



SOLIDMonitor

Privacy, persoonlijke data & datakluisen

Auteurs: Mathias Maes, August Bourgeus, Ralf De Wolf

Opzet & datacollectie: Mathias Maes, August Bourgeus

Projectmanagement: Peter Mechant, Lieven De Marez

Voor bijkomende vragen en data-analyses kunt u contact opnemen met Mathias Maes
(mathias.maes@imec.be)

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	4
METHODOLOGIE	10
PROFIELEN	12
PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN	30
PRIVACY	16
BEREIDHEID TOT DATADELING	19
VERTROUWEN	40
DOMEINSPECIFIEKE VALIDATIE: MEDIA	46
APPENDIX	51

LIJST MET TABELLEN

TABEL 1.1. BEZORGDHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT.....	19
TABEL 1.2. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT	19
TABEL 1.3. GEVOELEN VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT	20
TABEL 1.4. GEVOELEN VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT.....	20
TABEL 1.5. GEVOELEN VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT	21
TABEL 1.6. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR SOLIDSEGMENT	21
TABEL 1.7. AANPASSEN STANDAARDOPTIES GEGEVENSVERZAMELING OP DIENSTEN/APPS/PLATFORMEN, NAAR SOLIDSEGMENT	22
TABEL 2.1. PERSOONLIJKE ONGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT.....	28
TABEL 2.2. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT.....	28
TABEL 2.3. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT	29
TABEL 3.1. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT.....	33
TABEL 3.2. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR SOLIDSEGMENT	33
TABEL 3.3. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	33
TABEL 3.4. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	34
TABEL 3.5. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	34
TABEL 3.6. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	34
TABEL 3.7. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	35
TABEL 3.8. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT...	35
TABEL 3.9. PERCEPTIE VAN RISICO'S BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	35
TABEL 3.10. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	36
TABEL 3.11. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	36
TABEL 3.12. TRANSPARANTIEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	39
TABEL 3.13. CONTROLEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	39
TABEL 3.14. OVERIGE FEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	39
TABEL 4.1. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR SOLIDSEGMENT	43
TABEL 4.2. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT.....	43
TABEL 4.3. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT	44
TABEL 5.1. INTERESSE IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR SOLIDSEGMENT	49
TABEL 5.2. MOTIVATIE GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR SOLIDSEGMENT	49
TABEL 5.3. TOESTEMMING GEBRUIK DATA VOOR PERSOONLIJKE MEDIA-AANBEVELINGEN, NAAR SOLIDSEGMENT.....	49
TABEL 1.1.1. BEZORGDHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL.....	60
TABEL 1.1.2. BEZORGDHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD.....	60
TABEL 1.2.1. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL	60

TABEL 1.2.2. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD	61
TABEL 1.3.1. GEVOELEN VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL	62
TABEL 1.3.2. GEVOELEN VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD	63
TABEL 1.4.1. GEVOELEN VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL	63
TABEL 1.4.2. GEVOELEN VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD	64
TABEL 1.5.1. GEVOELEN VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL	64
TABEL 1.5.2. GEVOELEN VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD	65
TABEL 1.6.1. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR DIGIPROFIEL	65
TABEL 1.6.2. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR LEEFTIJD	66
TABEL 1.7.1. AANPASSEN STANDAARDOPTIES GEGEVENSVERZAMELING OP DIENSTEN/APPS/PLATFORMEN, NAAR DIGIPROFIEL	66
TABEL 1.7.2. AANPASSEN STANDAARDOPTIES GEGEVENSVERZAMELING OP DIENSTEN/APPS/PLATFORMEN, NAAR LEEFTIJD	66
TABEL 2.1.1. PERSOONLIJKE OMGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL	67
TABEL 2.1.2. PERSOONLIJKE OMGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD	67
TABEL 2.2.1. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL	68
TABEL 2.2.2. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD	68
TABEL 2.3.1. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL	69
TABEL 2.3.2. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD	70
TABEL 3.1.1. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	70
TABEL 3.1.2. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	70
TABEL 3.2.1. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR DIGIPROFIEL	71
TABEL 3.2.2. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR LEEFTIJD	71
TABEL 3.3.1. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	71
TABEL 3.3.2. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	72
TABEL 3.4.1. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	72
TABEL 3.4.2. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	72
TABEL 3.5.1. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	73
TABEL 3.5.2. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	73
TABEL 3.6.1. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	73
TABEL 3.6.2. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	74
TABEL 3.7.1. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	74
TABEL 3.7.2. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	74
TABEL 3.8.1. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	75
TABEL 3.8.2. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	75
TABEL 3.9.1. PERCEPTIE VAN RISICO'S BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	75
TABEL 3.9.2. PERCEPTIE VAN RISICO'S BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	76
TABEL 3.10.1. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL ..	76
TABEL 3.10.2. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	76

TABEL 3.11.1. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL.....	77
TABEL 3.11.2. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD.....	77
TABEL 3.12.1. TRANSPARANTIEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	77
TABEL 3.12.2. TRANSPARANTIEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	78
TABEL 3.13.1. CONTROLEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	78
TABEL 3.13.2. CONTROLEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	78
TABEL 3.14.1. OVERIGE FEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	79
TABEL 3.14.2. OVERIGE FEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	79
TABEL 4.1.1. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR DIGIPROFIEL	80
TABEL 4.1.2. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR LEEFTIJD	80
TABEL 4.2.1. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL	81
TABEL 4.2.2. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD .	81
TABEL 4.3.1. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL	82
TABEL 4.3.2. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD	82
TABEL 5.1.1. INTERESSE IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR DIGIPROFIEL.....	83
TABEL 5.1.2. INTERESSE IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR LEEFTIJD	83
TABEL 5.2.1. MOTIVATIE GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR DIGIPROFIEL	83
TABEL 5.2.2. MOTIVATIE GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR LEEFTIJD	83
TABEL 5.3.1. TOESTEMMING GEBRUIK DATA VOOR PERSOONLIJKE MEDIA-AANBEVELINGEN, NAAR DIGIPROFIEL.....	84
TABEL 5.3.2. TOESTEMMING GEBRUIK DATA VOOR PERSOONLIJKE MEDIA-AANBEVELINGEN, NAAR LEEFTIJD	84

KERNBEVINDINGEN

- We kunnen drie groepen Vlamingen onderscheiden: Privacy Pioniers (34%), Argwanende Achterblijvers (26%) en Onbezorgde Opportunisten (40%). Privacy Pioniers verwelkomen datakluzen maar al te graag om terug meer transparantie en controle te verwerven, terwijl onbezorgde opportunisten minder wakker liggen van de huidige dataproblematiek. Toch zijn ze wel geïnteresseerd in wat datakluzen voor hen kan betekenen. Argwanende achterblijvers zijn dan weer niet overtuigd van het idee. Zij erkennen ook sterk de problematiek, maar, mede geremd door een lager niveau van digitale kennis- en vaardigheden, zien zij er geen oplossing in.
- 63% van de Vlamingen maakt zich zorgen over zijn of haar online privacy. Meer dan 7 op de 10 Vlamingen ergert zich voornamelijk aan het verlies van transparantie en controle. Ongeveer een kwart van de Vlamingen vertoont tekenen van privacy-cynisme en digitale resignatie: ze ervaren gevoelens van wantrouwen, onzekerheid en machteloosheid tegenover de hedendaagse online datapraktijken. Een deel van hen voelt dan ook dat de strijd tegen grote spelers hopeloos is.
- 7 op de 10 Vlamingen staat positief tegenover het concept van persoonlijke datakluzen en gelooft dat ze hiermee hun gegevens betrouwbaar kunnen beschermen. Twee derde stelt dat dit voor een degelijke mate van controle over hun persoonlijke data kan zorgen.
- In vergelijking met andere potentiële aanbieders van datakluzen geniet de Vlaamse Overheid een hoge mate van vertrouwen. Zij lijken het best gepositioneerd om deze markt aan te boren. Ook andere overheidsniveaus en maatschappelijk traditionele instituten zoals banken en universiteiten kunnen rekenen op het vertrouwen van de Vlaming. Internationaal spelers met commerciële belangen en kleinere startups genieten dan weer het minst vertrouwen van de Vlaming.

INLEIDING

In de huidige maatschappij wordt steeds intenser gebruik gemaakt van persoonsgegevens of persoonlijke data. Het verzamelen van grote hoeveelheden data stelt bedrijven immers in staat om hun diensten en producten te verbeteren. Zo kunnen ze betere persoonlijke ervaringen creëren, meer gerichte aanbevelingen maken en advertenties afstemmen op de leefwereld van de consument. Het verzamelen, aggregeren en analyseren van persoonlijke data lijkt in de toekomst almaar aan belang te winnen.

De huidige data-economie brengt ook enkele risico's met zich mee. Zo heerst er een wedloop waarbij internationale spelers (zoals Google, Meta en Apple) onevenredig toegang hebben tot persoonsgegevens. Deze data worden veelal niet gedeeld met elkaar, maar blijven afgesloten (zogenaamde "data silo's") om de concurrentiële positie verder aan te scherpen.

Een ongebreidelde datadrang heeft bovendien ook nefaste gevolgen voor (individuele) internetgebruikers, daar veel bedrijven/organisaties er baat bij hebben hun dataverzameling- en verwerkingspraktijken zo goed als mogelijk te verdoezelen. Zo worden privacyverklaringen en servicevoorwaarden maar al te vaak complex en uitgebreid opgesteld voor de modale mens, waardoor men ook sneller geneigd is deze te accepteren. Dit geldt ook voor cookies. Hoewel GDPR-wetgeving aanbieders van websites ertoe verplicht gebruikers te informeren over hun gegevensverzameling, worden cookie-interfaces veelal zo ontworpen dat gebruikers als het ware 'geduwd' worden om zoveel mogelijk cookies te accepteren.

Dergelijke institutionele datapraktijken zorgen ervoor dat het voor consumenten alsmaar moeilijker wordt om het overzicht te houden van wie welke gegevens voor welk doel aanwendt (*transparantie probleem*). Ook wordt het moeilijker om het beheer van persoonsgegevens in eigen handen te houden (*controleprobleem*). Deze uitholling van onze online privacy en het bewust bemoeilijken van gegevensbescherming heeft ertoe geleid dat een deel van de maatschappij een apathische houding en een gevoelens van machteloosheid heeft ontwikkeld tegenover de huidige datapraktijken. Ook zien we een groeiende tendens dat mensen zich bewust neerleggen bij de idee dat hun persoonsgegevens niet effectief beschermd kunnen worden. Deze onverschillige houding, veelal omschreven als digitale resignatie, is natuurlijk voordelig voor bedrijven die enkel focussen op eigen gewin.

De huidige staat van het web is een doorn in het oog van velen, en niet in het minst van Sir Tim Berners-Lee – ook wel de geestelijk vader van het internet genoemd. Met de introductie van het project SOLID¹ wil hij gebruikers op het internet terug meer controle geven over hun data. SOLID is een set van open standaarden voor het opzetten van **persoonlijke datakluisen**: digitale platformen waar men persoonlijke gegevens kan opslaan in formaten die gegevensdeling vereenvoudigen, maar ook de gebruiker transparantie en controle wil geven over wat er met die data gebeurt.

¹ <https://www.solidproject.org>

De Vlaamse overheid engageert zich voor dit initiatief en neemt ook het voortouw in de oprichting van een Vlaams Datanutsbedrijf², dat privacy, veiligheid en controle over datadeling vooropstelt en onder meer als doelstelling heeft elke Vlaming een persoonlijke datakluis aan te bieden. Hoewel Vlaanderen deze pioniersrol niet schuwt, is het ook niet blind voor de mate van complexiteit die een dergelijke operatie met zich meebrengt. Zo zijn er nog vele open vragen en hangijzers omtrent persoonlijke datakluisen. Daarom ondersteunt Vlaanderen ook de oprichting van SolidLab Vlaanderen³, een academisch consortium (imec, UGent, KUL, VUB) om de vele open vraagstukken op zowel technologisch, zakelijk, juridisch als maatschappelijk vlak te tackelen.

Ook in Vlaanderen liegen de cijfers er immers niet om: uit de resultaten van imec.digimeter 2021 blijkt immers dat 52% van de Vlamingen zich zorgen maakt om hun online privacy. Voor online privacy op sociale media is dit zelfs 61%. Bovendien valt op dat de Vlaming ook steeds bewuster gaat nadenken over welke platformen en applicaties ze installeren en welke data ze delen. De Vlaming worstelt met de privacyparadox: enerzijds genieten we van het gebruiksgemak van allerlei online diensten, anderzijds is er een sterk toegenomen bezorgdheid rond privacy & datadeling. De Digimeter stuurt reeds aan op het mogelijke potentieel van persoonlijke datakluisen & SOLID, maar heeft niet de ruimte om dieper in te gaan op deze thematiek. Vandaar stellen we de lezer graag voor aan de SOLIDMonitor.

Dit rapport vormt een eerste editie van een jaarlijks wederkerend instrument met als doel de vinger aan de pols te houden rond de privacy- en dataproblematiek waarmee de Vlaming geconfronteerd wordt, en alsook het adoptiepotentieel van Solid en persoonlijke datakluisen, inclusief factoren die hiertoe bijdragen, in kaart te brengen. Over de jaren heen zal, op basis van nieuwe inzichten, deze bevraging verder verfijnd en uitgebreid worden.

² <https://www.vlaanderen.be/digitaal-vlaanderen/het-vlaams-datanutsbedrijf>

³ <https://www.solidlab.be>

METHODOLOGIE

Dit rapport werd samengesteld op basis van de antwoorden van **3523 Vlamingen**, die gevraagd werden een online survey met een looptijd van ongeveer 30 minuten in te vullen. Deze steekproef werd gerekruteerd door partner Bilendi Belgium, die de deelnemers ook beloond heeft voor hun bijdrage via hun incentivisatieplatform. De dataverzameling vond plaats tussen 8 juli en 15 augustus 2022.

Antwoorden die niet aan de vooropgestelde voorwaarden voldeden⁴, werden niet opgenomen in de dataset. De finale dataset bestaat uit **2500 Vlamingen**. De steekproef werd gewogen op geslacht en leeftijd om representatief te zijn voor Vlaanderen. Om dit te bewerkstelligen werd beroep gedaan op de openbare datasets van Statbel. Over- of ondervertegenwoordigingen in onze steekproef werden gecorrigeerd door middel van weging (maximale weging = 1.67).

In dit rapport werd ook een eerste **SOLID-typologie** opgesteld. Dit is **een segmentering van de Vlaamse populatie op basis van hun technologisch profiel, privacy-attitudes, algemeen en institutioneel vertrouwen, en attitudefactoren tegenover persoonlijke datakluisen**. Deze profielen worden uitvoerig beschreven in het volgende hoofdstuk. In verdere hoofdstukken zal naar deze profielen verwezen worden als SOLIDsegmenten.

Een tweede typologie in dit rapport betreft de '**digiprofielen**'. Sinds 2009 brengt imec.digimeter de trends rond bezit en gebruik van media en technologie in Vlaanderen in kaart. In de Digimeter wordt gebruik gemaakt van een segmentatie van **vijf profielen**, met aandacht voor de attitudes en verwachtingen tegenover verscheidene technologieën en gerelateerde maatschappelijke uitdagingen. Onze bevraging werd dermate opgesteld dat ook in deze monitor wij respondenten konden toewijzen aan deze digiprofielen. Dit geeft ons een dieper inzicht in het onderliggend (technologisch) profiel van onze respondenten en vormt een bijkomend verklarend kader voor de bevindingen in dit rapport. Een beschrijving van de digiprofielen is raadpleegbaar in de appendix of in de Digimeter.

