meer organisaties en sectoren overtuigd geraken om de sprong te wagen en te investeren in datakluisen als alternatieve data-infrastructuur.

Dit onderzoek wordt gesteund door SolidLab Vlaanderen
(Vlaamse Overheid, EWI en RRF project VV023/10)