In wat volgt worden de meest markante cijfers per thema weergegeven, na een korte inleidende beschrijving. Op het einde van ieder hoofdstuk wordt ook een overzicht van de resultaten voor elk bevraagd item per SOLIDsegment meegegeven, vergezeld van de totaalcijfers voor de Vlaamse bevolking. In de appendix kan men de resultaten ook raadplegen per digiprofiel en per leeftijdscategorie.

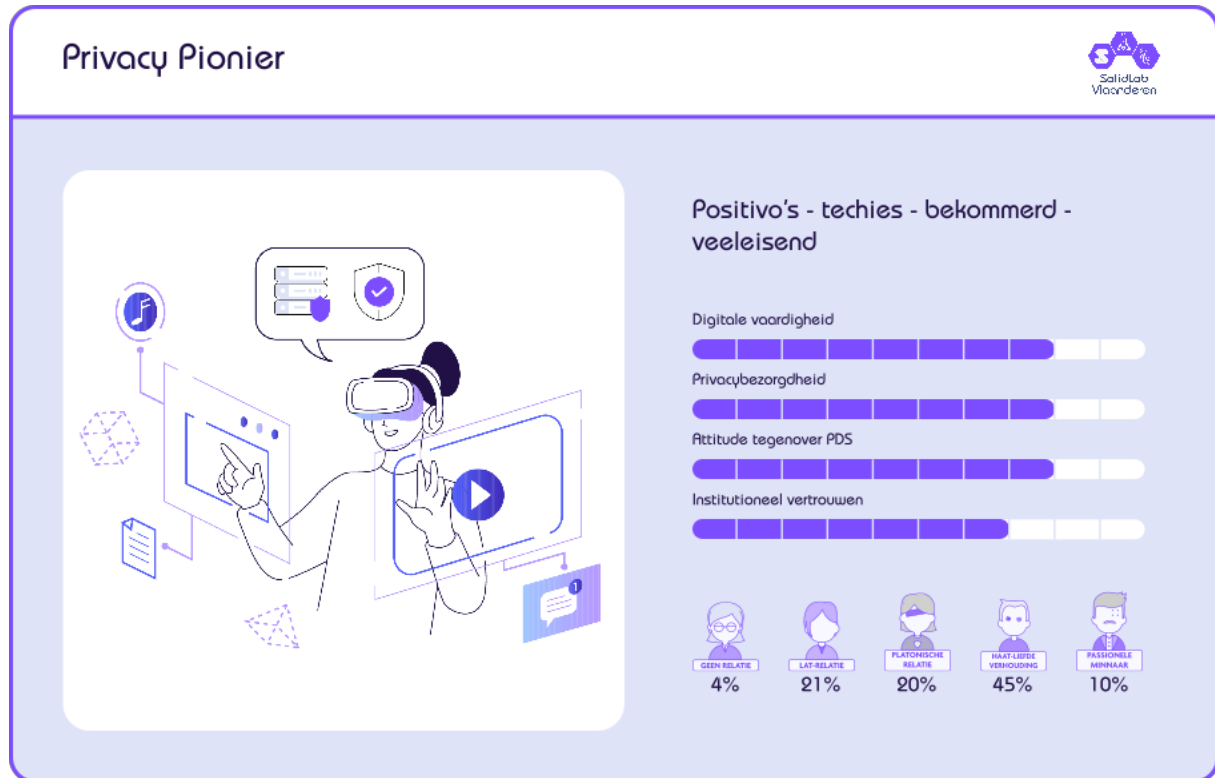
⁴ Enkele redenen waarom antwoorden weerhouden kunnen worden zijn het niet akkoord gaan met de privacyverklaring, het verkeerd/wenselijk antwoorden op controlevragen, onvolledige ingevulde enquêtes of het behoren tot een doelgroep waarvoor reeds voldoende respons verzameld is.



Hoofdstuk 1
Profielen

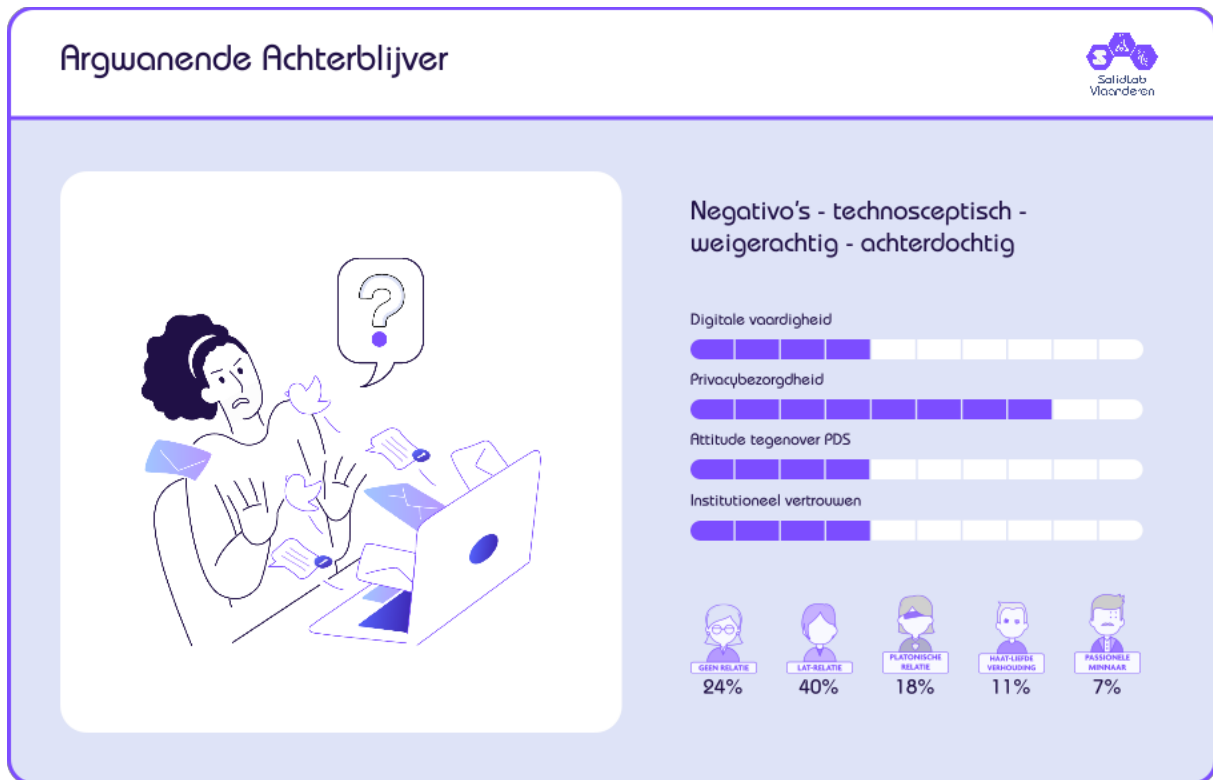
PROFIELEN

PRIVACY PIONIERS (34%)



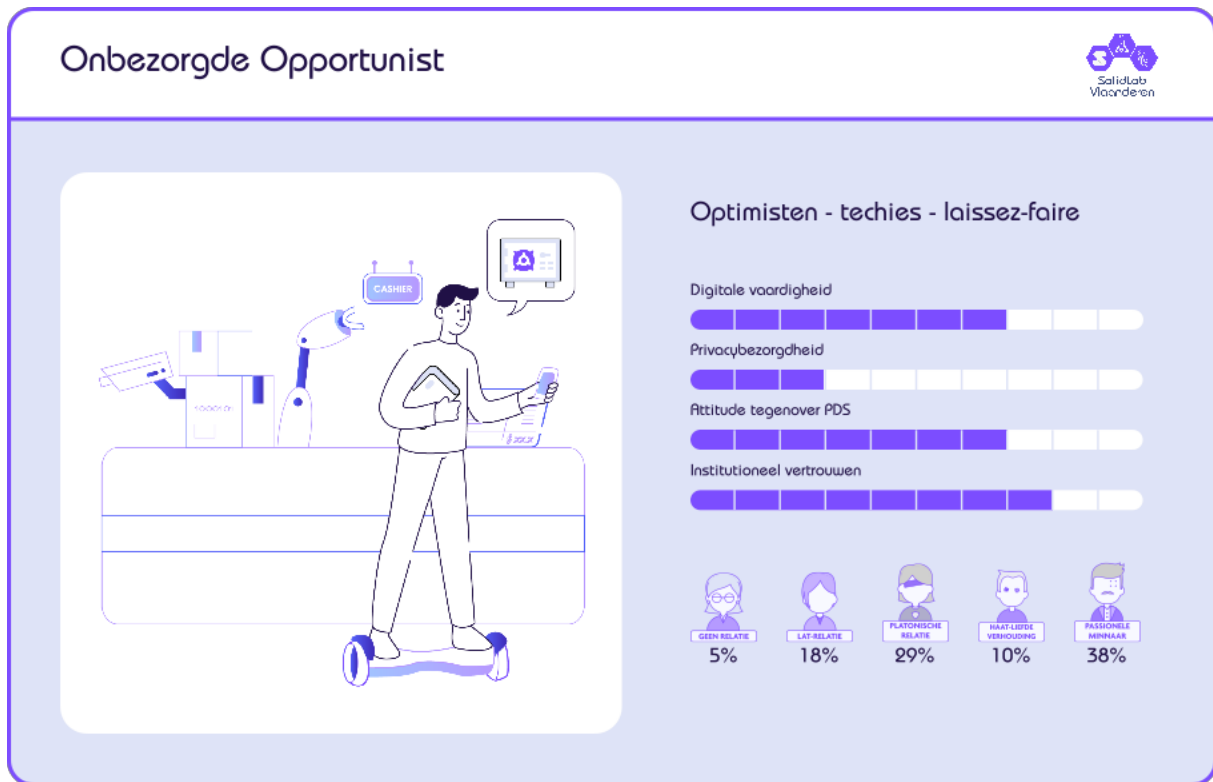
Deze groep profileert zich als echte tech-lovers, die positief staan tegenover technologie en erg digitaal vaardig zijn. Hoewel deze groep technologie omarmt, zijn ze ook kritisch voor de gevolgen die een doorgedreven digitalisering en dataficatie met zich kan meebrengen. Zo maken zij zich wel degelijk zorgen om hun online privacy en stellen ze de huidige data-economie in vraag. Ze ondernemen ook het meest van alle segmenten acties om hun privacy te beschermen. Dit segment staat niet weigerachtig tegenover het delen van data, maar hebben een uitdrukkelijke nood aan meer transparantie over wat met hun gegevens gebeurt en wenst ook meer controle te kunnen uitoefenen over welke gegevens zij met wie delen. Deze groep staat dan ook uitgesproken positief tegenover datakluisen om hen meer agentschap te kunnen geven over hun datadeling en zijn de eersten die een dergelijke hertekening van de data-economie door middel van persoonlijke datakluisen zouden verwelkomen.

ARGWANENDE ACHTERBLIJVERS (26%)



Dit segment staat beduidend minder positief tegenover digitalisering en technologie. Ze zijn meer onzeker en wantrouwig, en schatten zichzelf wat minder vaardig in. Deze attitudes tegenover technologie vertalen zich verder in hun privacybezorgdheden. Ook deze groep maakt zich zorgen om online privacy en voelt zich wantrouwig en machteloos tegenover hedendaagse datapraktijken van de grote internetbedrijven. Ze proberen enkele basisacties te stellen om hun online privacy te vrijwaren, maar stoten hier vaak ook op hun beperktere digitale kennis- en vaardigheden. Ook tegenover het delen van data met derde partijen stellen ze zich achterdochtig op. In tegenstelling tot de privacy pioniers trekt hun argwanende houding zich ook door in hun attitude tegenover persoonlijke datakluisen. Deze groep ziet weinig heil in persoonlijke datakluisen als een manier om de problemen in de data-economie op te lossen. Ook hier voelen zich zij zich vooral geremd in hun onzekerheid en gebrek aan kennis en vaardigheden in technologie. Deze groep staat dus niet meteen klaar om op de datakluisenkar te springen.

ONBEZORGDE OPPORTUNISTEN (40%)



Dit segment vormt de grootste groep en laat zich kenmerken door een positieve attitude tegenover technologie en een zeer degelijk niveau van digitale vaardigheden. Deze kenmerken hebben ze dan ook gemeen met de Privacy Pioniers. Deze groep maakt zich beduidend minder zorgen over de huidige data-economie. Zo ligt deze groep minder wakker van privacyperikelen en stellen ze minder privacy-acties. Ze staan ook minder stil bij de gevolgen van het delen van hun data en de praktijken die bedrijven met hun data ondernemen. Toch kijken ook zij vanuit hun nieuwsgierige bril positief naar het concept van persoonlijke datakluisen. Als deze groep in de praktijk kan vaststellen dat persoonlijke datakluisen voor hun een meerwaarde kunnen betekenen, zullen ook zij met plezier de introductie van persoonlijke datakluisen verwelkomen.



Hoofdstuk 2
Privacy

PRIVACY



Onze online privacy staat steeds meer onder druk. De proliferatie van (sociale media) platformen, smartphones, en het algemeen groeiende gebruik van het internet heeft het makkelijker dan ooit gemaakt voor bedrijven en organisaties om onze persoonlijke informatie te verzamelen en te gebruiken. Hoe kijkt de Vlaming naar zijn of haar online privacy en welke gevoelens brengt dit met zich mee? Welke acties stellen ze om zichzelf online te beschermen?

Onze cijfers tonen aan hoe Vlaams burgers verscheidene bezorgdheden ervaren. 63% van de Vlamingen is bezorgd om zijn/haar online privacy. 83% stelt dat het internet serieuze privacyproblemen kan veroorzaken. Indien we de stellingen over attitude rond online privacy in beschouwing nemen, verkrijgen we een breder inzicht in het waarom. 73% stoort zich dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze bezitten en verzamelen, terwijl 86% het moeilijk vindt een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens bezit. Naast het ervaren van een transparantieprobleem wil men evenzeer zelf meer actief controle kunnen uitoefenen over wat er met er met persoonlijke data gerealiseerd wordt. 72% gaat akkoord met de stelling dat je als gebruiker geen controle meer hebt over welke persoonlijke informatie verzameld en gebruikt wordt. 82% wil de mogelijkheid om bepaalde data niet meer te delen met organisaties of wil zijn/haar gedeelde data kunnen terugvorderen of laten verwijderen.

Deze bezorgdheden manifesteren zich ook in gevoelens van onzekerheid rond online privacy. Hoewel slechts een minderheid van 11% zich werkelijk onzeker voelt wanneer men zich online begeeft, geeft meer dan 6 op 10 Vlamingen aan dat het moeilijk is om alle risico's van internetgebruik in te schatten. 66% voelt zich onzeker over wat er met hun persoonlijke data op het internet gebeurt. Noemenswaardig is dat deze onzekerheid zich sterker uit tegenover diensten (68%) dan tegenover wat andere online gebruikers (58%) met hun openbare gegevens kunnen ondernemen.

Naast onzekerheid kan men zich ook machteloos voelen over hoe externe partijen omgaan met persoonlijke gegevens. Zo blijkt ook uit de resultaten dat 6 op de 10 Vlamingen ervan overtuigd is niet voldoende bij machte te zijn om hun persoonlijke gegevens degelijk te beschermen tegenover mogelijke gevaren op het internet. 69% stelt zelfs dat het naïef zou zijn om te denken dat men zijn/haar gegevens betrouwbaar *kan* beschermen.

Deze gevoelens van machteloosheid en onzekerheid tegenover hedendaagse datapraktijken internaliseren zich minder in gevoelens van resignatie. Slechts een kwart van de Vlamingen stelt het opgegeven te hebben om proberen mee te zijn met huidige manieren om hun gegevens te beschermen. Eenzelfde minderheid (24%) gelooft dat het geen verschil maakt of men zijn/haar gegevens probeert te beschermen of niet en heeft weinig zin om veel tijd te spenderen aan het beschermen van hun persoonlijke data. Het percentage dat zich neergelegd heeft bij de huidige praktijken is nog beperkter: slechts 16% vindt zichzelf nonchalant omgaan met hun persoonlijke gegevens online.

Een meerderheid van de Vlamingen is dus bezorgd over zijn online privacy, maar welke acties stelt men om zich online te beschermen? Uit onze resultaten blijkt dat men in de eerste plaats actief probeert na te denken over de toegangspoort tot bepaalde gegevens. Zo kiest 69% er soms voor om bepaalde gegevens moedwillig niet te delen en 66% downloadt bewust bepaalde applicaties niet. De helft van de Vlamingen verwijdert ook regelmatig zijn/haar cookies. Toch scoren bepaalde basisacties eerder laag. Hoewel vanuit verschillende hoeken geopperd wordt om regelmatig je wachtwoorden te veranderen, geeft slechts 38% aan dit op regelmatige basis te doen. 43% gebruikt beveiligings- of anti-trackingsoftware en 41% past de privacy-instellingen van hun sociale media aan. Andere, meer geavanceerde technieken, kennen een lage adoptiegraad: zo gebruikt slechts 16% een wachtwoordmanager, 18% soms een VPN en slechts 6% heeft een privacybeschermende browser plug-in geïnstalleerd. Als we even inzoomen op het aanpassen van standaardopties omtrent gegevensverzameling bij diensten/apps/platforms geeft een meerderheid aan deze zelden aan te passen. Zo geeft slechts 36% aan dat ze vaak bij het toestemming verlenen aan cookies de standaardinstellingen aanpassen. Slechts 17% neemt dan weer de moeite om een aanvraag om persoonlijke gegevens te verwijderen, te verzenden.

Algemeen kunnen we concluderen dat een groot deel van de Vlaamse bevolking zich bezorgd voelt om zijn/haar online privacy. Dit heeft voor een kleinere groep geleid tot gevoelens van onzekerheid wanneer men het internet gebruikt, en machteloosheid tegenover het gebruik van persoonlijke gegevens door internetbedrijven. De voornaamste voedingsbodem hiervoor is een gevestigde frustratie omtrent een gebrek aan overzicht wat er met onze gegevens gebeurt, wie welke gegevens over ons bezit en wat er met onze persoonlijke gegevens gebeurt (het transparantie- en controleprobleem). En laat dat nu net twee elementen zijn waar de functionaliteiten van persoonlijke datakluisen graag in wensen tegemoet te komen.

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 1.1. BEZORGDEHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Alles in acht genomen, kan het internet serieuze privacyproblemen veroorzaken	91%	88%	74%	83%
In vergelijking met anderen ben ik meer begaan met hoe internetbedrijven met onze persoonlijke gegevens omgaan	51%	45%	21%	37%
Voor mij is het zeer belangrijk om mijn privacy te beschermen van internetbedrijven	83%	76%	51%	68%
Ik ben bezorgd over mijn online privacy	80%	75%	40%	63%

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

TABEL 1.2. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	76%	82%	61%	72%
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen	91%	80%	54%	73%
Ik vind het oké om persoonlijke gegevens te delen zolang ik daarvoor iets in de plaats krijg (bvb. informatie en dienstverlening op maat)	39%	29%	54%	42%
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	86%	82%	67%	78%
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	73%	69%	40%	59%
Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet (bv. oude profielfoto's)	56%	46%	34%	45%
Ik wil de mogelijkheid om bepaalde types gegevens niet meer te delen met organisaties of zelf al mijn data terug kunnen roepen	96%	83%	68%	82%
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	90%	81%	49%	71%
Ik voel me goed geïnformeerd omtrent de risico's van cybercriminaliteit	44%	25%	42%	38%
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy voorop plaatsen	47%	31%	34%	37%
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	95%	90%	76%	86%
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	95%	83%	66%	80%
Wanneer ik op een weblink uit een e-mail, chatbericht of sms duw denk ik na over de veiligheid van mijn gegevens	84%	72%	65%	73%
Ik ben in staat verdachte e-mails, berichten en pop-ups te herkennen die gegevensverlies of misbruik op mijn digitale apparaat kunnen veroorzaken	84%	59%	72%	73%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.3. GEVOELEN VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik voel me onzeker wanneer ik het internet gebruik	7%	19%	9%	11%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat er gebeurt	30%	41%	25%	31%
Ik versta niet alle veranderingen die op het internet plaatsvinden	40%	62%	37%	45%
Het is moeilijk om alle risico's verbonden aan internetgebruik te begrijpen	65%	79%	54%	64%
Het is moeilijk om mee te blijven met alle dingen die gebeuren op het internet	64%	79%	53%	63%
Ik ben niet zeker dat ik alles juist doe wanneer ik het internet gebruik	38%	58%	35%	42%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat ik moet doen	28%	49%	29%	34%
Ik ben onzeker over wat er gebeurt met mijn persoonlijke gegevens op het internet	80%	81%	45%	66%
Ik ben onzeker over wat diensten, die ik gebruik, doen met mijn persoonlijke gegevens	83%	83%	45%	68%
Ik ben onzeker over wat andere gebruikers, die ik online tegenkom, doen met mijn persoonlijke gegevens	70%	71%	40%	58%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.4. GEVOELEN VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Uiteindelijk kan ik niet voorkomen dat anderen toegang hebben tot mijn gegevens	61%	67%	53%	59%
Ik heb de macht niet om mijn persoonlijke gegevens degelijk te beschermen tegen alle mogelijke gevaren op het internet	63%	75%	49%	60%
Als iemand vastberaden is om mijn persoonlijke gegevens te gebruiken, is er niks dat ik kan doen om hen te stoppen	61%	70%	47%	58%
Zelfs als ik mijn gegevens probeer te beschermen, kan ik anderen niet beletten toegang ertoe te hebben	56%	63%	43%	53%
Het zou naïef zijn te denken dat ik mijn gegevens op betrouwbare wijze kan beschermen	71%	81%	59%	69%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.5. GEVOELENS VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Het maakt geen verschil of ik probeer mijn gegevens online te beschermen of niet	20%	31%	23%	24%
Ik heb het opgegeven om te proberen mee te zijn met huidige manieren om mijn persoonlijke gegevens online te beschermen	21%	32%	26%	26%
Ik ben nonchalant met mijn persoonlijke gegevens online, omdat het onmogelijk is deze degelijk te beschermen	10%	16%	22%	16%
Ik heb geen zin om veel tijd te spenderen aan gegevensbescherming op het internet	14%	21%	34%	24%
Het heeft geen zin om te veel aandacht te spenderen aan het beschermen van mijn persoonlijke gegevens online	10%	17%	20%	16%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.6. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR SOLIDSEGMENT

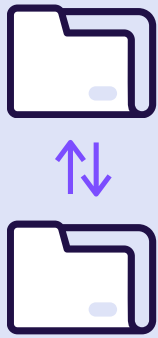
	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	81%	70%	59%	69%
Ik download bepaalde apps bewust niet	76%	70%	55%	66%
Ik gebruik beveiligings- of anti-trackingsoftware	54%	39%	37%	43%
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	44%	35%	35%	38%
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	53%	32%	36%	41%
Ik verwijder regelmatig cookies	61%	51%	42%	51%
Ik pas de privacy settings (via 'instellingen') op mijn smartphone aan	43%	24%	20%	29%
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	53%	49%	25%	41%
Ik verwijder applicaties of accounts	42%	29%	26%	32%
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	26%	28%	18%	23%
Ik surf in 'incognito'-modus	21%	11%	15%	16%
Ik gebruik valse informatie bij registratie	12%	8%	5%	8%
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	17%	15%	7%	13%
Ik gebruik een privacy browser plug-in	11%	4%	3%	6%
Ik gebruik een password-tool/wachtwoordmanager	24%	7%	15%	16%
Ik gebruik soms een VPN	26%	13%	15%	18%
Ik onderneem geen acties	1%	4%	5%	3%

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

**TABEL 1.7. AANPASSEN STANDAARDOPTIES GEGEENSVERZAMELING OP DIENSTEN/APPS/PLATFORMEN,
NAAR SOLIDSEGMENT**

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Vinkjes in privacyverklaringen uitvinken	41%	29%	15%	28%
Vinkjes uitvinken in cookiemeldingen	51%	37%	23%	36%
Standaardinstellingen in instellingen wijzigen	32%	21%	16%	23%
Vragen om persoonlijke gegevens te verwijderen	21%	17%	13%	17%

Hoe vaak pas je de gegevensverzameling van diensten/platforms/apps aan in plaats van de standaardopties te behouden?
– Minstens 'vaak'



Hoofdstuk 3

Bereidheid tot Datadelen

BEREIDHEID TOT DATADELEN



7%

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

65%

vindt dat bij het delen van persoonlijke data het duidelijk moet zijn welke voordelen hieraan verbonden zijn



55%

wil dat er een uitleg wordt gegeven met informatie hoe een organisatie/bedrijf persoonlijke data zou gebruiken of delen

Je deelt gemakkelijk gegevens...



24%

in ruil voor gratis diensten of producten



26%

om tijd te besparen



21%

om aangepaste aanbevelingen te ontvangen

Vandaag de dag steunt (online) dienstverlening steeds meer op het delen van data. Hoewel die data kunnen aangewend worden om bijvoorbeeld kwalitatievere of persoonlijkere diensten aan te bieden, heeft het voor de internetgebruiker ook mogelijke nefaste gevolgen. In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de huidige datadelingspraktijken van de Vlaming. Ook stelden we een basismeting op waarbij we peilden naar hoe comfortabel de burger zich voelt met het delen van verschillende types data. Tot slot werd ook gevraagd welke verbeterpunten ervoor zouden kunnen zorgen dat Vlamingen zich comfortabeler voelen met het delen van data met bedrijven/organisaties.

Een eerste cijfer is meteen onverbiddelijk: slechts 7% van de Vlamingen geeft aan dat ze zich vandaag de dag volledig comfortabel voelen met het delen van hun persoonlijke gegevens met bedrijven/organisaties. Toch ligt haast een kwart (22%) van de Vlamingen niet wakker van hoe hun gegevens worden verzameld en gebruikt. Er zijn verscheidene redenen die hier aan de grondslag liggen. Zo geeft 26% van de Vlamingen aan hun gegevens te willen delen om zo tijd te kunnen besparen. Iets minder dan een kwart (24%) deelt graag gegevens om zo gebruik te kunnen maken van gratis diensten of producten. Iets meer dan een vijfde van de Vlamingen deelt ook makkelijk gegevens om zo persoonlijke aanbevelingen te kunnen verkrijgen. Naast deze drijfveren voelt een meerderheid van de Vlamingen dat ze meer geneigd zijn hun gegevens met bedrijven/organisaties te delen online, indien zij weten dat deze bedrijven een goede reputatie hebben (61%), al dan niet ontstaan uit positieve ervaringen met die bedrijven (59%).

Niet elk type data wordt door burgers per se als even gevoelig beschouwd. Zo voelt een grote meerderheid van de Vlamingen zich algemeen wel voldoende comfortabel om gegevens zoals leeftijdsgroep & geslacht (83%), meningen over producten & diensten (76%) & interesses (65%) te delen. Opvallend is dat basisgegevens zoals naam en e-mailadres lager scoren (42%). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat dit men hiervoor zijn/haar anonimiteit online opgeeft en ongewenst contact (phishing/hacking/...) mogelijk maakt. Bepaalde gegevens worden dan weer duidelijk als gevoeliger beschouwd. Zo acht slechts 13% zich comfortabel om berichten, foto's en contacten op sociale media met bedrijven te delen. Het hoeft ook niet te verwonderen dat gezondheidsgegevens (15%), financiële data (7%) en kredietkaartgegevens (5%) bijzonder laag scoren.

Algemeen kan dus gesteld worden dat de Vlaming zich niet bijster comfortabel voelt met het delen van zijn/haar gegevens. Hoe kunnen we dan tegemoet komen aan de noden van de Vlaming om hen comfortabeler te doen voelen met het delen van hun data? 65% van de Vlamingen wijst erop dat men meer duidelijkheid wenst over welke persoonlijke voordelen hieraan verbonden zijn. Een groot deel van de Vlamingen vindt immers dat het proces om data te delen vaak te complex is. 50% van de Vlamingen wijst erop dat ze zich comfortabeler zouden voelen met het delen van hun gegevens indien zij hier duidelijke en stapsgewijze instructies zouden voor krijgen over hoe zij dit moeten doen, terwijl 55% aangeeft vooral geïnformeerd te willen worden waarom bedrijven hun gegevens wensen te verkrijgen en met welk doel. Slechts een beperkt deel van de Vlamingen wenst hierin externe hulp of ondersteuning te zoeken. Zo geeft bijvoorbeeld slechts 11% aan dat zij zich comfortabeler zouden voelen indien ze hiervoor een opleiding zouden kunnen krijgen vanuit de overheid, terwijl ook hulp krijgen van vrienden of familie of lokale trainingen binnen of het krijgen van lokale trainingen over het veilig delen van gegevens gelijkaardig scoren (respectievelijk 13% en 15%). Toch lijkt het aanbieden van externe ondersteuning rond het delen van persoonlijke gegevens online mogelijk interessant voor een oudere bevolking, die hier hoger dan het Vlaamse gemiddelde aangeven dat dit hen kan helpen.

De algemene resultaten duiden ook hier dat de huidige ervaringen met datadelen de Vlaming niet gerust stelt. Toch zien we ook hier een parallel met de eerdere privacybezorgdheden: men ervaart wel een hogere mate van bereidheid indien het persoonlijk voordeel dat ze hieruit kunnen halen voor hen duidelijk is. Bovendien kan ook hier transparantie & controle (duidelijkheid met welk doel door wie dat wordt aangewend) een verhoogde bereidheid betekenen. De helft van de Vlamingen vindt dat het proces om data te delen helderder zou moeten zijn. Ook dit zijn steevast zaken waar persoonlijke datakluisen op kunnen inspelen. Persoonlijke datakluisen hebben immers niet louter als doel om het delen van data te bemoeilijken, maar willen dit net bestendigen, door dit proces eenvoudiger en helderder te maken, maar tevens door meer geïnformeerde beslissingen te kunnen overlaten aan de gebruiker van de datakluis. Om het potentieel van een persoonlijke datakluis dan ook maximaal aan te boren, wordt het belangrijk dat ingezet wordt op deze waarden.

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 2.1. PERSOONLIJKE ONGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Je deelt gemakkelijk gegevens in ruil voor gratis diensten of producten	17%	16%	36%	24%
Je ligt niet wakker over hoe gegevens over jou worden verzameld en gebruikt	11%	14%	37%	22%
Je deelt gemakkelijk gegevens om tijd te besparen	19%	15%	39%	26%
Je deelt gemakkelijk gegevens om aangepaste aanbevelingen te ontvangen	15%	11%	32%	21%
Je deelt gemakkelijk gegevens met bedrijven waar je al ervaring mee hebt	64%	41%	67%	59%
De reputatie van een bedrijf beïnvloedt het al dan niet delen van jouw persoonlijke data	71%	48%	61%	61%
Bij het delen van mijn persoonlijke data moet het duidelijk zijn welke voordelen voor jou hieraan verbonden zijn	78%	60%	57%	65%

Hoe goed beschrijven volgende stellingen jou? – minstens ‘akkoord’

TABEL 2.2. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT

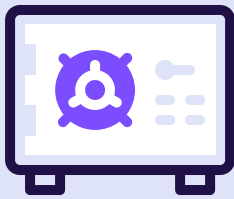
	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Leeftijdsgroep en geslacht	84%	71%	89%	83%
Mening over producten en diensten	78%	63%	83%	76%
Interesses	60%	50%	79%	65%
Naam en e-mail	32%	29%	58%	42%
Aankopen in het verleden	32%	24%	57%	40%
Aankoopplannen	20%	16%	44%	28%
Mediagebruikgegevens	17%	13%	43%	26%
Locatie (waar u bent)	9%	11%	32%	19%
Berichten, foto's en contacten op sociale netwerken	7%	7%	23%	13%
Gezondheidsgegevens	6%	7%	27%	15%
Financiële gegevens	2%	3%	14%	7%
Kredietkaartgegevens	2%	2%	10%	5%
Gegevens bij culturele organisaties (vb. vrije tijd)	24%	17%	46%	31%

Duid aan in welke mate u comfortabel bent met het delen van volgende gegevens – minstens ‘comfortabel’

TABEL 2.3. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Als er een uitleg zou gegeven worden met informatie hoe de organisatie persoonlijke data zou gebruiken of delen	71%	46%	48%	55%
Als het delen van persoonlijke data minder complex zou gemaakt worden dan vandaag	50%	37%	34%	40%
Als er een opleiding zou voorzien worden door de overheid	13%	10%	11%	11%
Als ik duidelijke en stapsgewijze instructies zou krijgen om veilig mijn persoonlijke data te delen	61%	46%	44%	50%
Als ik hulp zou krijgen van een vriend of familielid om mij te helpen de juiste toestemmingen voor het delen van gegevens in te stellen	14%	14%	12%	13%
Als ik deel zou nemen aan een lokale training over het veilig delen van gegevens over mij (bv. georganiseerd door cultureel centrum, bibliotheek, school, enz.)	21%	13%	11%	15%
Ik weet het niet	4%	14%	12%	10%
Niet van toepassing – Ik voel mij al comfortabel om persoonlijke data te delen	2%	3%	13%	7%
Niet van toepassing – Niets kan mij meer comfortabel doen voelen om persoonlijke data te delen	4%	10%	3%	5%

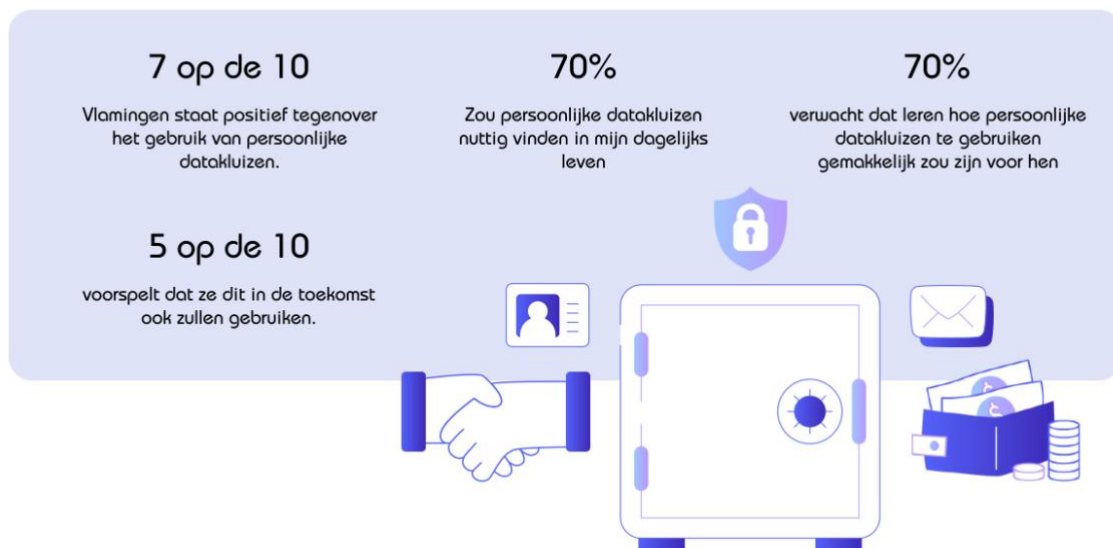
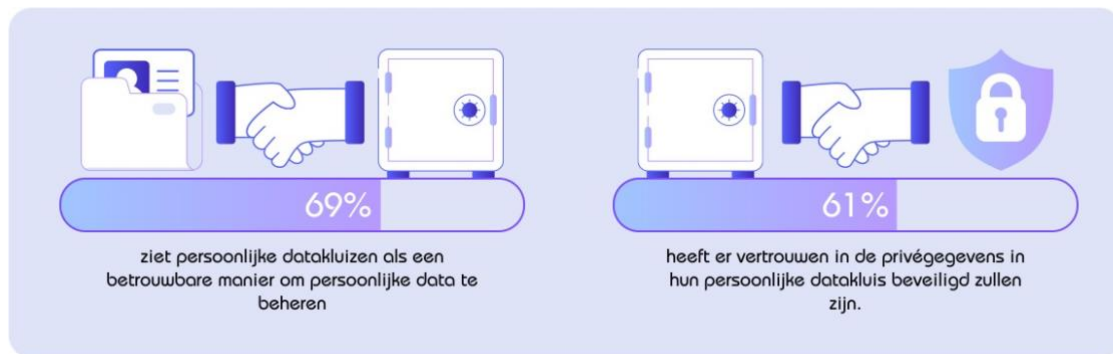
Wat zou je comfortabeler doen voelen om persoonlijke data te delen met bedrijven en overheden?
 Duid alle opties aan die van toepassing zijn (meerdere antwoorden mogelijk) – minstens 'akkoord'



Hoofdstuk 4

Persoonlijke datakluisen

PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN



ATTITUDE & ADOPTIEFACTOREN

In de eerdere hoofdstukken rond 'privacy' en 'datadeling' haalden we reeds aan dat Vlaanderen zich algemeen zorgen maakt om de ongebreidelde datadrang en privacy-erosie die zich voordoen in het huidige datalandschap en dat meer transparantie en controle wenselijk is. Tot dan toe in de bevraging werd het nog niet gerept over het concept 'persoonlijke datakluisen'. Daar persoonlijke datakluisen alsnog geen wijdverspreide adoptie kennen en het opzet van dit rapport eruit bestaat een inschatting te maken van het potentieel in Vlaanderen, werden respondenten geïntroduceerd tot het concept door middel van een korte representatietekst, waarin wel wordt aangegeven wat het opzet van persoonlijke datakluisen tracht te bewerkstelligen. Deze representatietekst is raadpleegbaar in de appendix. Na de introductietekst peilden we bij de respondenten naar enkele adoptiedeterminanten, hun verwachtingspatroon, algemene attitude en intentie tot gebruik.

7 op de 10 Vlamingen staat positief tegenover het concept van persoonlijke datakluisen. Ongeveer de helft van hen (34%) houdt er een sterk positieve attitude op na. Bijna de helft van de Vlamingen (49%) voorspelt dat ze in de toekomst persoonlijke datakluisen ook zullen gebruiken. 22% is hier

stevig van overtuigd. Algemeen gesteld houdt een meerderheid van de Vlamingen er dus een positieve attitude ten opzichte van persoonlijke datakluisen op na. De helft ziet het zich in de toekomst ook zeker gebruiken. Toch ligt het aantal dat sterk overtuigd is dat ze in de toekomst persoonlijke datakluisen zullen gebruiken aanzienlijk lager.

Naast een algemene attitude en intentie tot gebruik bevroegen we ook welke factoren hun houding zou kunnen verklaren. Gevraagd naar de verwachting over het nut van persoonlijke datakluisen, is iets meer dan de helft ervan overtuigd dat persoonlijke datakluisen hen bepaalde taken sneller en doeltreffender kan laten vervullen. 7 op de 10 Vlamingen verwacht ook dat het aanleren van het gebruik voor hen gemakkelijk zou zijn. Dit is eenzelfde groep die er een positieve attitude op nahoudt, wat een indicatie vormt dat dit een belangrijke bijdragende factor is in de attitudevorming.

Wanneer we kijken of mensen ook verwachten dat het gebruik van persoonlijke datakluisen een plezierige ervaring kan vormen, is men minder overtuigd. 44% geeft aan dat men verwacht het gebruik leuk te vinden, terwijl slechts 1 op 3 Vlamingen denkt dat het gebruik een plezierige beleving zou kunnen zijn. Deze cijfers bevestigen vooral dat men persoonlijke datakluisen niet overweegt vanuit hedonistische motiveringen (een leuke gimmick), maar eerder naar ernaar kijkt vanuit een principiële of utilitaristische bril: een nuttige tool die ten dienste staat met als intentie bepaalde (dagelijkse) processen te verbeteren.

Een voorname bijdrage die persoonlijke datakluisen hopen te verwezenlijken is het teruggeven van controle aan de burger, door hen via mechanismen in staat te stellen autonome beheersbeslissingen met betrekking tot hun persoonlijke data te nemen. 2/3^{de} van de Vlamingen geeft het gevoel dat persoonlijke datakluisen hen ook deze controle terug kan geven. 62% gelooft zelfs dat dit hen volledige controle terug kan geven.

De perceptie van persoonlijke datakluisen kan ook beïnvloed worden door externe factoren, zoals faciliterende condities (bijvoorbeeld toegang tot kennis en middelen) en sociale invloeden. 56% is overtuigd dat zij voldoende kennis zouden hebben om overweg te kunnen met persoonlijke datakluisen. 61% is ook van mening dat zij hulp van anderen zouden kunnen verwerven indien zij moeilijkheden zouden ervaren bij het gebruik van persoonlijke datakluisen. Meer dan een derde van de Vlamingen gelooft dat hun vrienden- en kennissenkring, het gebruik van persoonlijke datakluisen zouden aanraden.

Tot slot beschouwen we enkele factoren die bijdragen tot een perceptie van vertrouwen en betrouwbaarheid. Zo ziet 69% het gebruik van persoonlijke datakluisen als een betrouwbare manier om persoonlijke data te beheren. 62% vertrouwt erop dat persoonlijke datakluisen hun online privacy zal beschermen. 61% heeft er vertrouwen in de privégegevens in hun persoonlijke datakluis beveiligd zullen zijn. Toch kan de perceptie van vertrouwen nog beter. Slechts 53% van de Vlamingen is overtuigd dat hun data in een persoonlijke datakluis niet door ongeschikte partijen zal misbruikt worden. Toch is de algehele perceptie van risico's verbonden aan het gebruik van persoonlijke datakluisen eerder beperkt: 26% denkt dat er een aanzienlijke risico zou verbonden zijn aan het beheren van data door middel van persoonlijke datakluisen.

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 3.1. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Persoonlijke datakluisen gebruiken lijkt me een goed idee	95%	31%	74%	70%
Persoonlijke datakluisen gebruiken lijkt me een verstandig idee	94%	28%	73%	68%
Ik vind het een interessant idee om persoonlijke datakluisen te gebruiken	95%	26%	70%	67%

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 3.2. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik ben van plan persoonlijke datakluisen in de toekomst te gebruiken	80%	8%	49%	49%
Ik zou altijd proberen persoonlijke datakluisen in mijn dagelijks leven te gebruiken	80%	9%	48%	49%
Ik voorspel dat ik persoonlijke datakluisen zal gebruiken	81%	9%	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 3.3. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik zou persoonlijke datakluisen nuttig vinden in mijn dagelijks leven	95%	37%	69%	70%
Persoonlijke datakluisen zouden het makkelijker voor mij moeten maken om taken te voltooien die belangrijk zijn	82%	33%	57%	59%
Persoonlijke datakluisen gebruiken zou het mogelijk maken voor mij om bepaalde taken sneller te vervullen	73%	27%	51%	52%
Persoonlijke datakluisen gebruiken zou mijn doeltreffendheid verbeteren	73%	26%	50%	51%

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 3.4. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Leren hoe persoonlijke datakluisen te gebruiken zou gemakkelijk zijn voor mij	88%	42%	72%	70%
De interactie met persoonlijke datakluisen zou voor mij helder en verstaanbaar zijn	86%	32%	67%	64%
Persoonlijke datakluisen zou ik makkelijk in gebruik vinden	88%	27%	66%	64%
Het zou gemakkelijk zijn voor mij om vaardig te worden in het gebruik van persoonlijke datakluisen	90%	36%	68%	67%

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 3.5. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me leuk	63%	13%	48%	44%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me plezierig	46%	6%	38%	33%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me entertainend	21%	3%	24%	18%

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 3.6. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik zou over de nodige middelen beschikken om persoonlijke datakluisen te kunnen gebruiken	77%	25%	58%	56%
Ik zou de nodige kennis hebben om te weten hoe ik persoonlijke datakluisen moet gebruiken	75%	26%	59%	56%
Ik heb het idee dat persoonlijke datakluisen compatibel zouden zijn met andere technologieën die ik gebruik	81%	25%	59%	57%
Ik zou hulp kunnen krijgen van anderen wanneer ik moeilijkheden zou hebben om persoonlijke datakluisen te gebruiken	73%	38%	64%	61%

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 3.7. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Mensen die belangrijk voor mij zijn zouden denken dat ik persoonlijke datakluisen zou moeten gebruiken	54%	14%	37%	37%
Mensen die invloed hebben op mijn gedrag zouden vinden dat ik persoonlijke datakluisen zou moeten gebruiken	47%	15%	33%	33%
Mensen, wiens mening ik waardeer, zouden het liever hebben dat ik persoonlijke datakluisen zou gebruiken	52%	15%	36%	36%

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 3.8. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over de informatie die ik in persoonlijke datakluisen opsla	88%	25%	73%	66%
Privacyinstellingen van persoonlijke datakluisen zouden ervoor zorgen dat ik volledige controle zou hebben over de informatie die ik erin opsla	85%	23%	67%	62%
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over wie de informatie, die ik in persoonlijke datakluisen bewaar, kan zien	87%	24%	71%	64%

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 3.9. PERCEPTIE VAN RISICO'S BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik denk dat er een groot risico van verlies verbonden zou zijn aan het gebruik van persoonlijke datakluisen om mijn data te beheren	18%	41%	22%	26%
Er zou een aanzienlijk risico verbonden zijn aan het gebruik van persoonlijke datakluisen om mijn data te beheren	18%	43%	21%	26%
Een beslissing om persoonlijke datakluisen te gebruiken om mijn data te beheren, lijkt me riskant	11%	44%	19%	23%

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 3.10. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik heb er vertrouwen in dat de informatie, die ik in een persoonlijke datakluis zou opslaan, niet door ongeschikte partijen zal worden misbruikt	74%	13%	61%	53%
Ik heb er vertrouwen in dat de privégegevens die ik in persoonlijke datakluisen zou opslaan, beveiligd zullen zijn	83%	19%	70%	61%
Ik geloof dat ongepaste partijen de informatie, die ik zou opslaan in persoonlijke datakluisen, doelbewust kunnen bekijken	24%	46%	25%	30%

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 3.11. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Het gebruik van persoonlijke datakluisen zou een betrouwbare manier zijn om mijn persoonlijke data te beheren	94%	25%	76%	69%
Ik kan erop rekenen dat het gebruik van persoonlijke datakluisen, om mijn persoonlijke data te beheren, mijn privacy zal beschermen	88%	19%	68%	62%
Ik heb het gevoel dat ik kan vertrouwen op het gebruik van persoonlijke datakluisen om mijn persoonlijke data te beheren	88%	17%	71%	63%

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’

KENMERKEN EN MOGELIJKHEDEN

In de representatietekst die de respondenten voorgeschoteld kregen, werden allerlei eigenschappen & intenties van een persoonlijke datakluis beschreven. Deze kenmerken werden ingedeeld in 3 categorieën: transparantiefeatures, controlefeatures en overige kenmerken. Hoe belangrijk acht de Vlaming de verscheidene karakteristieken van een persoonlijke datakluis?

Uit onze bevraging blijkt dat Vlamingen vooral belang hechten aan de basismogelijkheden die persoonlijke datakluisen willen bewerkstelligen. Meer dan 7 op 10 Vlamingen beschouwt het verkrijgen van inzicht in welke gegevens worden gebruikt en het doel waarvoor deze gegevens worden gebruikt via persoonlijke datakluisen als essentieel. 63% vindt het ook belangrijk een overzicht te kunnen raadplegen welke entiteiten deze gegevens gebruiken. Een historisch overzicht van datagebruik wordt dan weer als minder onontbeerlijk aanzien (58%).

Meer dan louter een overzicht van gegevensstromen wil men persoonlijke datakluisen aanwenden om zelf meer beheer te kunnen uitoefenen over eigen data. Zo wil 8 op de 10 Vlamingen reactief controle kunnen uitoefenen door data uit de kluis te verwijderen of toestemming tot datagebruik in te trekken. Toch is het aantal Vlamingen dat via persoonlijke datakluisen preventief beheer wil kunnen uitoefenen haast identiek: 79% vindt het belangrijk dat men kan kiezen welke gegevens mogen gebruikt worden en 75% wil actief kunnen beheren wie hun gegevens mag gebruiken. 68% vindt het ook belangrijk dat men kan kiezen hoe lang andere partijen toegang krijgen tot hun gegevens. Tot slot beschouwen we ook enkele aparte kenmerken van persoonlijke datakluisen. Markant hier is dat driekwart van de Vlamingen het belangrijk vindt dat persoonlijke datakluisen ervoor kunnen zorgen dat de macht over persoonlijke gegevens niet langer bij grote techbedrijven blijft liggen. 73% vindt het eveneens belangrijk dat data op deze manier kan losgekoppeld worden van externe applicaties.

Deze cijfers wijzen erop dat de Vlaming zich algemeen wel bewust is dat het huidige datalandschap nadelig kan zijn voor hen. Dat persoonlijke datakluisen een potentiële machtsverschuiving kunnen betekenen, blijkt dan ook een aantrekkelijk gegeven te vormen. Noemenswaardig is ook meer dan de helft van de Vlamingen zelf een persoonlijke datakluis wil kunnen opzetten en *hosten*. Tot slot wil slechts 43% de mogelijkheid om meerdere datakluisen te kunnen hebben. Vermoedelijk is dit kenmerk van persoonlijke datakluisen voor Vlamingen niet geheel duidelijk. Tegelijk kan dit resultaat erop wijzen dat een algemeen overzicht van persoonlijke datastromen, waar men bijvoorbeeld meerdere datakluisen aan kan koppelen, een belangrijk argument ter adoptie kan vormen.

Algemeen kunnen we een parallel trekken tussen de eerder behandelde privacynoden van de Vlaming en de mogelijkheden die persoonlijke datakluisen te bieden hebben: de Vlaming kent een level van wantrouwen tegenover de hedendaagse dominantie van grote internetbedrijven en hun omgang met onze persoonlijke gegevens. Ze erkennen en betreuren een verlies van transparantie en controle over wat met hun data gebeurt. Dat een data-ecosysteem, hertekend door de introductie van persoonlijke datakluisen, hen een overzicht kan geven van hun datastromen en zij hier zelf meer autonoom beheer over kunnen uitoefenen, is dan ook een attractief gegeven. Het hoeft dan ook niet te verbazen dat deze basiskenmerken van persoonlijke datakluisen het meest

essentieel geacht worden. Meer geavanceerde mogelijkheden, zoals een beperking in tijd op datadeling of een historisch overzicht zijn nog steeds erg wenselijk, maar scoren algemeen wat lager. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat het nut van dergelijke functies vanuit een imaginaire representatie van datakluisen op dit moment voor potentiële gebruikers nog niet geheel duidelijk is. Eenzelfde redenering kunnen we toepassen op de lagere interesse in het kunnen opzetten van meerdere datakluisen. Tegelijk is dit ook een indicatie dat wie persoonlijke datakluisen wil aanbieden erbij gebaat is initieel vooral in te zetten op een goede werking van de basisfeatures die meer transparantie en controle mogelijk maken, en dan bij voorkeur vanuit 1 centrale plaats. Men doet er best aan waakzaam te zijn dat deze features gebruiksvriendelijkheid hoog in het vaandel dragen en niet al te invasief zijn voor ons dagdagelijks internetgebruik.

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 3.12. TRANSPARANTIEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
van wie mijn gegevens gebruikt (bvb. een tabblad waar je al jouw gedeelde persoonlijke gegevens kan bekijken)	83%	53%	51%	63%
welke gegevens worden gebruikt	90%	65%	63%	73%
met welk doel deze gegevens worden gebruikt	89%	66%	62%	72%
op welke manier deze gegevens verwerkt worden	79%	58%	51%	62%
van het gebruik van mijn gegevens in het verleden	77%	54%	45%	58%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Dat ik een overzicht heb...
– Minstens 'belangrijk'

TABEL 3.13 CONTROLEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
wie mijn gegevens mag gebruiken (vb. een tabblad waar je makkelijk kan aan-of uitvinken of bedrijven/overheden bepaalde persoonlijke gegevens kunnen bekijken.)	93%	69%	63%	75%
welke gegevens mogen gebruikt worden	94%	73%	69%	79%
hoe lang gegevens mogen gedeeld worden	85%	68%	55%	68%
om de toestemming om mijn gegevens te mogen gebruiken terug in te trekken	95%	79%	70%	81%
om data uit mijn kluis te verwijderen	95%	78%	69%	80%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Dat ik kan kiezen ...
– Minstens 'belangrijk'

TABEL 3.14 OVERIGE FEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
dat er een eigen plek is waar ik mijn gegevens kan bewaren	85%	51%	56%	64%
dat de macht niet langer bij grote (tech)bedrijven ligt	92%	75%	63%	76%
dat de data die gebruikt wordt losgekoppeld is van applicaties van derden	91%	67%	61%	73%
dat persoonlijke datakluisen ontwikkeld zijn op basis van open en vertrouwde internetstandaarden	86%	54%	56%	65%
dat ik kan kiezen bij welke organisaties ik een persoonlijke datakluis wil hebben	84%	58%	59%	67%
dat ik kan kiezen om meerdere datakluisen te hebben	57%	38%	34%	43%
dat ik zelf een persoonlijke datakluis kan opzetten en beschikbaar stellen	75%	41%	44%	54%

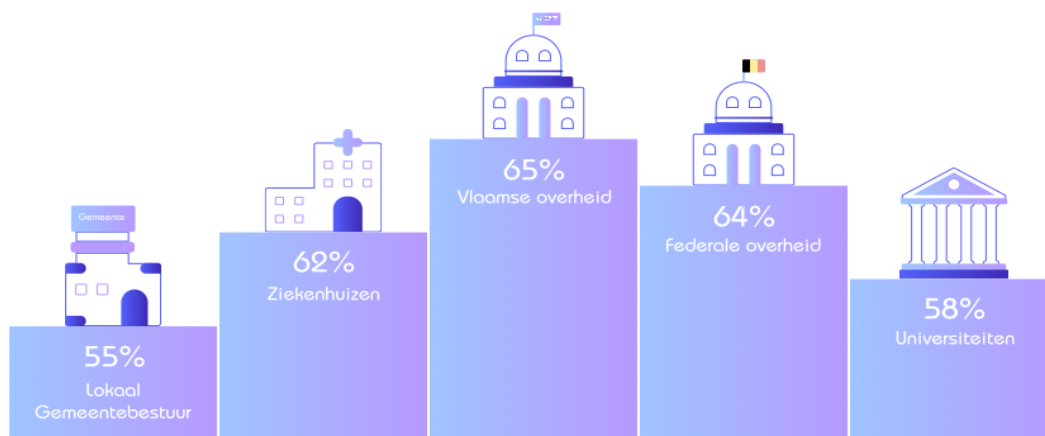
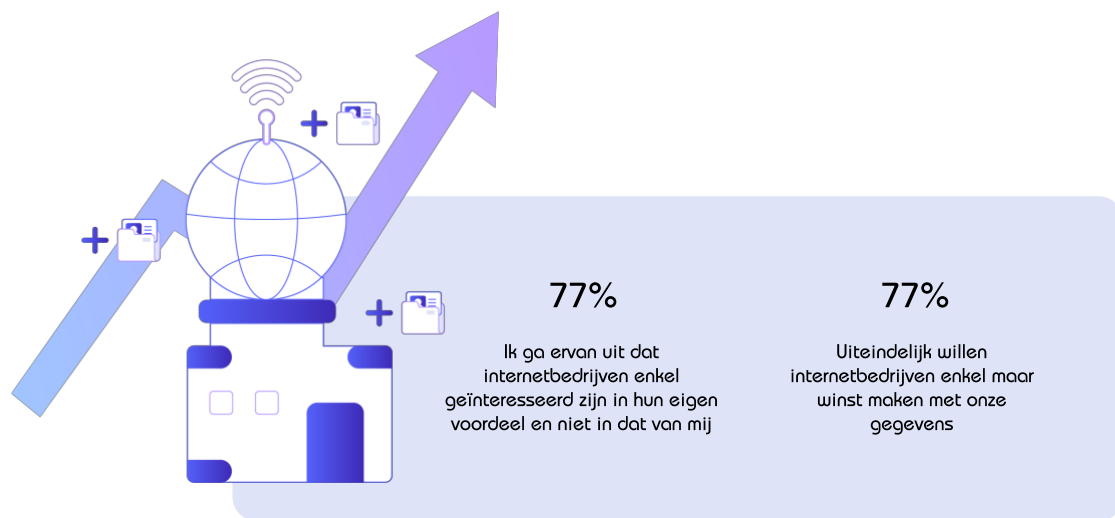
Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Ik vind het belangrijk...
– Minstens 'belangrijk'



Hoofdstuk 5

Institutioneel Vertrouwen

INSTITUTIONEEL VERTROUWEN



Vertrouwen in bedrijven/organisaties als potentiële aanbieders van persoonlijke datakluzen

Vertrouwen is noodzakelijk bij de adoptie van nieuwe technologie en alledaags gebruik. Eerder reflecteerden we over vertrouwen in een technologie en de werking ervan als een belangrijke determinant van de attitudevorming ten aanzien van persoonlijke datakluzen. Toch zijn er ook andere aspecten van vertrouwen die een rol kunnen spelen. Zo kan het algemeen vertrouwensbeeld ook beïnvloed worden door het vertrouwen dat aanbieders of beheerders van een technologisch systeem genieten. In dit hoofdstuk kijken we dieper naar het vertrouwen en wantrouwen in internetbedrijven en het vertrouwensbeeld van Vlamingen in verschillende sectoren en organisaties die persoonlijke datakluzen potentieel zouden kunnen aanbieden.

Een belangrijk onderdeel van het opzet van persoonlijke datakluzen is de intentie om het geloof van de burger in de data-economie terug te versterken. Dit blijkt ook nodig te zijn. De totaalcijfers tonen aan dat 77% van de Vlamingen ervan overtuigd is dat internetbedrijven niet het beste met hun gegevens voor hebben en vooral bezig zijn met eigen gewin. 67% gaat akkoord met de stelling dat

internetbedrijven met onze gegevens kunnen doen wat ze willen. Deze cijfers vertalen zich echter iets minder sterk door in het algemeen vertrouwensbeeld van internetbedrijven: 30% geeft aan dat ze internetbedrijven onbetrouwbaar achten.

Wanneer we wat dieper kijken naar het vertrouwen van de Vlaming en hoe internetbedrijven met hun persoonlijke data omgaan, wordt bevestigd dat grote internationale internetspelers het minst vertrouwen genieten. De meest negatieve uitschieters hier zijn de sociale mediaorganisaties, waarbij 92% aangeeft weinig vertrouwen te hebben in deze bedrijven. Wanneer we breder kijken dan louter internetbedrijven, genieten ziekenhuizen en aanbieders van gezondheidszorg met respectievelijk 77% algemeen het meeste vertrouwen over het beheer van persoonlijke gegevens. Ook de verschillende overheidsniveaus kunnen rekenen op een hoge mate van vertrouwen. Deze groep wordt gevolgd door banken (65%) en universiteiten (64%).

Gelijkaardige resultaten vinden we terug in de peiling naar het vertrouwen van deze organisaties/sectoren **als potentiële aanbieders van persoonlijke datakluzen**. Hier wijzen de resultaten erop dat overheden, vooral op Vlaams (65%) en federaal niveau (64%), het best geplaatst zijn om persoonlijke datakluzen aan te bieden, terwijl ook hier internationale grote spelers zeer weinig initieel vertrouwen als aanbieder genieten. Ook universiteiten, ziekenhuizen, banken en andere financiële maatschappijen genieten een hoog niveau van vertrouwen als mogelijke aanbieders. Opvallend is de lage score voor startups (8%). Voor deze groep lijkt het dus extra belangrijk om een initiële vertrouwensband te creëren bij het aanbieden van persoonlijke datakluzen.

Algemeen kunnen we stellen dat een meerderheid van de Vlamingen erkent dat de huidige data-economie voornamelijk de belangen van de grote internetbedrijven dient. Naarmate er meer initiatieven omtrent persoonlijke datakluzen zullen opduiken en deze in gebruik zullen worden genomen, zal het in de toekomst interessant zijn om op te volgen of datakluzen kunnen bijdragen tot een markante boost in vertrouwen in de data-economie. Instituten die reeds een degelijk niveau van vertrouwen krijgen van de Vlaamse burger, lijken ook het best gepositioneerd om kluzen voor persoonlijke data te gaan aanbieden. Overheden genieten hier de sterkste positie, maar worden nauw gevolgd door andere lokale, maatschappelijk sterk ingebedde instituten zoals banken, ziekenhuizen en universiteiten. Grote en kleine spelers met commerciële belangen genieten weinig initieel vertrouwen van de Vlaming. Zij zullen meer moeten inzetten op het creëren van een vertrouwensband met de consument.

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 4.1. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Ik ga ervan uit dat internetbedrijven enkel geïnteresseerd zijn in hun eigen voordeel en niet in dat van mij	85%	85%	64%	77%
Ik denk dat internetbedrijven niet eerlijk zijn	53%	63%	23%	43%
Ik denk dat internetbedrijven onbetrouwbaar zijn	35%	48%	15%	30%
Ik denk dat internetbedrijven niet het beste met mij voor hebben	45%	56%	21%	38%
Internetbedrijven zijn niet te vertrouwen	30%	44%	13%	27%
Uiteindelijk willen internetbedrijven enkel maar winst maken met onze gegevens	86%	89%	61%	77%
Grote internetbedrijven doen met onze gegevens wat ze willen	75%	84%	50%	67%

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

TABEL 4.2. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Vlaamse overheid	75%	54%	75%	70%
Mijn lokaal gemeentebestuur	73%	52%	77%	69%
Start-ups	6%	2%	16%	9%
Ziekenhuizen/Aanbieders van gezondheidszorg	81%	59%	84%	77%
Federale overheid	72%	52%	73%	67%
Vlaamse commerciële mediabedrijven	17%	12%	37%	24%
Vlaamse publieke mediabedrijven	40%	26%	56%	43%
Internationale mediabedrijven	13%	6%	35%	20%
Online detailhandelaars	27%	19%	55%	36%
Telecomproviders	41%	28%	63%	47%
Banken en kredietmaatschappijen	68%	46%	75%	65%
Verzekeringsmaatschappijen	56%	37%	69%	56%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek	35%	22%	41%	34%
Sociale media-organisaties	2%	3%	16%	8%
Internationale internetbedrijven	8%	5%	27%	15%
Universiteiten/wetenschappers	70%	42%	73%	64%

Duid aan in welke mate je volgende sectoren/organisaties vertrouwt met je persoonlijke gegevens – minstens ‘vertrouw ik’

TABEL 4.3. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Vlaamse overheid	74%	41%	73%	65%
Mijn lokaal gemeentebestuur	58%	34%	67%	55%
Start-ups	4%	1%	14%	8%
Ziekenhuizen/Aanbieders van gezondheidszorg	66%	39%	74%	62%
Federale overheid	73%	40%	73%	64%
Vlaamse commerciële mediabedrijven	6%	3%	25%	13%
Vlaamse publieke mediabedrijven	16%	8%	35%	22%
Internationale mediabedrijven	3%	2%	20%	9%
Online detailhandelaars	6%	6%	29%	16%
Telecomproviders	18%	10%	44%	26%
Banken en kredietmaatschappijen	51%	27%	66%	51%
Verzekeringsmaatschappijen	39%	21%	57%	42%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek	18%	11%	29%	21%
Sociale media-organisaties	2%	1%	11%	5%
Internationale internetbedrijven	4%	2%	19%	10%
Universiteiten/wetenschappers	65%	33%	68%	58%

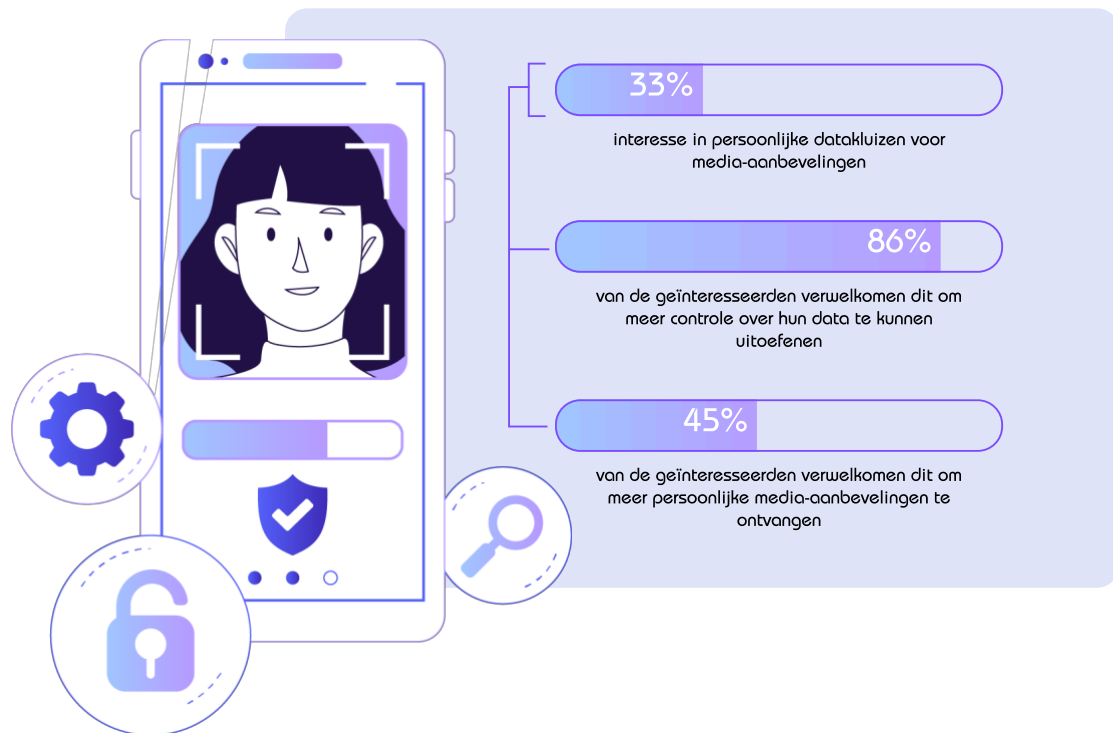
Duid aan in welke mate je volgende sectoren/organisaties vertrouwt met je persoonlijke gegevens – minstens ‘vertrouw ik’



Hoofdstuk 6

Domeinspecifieke validatie: Media

DOMEINSPECIFIEKE VALIDATIE: MEDIA



Naast de inzichten in dit rapport betreffende de algemene percepties en attitude van de Vlaming tegenover de introductie van persoonlijke datakluisen, heeft deze jaarlijkse bevraging tevens als doel om het potentieel van persoonlijke datakluisen binnen bepaalde markten/sectoren te gaan aftoetsen. Iedere markt/sector heeft immers zijn eigenheid. Het is per slot van rekening dan ook perfect mogelijk dat de percepties en attitude van de Vlaming wat betreft persoonlijke datakluisen in het algemeen niet stroken met de mogelijkheden die datakluisen binnen een bepaald domein trachten te bewerkstelligen. Denk bijvoorbeeld aan gezondheidsgegevens: misschien bent u het idee van persoonlijke datakluisen wel genegen, maar hebt u geen interesse om hier uw gezondheidsdata in op te slaan, of bijvoorbeeld in de mogelijkheid om gegevens van uw smartwatch te delen met uw huisdokter. In deze eerste uitgave beperken we ons nog tot een oppervlakkige bevraging naar het potentieel van persoonlijke datakluisen binnen specifieke domeinen. In volgende edities zal dit verder verrijkt worden met bredere bevragingen voortvloeiend uit toegepast onderzoek binnen het 'Solidlab Vlaanderen'-project en vraaggestuurd van de SOLIDgemeenschap.

In deze editie gaan we dieper in op het potentieel van persoonlijke datakluisen voor de mediasector en hoe deze mogelijk kunnen ingezet worden om betere persoonlijke aanbevelingen voor gebruikers te formuleren. Om dit mogelijk te maken, kan data als input gebruikt worden die afkomstig is van verscheidene bronnen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan filmaanbevelingen die niet louter worden opgesteld op basis van je kijkgeschiedenis, maar ook rekening houden met welke nieuwsgenres je graag leest, of je interesses ook baseert op basis van soundtrackvoorkeuren. Als gebruiker van persoonlijke datakluisen krijg je inzage in welke data hiertoe kan aangewend worden, en kan je zelf beheren welke datastromen mogen gebruikt worden. In welke mate staat de Vlaming open voor dit

idee en welke data acht men acceptabel als input voor persoonlijke media-aanbevelingen? Wij stelden een kort descriptief scenario op waarbij een persoonlijke datakluis voor media-aanbevelingen voorgesteld wordt, aangevuld met een korte duiding dat men transparantie en controle kan verwerven en uitoefenen over de gebruikte databronnen.

Scenarioschets media use case

Beeld je in dat je een account hebt op een nieuws- of mediawebsite of applicatie waar je persoonlijke aanbevelingen ontvangt. Deze aanbevelingen trachten je te gidsen naar inhoud die je, volgens de nieuws- of mediaorganisatie, interessant zal vinden. Om deze aanbevelingen te maken, gebruikt de nieuws- of mediaorganisatie bepaalde data of gegevens die ze over jou bezit, bijvoorbeeld thematische voorkeuren die je eerder zelf hebt ingegeven of je kijk-, lees-, of luistergeschiedenis.

De nieuws- of mediaorganisatie vraagt je of je bereid bent een extra functionaliteit te gebruiken door op hun nieuws- of mediawebsite of applicatie een persoonlijke datakluis te activeren in enkele simpele stappen. Door middel van deze datakluis kan je zelf heel goed nagaan welke data de nieuws- of mediaorganisatie over je bezit en kan je zelfs bepaalde data die het aanbevelingsmechanisme gebruikt, verwijderen of aanpassen.

Bijna 1/3^{de} van de Vlamingen toont interesse in het idee om door middel van een datakluis persoonlijke media-aanbevelingen te ontvangen. Indien we enkel deze geïnteresseerden in beschouwing nemen, stelt 86% dat de mogelijkheid om meer controle over hun persoonlijke data uit te oefenen een voorname reden is om te kiezen voor een persoonlijke mediakluis. Daartegenover staat dat 45% geïnteresseerd zou zijn in een mediakluis om betere persoonlijke aanbevelingen te verkrijgen, een aanzienlijk verschil van 41 procentpunten.

Welke databronnen zouden nieuws- of mediaorganisaties mogen aanwenden om betere aanbevelingen te formuleren voor gebruikers? Indien we ook hier de proportie geïnteresseerde burgers onder de loep nemen, zien we dat 37% vindt dat gegevens bij nieuwswebsites en interesses in nieuws hiervoor mogen gebruikt worden. Externe bronnen is men echter minder genegen. Zo zouden 22% van de geïnteresseerden bereid zijn hun data afkomstig van streamingplatformen te delen. Eenzelfde aantal overweegt ook klantenkaartgegevens van supermarkten en gegevens bij cultuurorganisaties (bijvoorbeeld 'reeds bezochte evenementen') hiertoe aan te wenden. Gegevens die tot stand komen vanuit internetgebruik, zoals bijvoorbeeld browsergeschiedenis, is men het minst genegen om deze beschikbaar te stellen.

Uit deze peiling kunnen we concluderen dat een aanzienlijk deel van de Vlamingen interesse heeft in het gebruik van persoonlijke datakluisen voor media-aanbevelingen. Toch is het personalisatiedoel voor hen niet de meest uitgesproken motivering. Ook hier blijkt dat de burger vooral op zoek is naar meer autonomie over welke data wordt gebruikt en voor welk doel. Ook zien we hier nog enige terughoudendheid in het combineren van meerdere databronnen om tot betere aanbevelingen te komen. Het lijkt dan ook primordiaal dat men de gebruiker voldoende inzage geeft in hoe de combinatie van meerdere databronnen hun persoonlijke aanbevelingen effectief verrijkt door dit meer tastbaar te maken.

OVERZICHT RESULTATEN

TABEL 5.1. INTERESSE IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
interesse om een persoonlijke datakluis voor persoonlijke media-aanbevelingen te gebruiken	41%	10%	34%	30%

In welke mate heb je interesse om een persoonlijke datakluis voor persoonlijke media-aanbevelingen te gebruiken?
– Minstens 'geïnteresseerd'

TABEL 5.2. MOTIVATIE GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
om aanbevelingen te ontvangen die beter aansluiten bij je interesses	44%	25%	50%	45%
om meer controle te krijgen over welke gegevens gebruikt kunnen worden (door het aanbevelingsmechanisme)	92%	73%	82%	86%

In welke mate activeer je de datakluis om... ?
– Filter op geïnteresseerden, minstens 'om deze reden'

TABEL 5.3. TOESTEMMING GEBRUIK DATA VOOR PERSOONLIJKE MEDIA-AANBEVELINGEN, NAAR SOLIDSEGMENT

	Privacy Pionier	Argwanende Achterblijver	Onbezorgde Opportunist	TOTAAL
Mijn gegevens bij sociale media platformen zoals Facebook of Twitter	15%	4%	37%	24%
Mijn gegevens bij muziekplatformen zoals Spotify of Soundcloud	13%	7%	29%	20%
Mijn gegevens bij nieuwswebsites inclusief mijn interesses	33%	12%	46%	37%
Mijn gegevens bij videoplatformen zoals Netflix, Disney+ of Streamz	14%	9%	33%	22%
Mijn gegevens bij klantenkaarten van supermarkketens zoals Colruyt of Carrefour	19%	9%	28%	22%
Mijn gegevens bij cultuurorganisaties (bvb. uitleengeschiedenis bibliotheek, cultuurpas, welke voorstellingen ik bezocht heb)	19%	12%	26%	22%
Mijn persoonlijke gegevens zoals socio-demografische factoren	15%	9%	21%	17%
Mijn gegevens van internetgebruik (bvb. browsergeschiedenis, ..)	9%	1%	16%	12%

Stel dat je de nieuws- of mediaorganisatie ook toestemming kan geven om andere gegevens aan je datakluis toe te voegen, om je zo betere aanbevelingen te kunnen geven. Welke gegevens van jou zou de nieuws- of mediaorganisatie hiervoor mogen gebruiken?
– Filter op geïnteresseerden

CONCLUSIE

Dit rapport heeft als doel algemene inzichten te verwerven in de privacy- en data-attitudes van de Vlaming en het adoptiepotentieel van persoonlijke datakluisen. Uit deze eerste bevraging kunnen we concluderen dat maar weinig Vlamingen zich comfortabel voelen met het delen van data online. Er heerst aanzienlijk wat wantrouwen tegenover internetbedrijven (en zeker Big Tech) en wat deze met onze data doen. Vooral het gebrek aan transparantie en controle over wat met onze data gebeurt, is een bron van ergernis voor veel Vlamingen. Ongeveer een kwart vertoont dan ook tekenen van cynisme en resignatie tegenover privacy op het web. Daartegenover staat dat 7 op de 10 Vlamingen gelooft in het potentieel van persoonlijke datakluisen en deze percipieert als een mogelijk betrouwbare manier om hun gegevens te beschermen en beheren. Overheden, met de Vlaamse Overheid op kop, en traditionele maatschappelijke instituten zoals banken, verzekeringen, universiteiten en ziekenhuizen ogen het best gepositioneerd om dit marktpotentieel als eerste aan te grijpen. Zij genieten het meest initieel vertrouwen van de Vlaming.

Het marktpotentieel voor persoonlijke datakluisen is aanwezig. Toch dienen we enkele kanttekeningen te plaatsen. Zo is de groep die positief kijkt naar persoonlijke datakluisen niet geheel dezelfde als zij die zich ergeren aan de dataproblematiek. Deze mensen bevinden zich vooral in het segment 'Onbezorgde Opportunist', voor wie privacy en vertrouwen niet onbelangrijk zijn, maar deze concepten beduidend minder impactvol zijn in hun attitudevorming naar persoonlijke datakluisen toe. Daarom zal het in vervolgonderzoek belangrijk zijn andere waarden en voordelen, die de Vlaming hoopt uit de adoptie van persoonlijke datakluisen te halen, te bekijken.

Toch dienen we voorzichtig te zijn met een zelfinschatting van toekomstig gebruik. Ook zijn er meerdere factoren die een invloed kunnen uitoefenen op het effectief gedrag en gebruik van datakluisen.: Hoeveel zal dit mij kosten? Zal dat wel zo gebruiksvriendelijk zijn als het lijkt? In welke mate het adoptiepotentieel dan ook werkelijk verzilverd zal worden, zal dus niet enkel afhangen van de gekende voordelen en mogelijke andere waarden, maar ook de specifieke uitwerking van persoonlijke datakluisen, hun integratie met bestaande (online) diensten en hoezeer zij een wijziging kunnen betekenen in het bestaande ecosysteem.

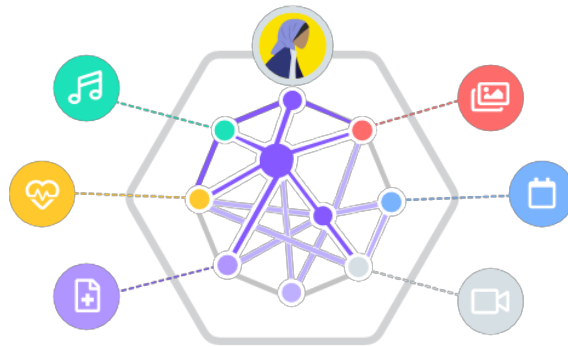
Aangezien persoonlijke datakluisen nog geen wijdverspreide adoptie kennen, en we vertrekken van een representatietekst om respondenten tot de idee te introduceren, is hun perceptie van de mogelijkheden vooralsnog gebaseerd op een geconstrueerd imaginair beeld. Het wordt dan ook uitermate belangrijk om het adoptiepotentieel van persoonlijke datakluisen te monitoren naar de toekomst toe, waar we rekening houden met een stijgende groep gebruikers die reeds ervaring zullen opgebouwd hebben met persoonlijke datakluisen.

APPENDIX

REPRESENTATIE TEKST PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN

Verschillende applicaties en bedrijven verzamelen data over jou, bijvoorbeeld welke muziek je luistert, op welke advertenties je klikt, of hoeveel stappen je hebt afgelegd. Die data bewaren ze vaak op hun eigen servers of op servers van grote technologiebedrijven. Doordat deze bedrijven en organisaties de controle hebben over jouw persoonlijke data hebben ze ook veel macht. Hiernaast weten we ook vaak niet wat organisaties juist met onze gegevens doen.

Een persoonlijke datakluis is een eigen plek waar al jouw persoonlijke, digitale gegevens bewaard kunnen worden. Jouw data zijn losgekoppeld van applicaties van derden. Vooraleer een bepaalde applicatie jouw data kan gebruiken is er eerst toestemming nodig van jou. Zo krijg jij terug meer **transparantie & controle** over wat met jouw data gebeurt.



In jouw persoonlijke datakluis kan je een overzicht raadplegen van **welke gegevens met welke partijen worden gedeeld én waarom dit gebeurt**. Van hieruit kan je in je persoonlijke datakluis **zelf aangeven welke data je deelt, met wie je deze gegevens deelt, en voor welk doel deze gegevens mogen gebruikt worden**. Ook kan je altijd instellen hoe lang die applicaties deze gegevens mogen gebruiken, kan je **je toestemming intrekken, of zelfs data verwijderen**. Om ervoor te zorgen dat al deze data makkelijk door verschillende partijen kan uitgelezen worden, zijn persoonlijke datakluisen gebouwd op basis van **open en vertrouwde internetstandaarden**.

Een persoonlijke datakluis kan je aanmaken bij een datakluisprovider. Dit kunnen allerlei bedrijven of organisaties zijn. Je kan ook meerdere datakluisen bij verschillende providers kiezen en deze al dan niet aan mekaar koppelen. Ook kan je zelf thuis je eigen persoonlijke datakluis opzetten en beheren.

DIGIPROFIELEN

(adaptatie van hoofdstuk uit *Digimeter 2021*)

Sinds 2009 monitort de imec.digimeter niet alleen de voornaamste evoluties inzake bezit en gebruik van technologie, maar vooral ook de attitude ten aanzien van technologie in Vlaanderen. Om een soort van algemeen inzicht te destilleren uit de Digimeterresultaten, werd in elke editie een segmentatie opgesteld van vijf 'digiprofielen'.

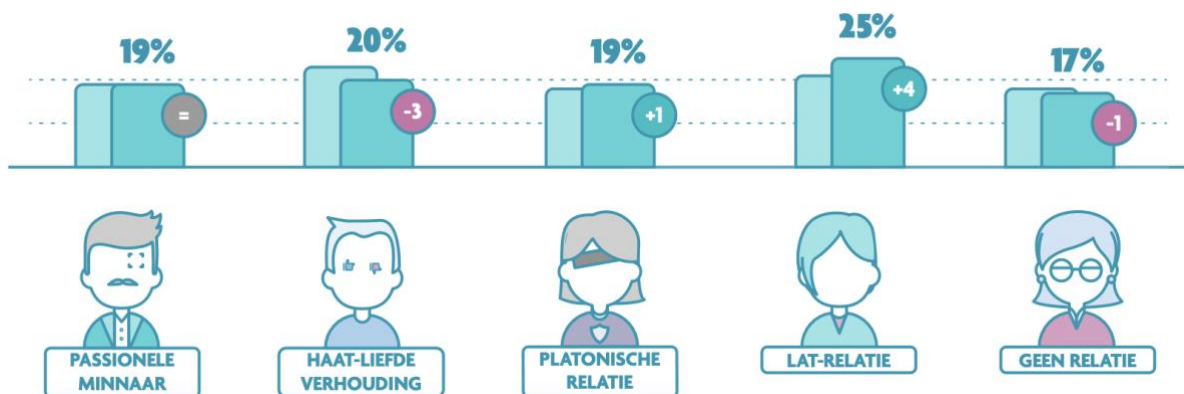
Daar waar het onderscheid tussen die profielen aanvankelijk op bezit van technologie lag, verschuift dat alsmaar meer naar gebruik, vaardigheden, en, minstens even belangrijk, ook de attitude ten aanzien van technologie. De meest prominente component binnen die attitudes zijn de zogenaamde technologieparadoxen waar de Vlaming alsmaar nadrukkelijker mee worstelt (zie ook de editie van vorig jaar). De voornaamste drie paradoxen zijn de volgende:

- *De afhankelijkheidsparadox*: het sterke gevoel van verbondenheid door sociale media en het gebruik van de smartphone, tegenover het toenemende gevoel van afhankelijkheid van diezelfde sociale media en smartphone
- *De waarheidsparadox*: het alsmaar meer berusten op de onuitputtelijke en makkelijk te bereiken online informatiebronnen tegenover de toenemende bezorgdheid omtrent de waarheid van al die digitale informatie (desinformatie, fake news, phishing,...)
- *De privacyparadox*: het gebruiksgemak van allerlei online diensten tegenover de sterk toegenomen bezorgdheid omtrent privacy, transparantie en controle over persoonlijke data.

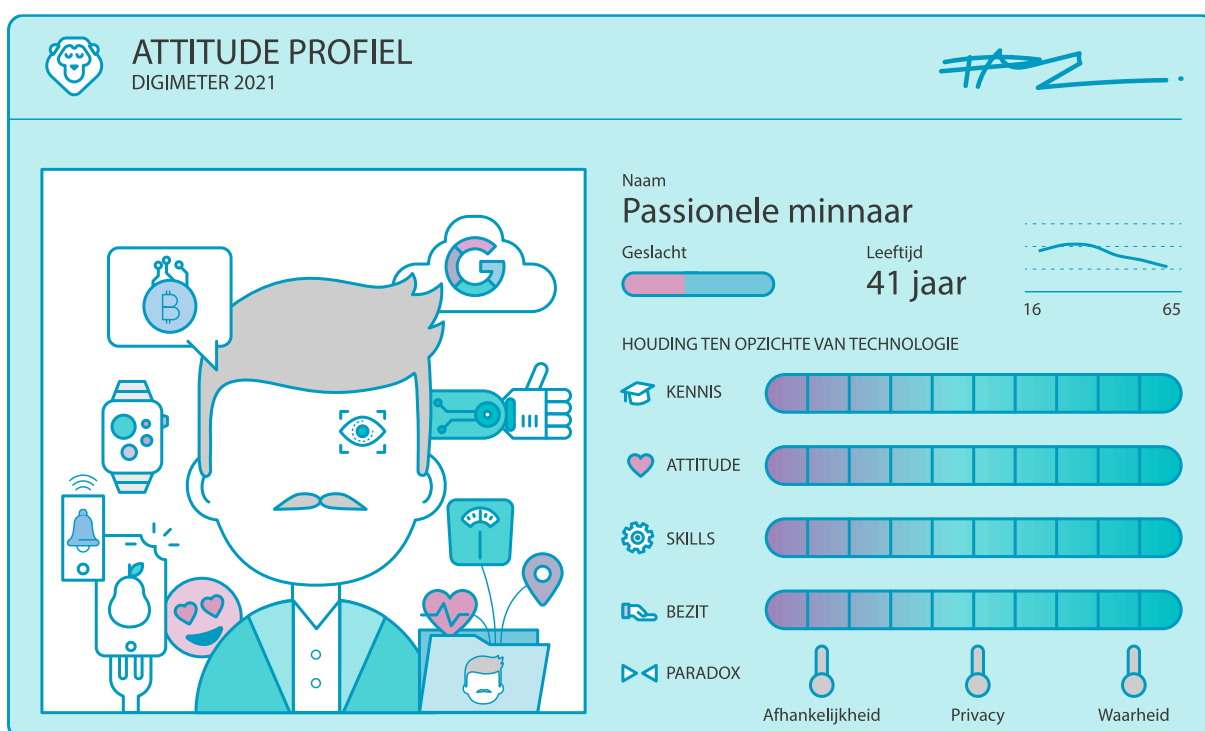
Op het kruispunt van wat de Vlaming heeft aan technologie, hoe hij of zij technologie gebruikt en welk gevoel daarmee gepaard gaat (o.a. met betrekking tot voornoemde paradoxen) onderscheiden we vijf digiprofielen. In de namen van die profielen geven we meteen aan wat de relatie is die dit profiel met technologie heeft opgebouwd doorheen de voorbije jaren.

Het eerste segment is de Passionele Minnaar van technologie. 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. Aan de andere kant van het spectrum hebben we het segment van de mensen die Geen Relatie met technologie hebben weten op te bouwen. Ondanks de digitale versnelling gaapt nog steeds een digitale kloof tussen deze groep en de rest van Vlaanderen. Deze twee segmenten blijven stabiel ten aanzien van vorig jaar.

Tussenin liggen drie profielen die om uiteenlopende redenen een rem zetten op hun digitale transformatie. Bij het segment met een Haat-Liefde verhouding tegenover technologie zijn het vooral de technologieparadoxen die hen doen balanceren tussen wel/niet meegaan met alle digitale evoluties. Ze willen heel graag even digitaal zijn als de Passionate Lovers dus geven ze technologie, ondanks de worsteling met technologieparadoxen, vaak het voordeel van de twijfel. In vergelijking met vorig jaar daalt dit segment en zien we 4 procentpunten verschuiven naar het segment dat een LAT-relatie met technologie heeft. Deze groep heeft een hoge kennis van technologie en bouwt vanuit die kennis bewust een afstand in ten opzichte van technologie. Ze kennen technologie goed en kunnen er goed mee werken, maar beperken bewust de rol van technologie in hun leven (en dat van hun familie). Helemaal in het midden hebben we de Vlamingen (met daarin een oververtegenwoordiging van jongeren) die een Platonische relatie met technologie ontwikkelen. Ze kijken en verlangen er wel naar, maar gaan niet echt ten volle mee in de digitale transformatie. Hoofdredeenen zijn hier een gebrek aan kennis, vaardigheden, vertrouwen en een sterke worsteling met de afhankelijkheidsparadox.

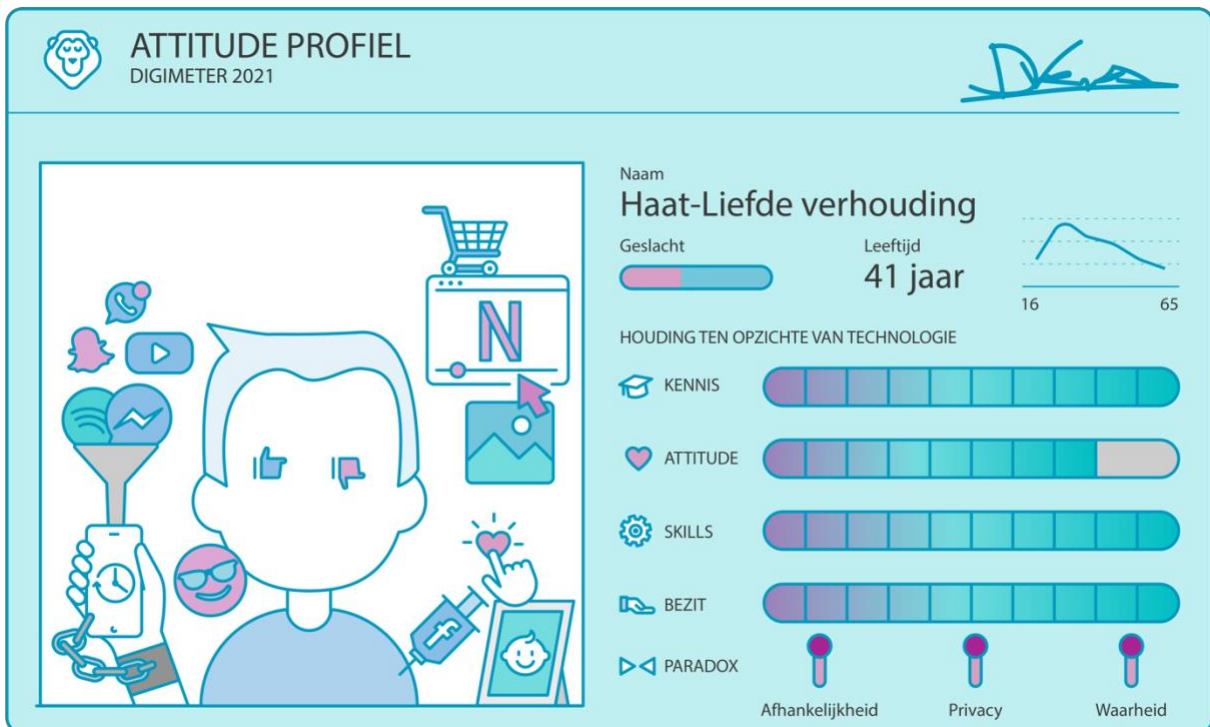


PASSIONELE MINNAAR (19%)



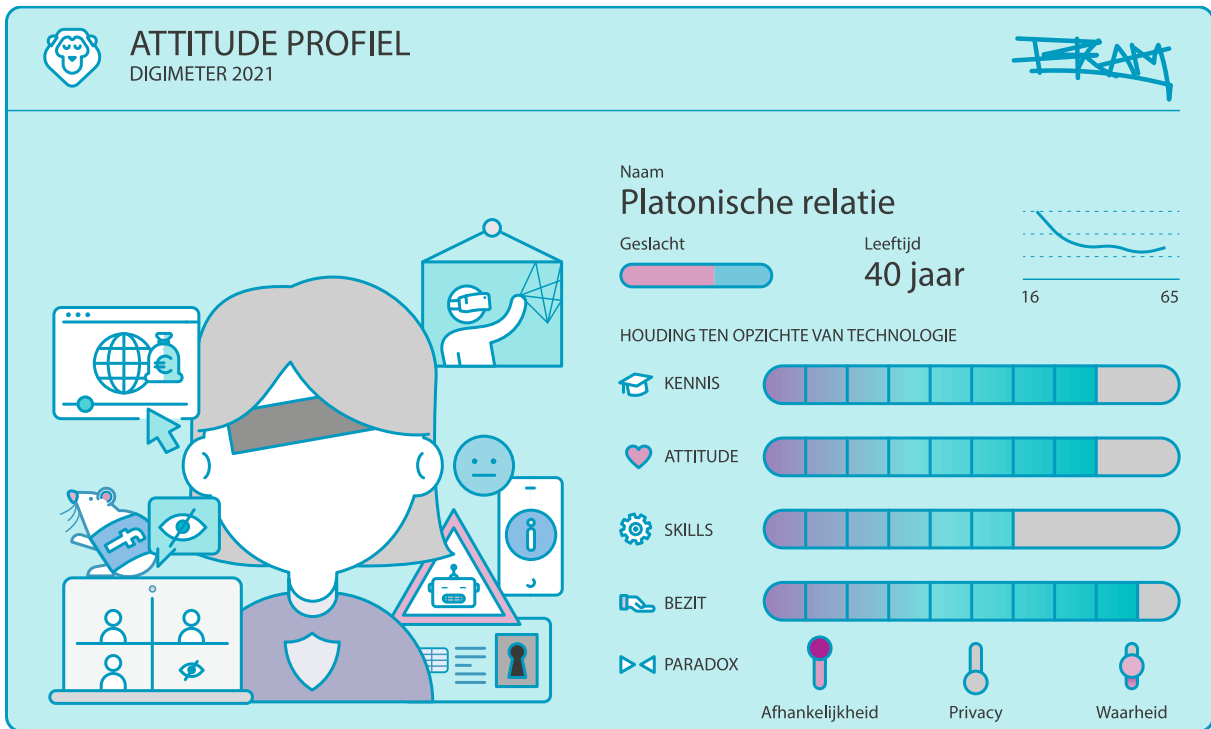
Deze groep omvat de Vlaamse 'innovators' en 'early adopters' en is qua profiel jonger en iets mannelijker. Altijd bij de eersten om nieuwigheden te omarmen kenmerken ze zich als 'heavy user' van zowat alle technologie. Dat gebruik gaat steeds gepaard met een goed gevoel en met de overtuiging dat technologie ons leven aangenamer, beter en leuker maakt. Zij kampen op geen enkele manier met technologieparadoxen, hebben een hoog vertrouwen in zichzelf en de eigen vaardigheden, een hoge kennis van en een blind vertrouwen in technologie en de merken achter die technologie. In deze liefde voor technologie ligt wellicht ook de verklaring voor het blind blijven voor de mogelijke nadelen ervan (itt de LAT-relatie die ook een hoge kennis heeft van technologie, maar omwille van die nadelen zich totaal anders gaat opstellen tav technologie). Corona heeft hen in ieder geval nog meer overtuigd van alle voordelen die technologie te bieden heeft. Ze voelen zich comfortabel om hun data te delen en zijn niet bezorgd om hun privacy. Ze kijken dan ook reikhalzend uit naar wat nieuwe technologieën als AI, metaverse en blockchain hen zullen brengen. De digitale versnelling had geen impact op de omvang van dit segment. Met 19% blijft dit een segment met voldoende kritische massa om als locomotief te dienen voor digitale transformatie.

HAAT-LIEFDEVERHOUDING (20%)



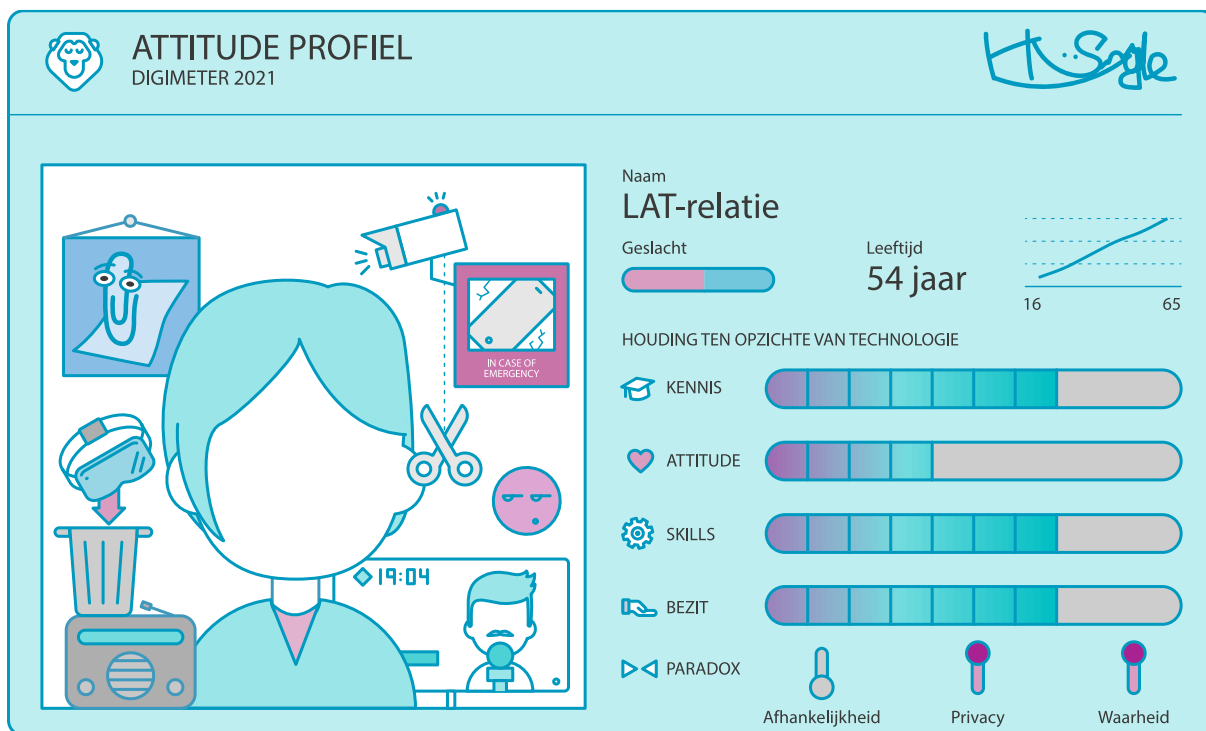
Net als de passionele minnaar is dit segment heel digitaal: het zijn ook 'heavy users' van technologie die digitaal vaardig zijn, maar gevoelsmatig voelen ze zich 'geremd' om zich volledig aan technologie te kunnen (over)geven. Daarvoor kampen ze te hard met de drie technologieparadoxen en zijn ze zoekende om die onder controle te krijgen. Zo zijn ze het meest van alle profielen bezorgd om de privacygevoeligheid van hun gegevens die online circuleren, zijn ze zeer bezorgd omtrent de invloed die valse nieuwsberichten op de maatschappij kunnen hebben en vinden ze sociale media te tijdsintensief. Ondanks die gevoelsmatige beperking geven ze technologie wel het voordeel van de twijfel, al daalt het aandeel hiervan binnen deze groep wel beduidend (-3,5 procentpunten t.o.v. vorig jaar). Willen we van digitale transformatie iets inclusief maken en niet iets dat beperkt blijft tot de passionele minnaars, dan zal het cruciaal zijn dat dit segment niet verder krimpt. Om dat te doen, blijft het noodzakelijk om hen in staat te stellen hun eigen digitale balans te vinden en blijven bewaken (in een wereld waarin telewerken, afstandsonderwijs en vervagende grenzen tussen on/offline ongetwijfeld 'blijvertjes' worden) en meer controle en transparantie te krijgen over wat er met hun persoonlijke data gebeurt in de data-economie van morgen.

PLATONISCHE RELATIE (19%)



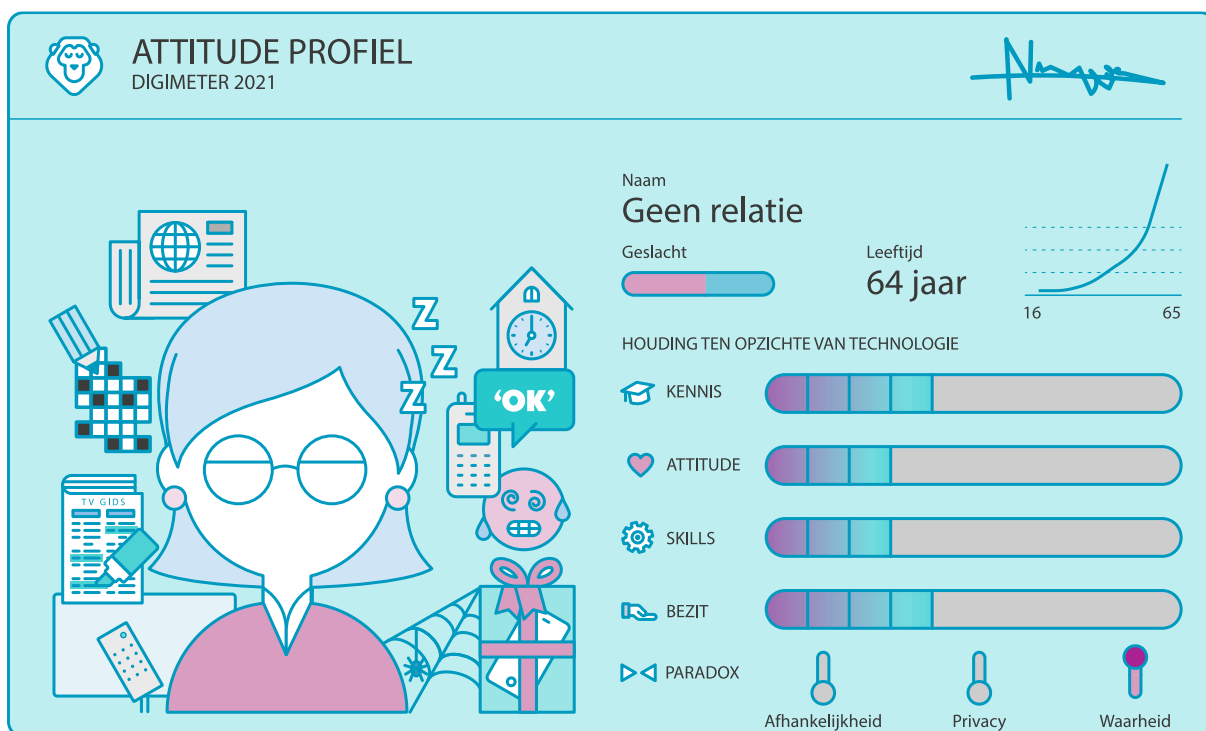
Dit eerder jonge en iets vrouwelijker segment staat positief ten aanzien van technologie en ambieert wel een even intense interactie met technologie als de voorgaande twee profielen, maar slaagt daar niet in zoals men dat zou willen. Oorzaken hiervoor zijn kennis-, vaardigheids- en (zelf)vertrouwendrempels. In die context valt vooral de oververtegenwoordiging van jongeren op binnen dit 'platonische' segment dat wel wil digitaal zijn, maar niet volledig (mee)kan. Maar liefst 44% van de jongeren (16-24) typeert zich als iemand met een platonische relatie. Binnen die leeftijdsgroep zien we een opvallende stijging van jongeren die de terminologie rond technologie verwarrend vinden en die technologie mijden omdat ze er niet mee vertrouwd zijn. Ze geven ook aan dat ze bang zijn om fouten te maken. Ze schatten zichzelf ook minder hoog in qua kennis en vaardigheden. Daardoor blijft technologie vaak onbekend en dus ook onbemind. Zolang het 'plug & play' is, geven ze zich gemakshalve graag snel over aan technologie, maar de coronacrisis was een 'reality check' voor deze groep die aantoonde dat ze omwille van vaardigheidsproblemen niet altijd even goed meekunnen. Van de technologieparadoxen geven ze vooral aan te kampen met de afhankelijkheidsparadox.

LAT-RELATIE (25%)



In vergelijking met vorig jaar is dit het enige segment dat een duidelijke stijging laat noteren (+4 procentpunten). Het gaat om mensen bij wie kennis en vaardigheden geen probleem vormen, maar waar men net vanuit die kennis zich meer bewust is van de (potentiële) nadelen van technologie. Daarom bouwen ze meer afstand in ten aanzien van technologie in hun leven en vermijden ze een te sterke afhankelijkheid van data en technologie met als doel vooral zelf controle en behouden. Deze groep gaat als het ware een verstandshuwelijk met technologie aan waarin autonomie boven automatisatie staat. De afhankelijkheidsparadox is hier minder een issue omdat men zichzelf regels oplegt qua schermtijd. De data- en waarheidsparadox vormen voor hen een grotere uitdaging. Ze houden er niet van om hun persoonlijke data te delen en zouden graag meer controle en transparantie willen inzake hun privacy.

GEEN RELATIE (17%)



Dit is het 'oudste' profiel met een gemiddelde leeftijd van 64 jaar en meteen ook het klassieke 'digitale kloof' profiel. Men bezit doorgaans wel één of meerdere digitale toestellen, maar relatief gezien blijft dit beperkt in aantal en betreft het nog vaak oudere toestellen zoals een GSM (geen smartphone) of een vaste telefoon. Ze staan het minst positief tegenover technologie en scoren ook het zwakst op vlak van technologische vaardigheden. De coronacrisis bleek voor hen zeer confronterend. Zo werd het tekort aan schermen, connectiviteit, kennis en vaardigheden duidelijk blootgelegd. Voor deze groep blijft zelfs een aantal digitale basisvaardigheden (bv. online betalen en aankopen doen) heel wat moeite kosten.

TABEL 1.1.1. BEZORGDEHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Alles in acht genomen, kan het internet serieuze privacyproblemen veroorzaken	80%	84%	87%	92%	70%	83%
In vergelijking met anderen ben ik meer begaan met hoe internetbedrijven met onze persoonlijke gegevens omgaan	43%	39%	39%	55%	13%	37%
Voor mij is het zeer belangrijk om mijn privacy te beschermen van internetbedrijven	81%	77%	70%	79%	40%	68%
Ik ben bezorgd over mijn online privacy	80%	71%	74%	79%	14%	63%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.1.2. BEZORGDEHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Alles in acht genomen, kan het internet serieuze privacyproblemen veroorzaken	88%	89%	86%	84%	79%	80%	83%
In vergelijking met anderen ben ik meer begaan met hoe internetbedrijven met onze persoonlijke gegevens omgaan	33%	34%	36%	32%	37%	45%	37%
Voor mij is het zeer belangrijk om mijn privacy te beschermen van internetbedrijven	51%	57%	61%	66%	74%	84%	68%
Ik ben bezorgd over mijn online privacy	50%	56%	59%	61%	65%	73%	63%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.2.1. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	85%	76%	77%	77%	48%	72%
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen	83%	74%	81%	92%	38%	73%
Ik vind het oké om persoonlijke gegevens te delen zolang ik daarvoor iets in de plaats krijg (bvb. informatie en dienstverlening op maat)	26%	30%	50%	40%	60%	42%
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	79%	84%	70%	90%	65%	78%
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	77%	63%	68%	77%	15%	59%

Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet (bv. oude profielfoto's)	50%	42%	57%	53%	22%	45%
Ik wil de mogelijkheid om bepaalde types gegevens niet meer te delen met organisaties of zelf al mijn data terug kunnen roepen	78%	83%	82%	95%	67%	82%
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	81%	76%	80%	92%	29%	71%
Ik voel me goed geïnformeerd omtrent de risico's van cybercriminaliteit	18%	27%	30%	53%	54%	38%
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy voorop plaatsen	35%	35%	41%	48%	25%	37%
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	86%	88%	88%	94%	73%	86%
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	83%	83%	83%	95%	55%	80%
Wanneer ik op een weblink uit een e-mail, chatbericht of sms duw denk ik na over de veiligheid van mijn gegevens	66%	74%	65%	86%	72%	73%
Ik ben in staat verdachte e-mails, berichten en pop-ups te herkennen die gegevensverlies of misbruik op mijn digitale apparaat kunnen veroorzaken	38%	64%	71%	90%	85%	73%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.2.2. ATTITUDES ROND ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	68%	68%	64%	69%	74%	79%	72%
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen	71%	68%	69%	69%	74%	81%	73%
Ik vind het oké om persoonlijke gegevens te delen zolang ik daarvoor iets in de plaats krijg (bvb. informatie en dienstverlening op maat)	48%	53%	47%	44%	33%	36%	42%
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	61%	70%	74%	76%	84%	88%	78%
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	52%	52%	53%	55%	59%	71%	59%
Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet (bv. oude profielfoto's)	57%	53%	42%	37%	36%	47%	45%
Ik wil de mogelijkheid om bepaalde types gegevens niet meer te delen met organisaties of zelf al mijn data terug kunnen roepen	80%	81%	78%	81%	81%	86%	82%
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	66%	67%	68%	67%	71%	81%	71%

Ik voel me goed geïnformeerd omtrent de risico's van cybercriminaliteit	39%	38%	42%	37%	35%	38%	38%
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy voorop plaatsen	35%	32%	37%	31%	38%	46%	37%
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	83%	87%	86%	84%	86%	88%	86%
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	71%	80%	76%	75%	81%	88%	80%
Wanneer ik op een weblink uit een e-mail, chatbericht of sms duw denk ik na over de veiligheid van mijn gegevens	73%	73%	73%	69%	73%	77%	73%
Ik ben in staat verdachte e-mails, berichten en pop-ups te herkennen die gegevensverlies of misbruik op mijn digitale apparaat kunnen veroorzaken	82%	85%	81%	72%	65%	64%	73%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.3.1. GEVOELENS VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik voel me onzeker wanneer ik het internet gebruik	31%	12%	16%	3%	1%	11%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat er gebeurt	57%	35%	43%	20%	10%	31%
Ik versta niet alle veranderingen die op het internet plaatsvinden	83%	58%	54%	27%	19%	45%
Het is moeilijk om alle risico's verbonden aan internetgebruik te begrijpen	85%	75%	73%	56%	40%	64%
Het is moeilijk om mee te blijven met alle dingen die gebeuren op het internet	89%	78%	71%	51%	39%	63%
Ik ben niet zeker dat ik alles juist doe wanneer ik het internet gebruik	75%	51%	55%	26%	20%	42%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat ik moet doen	74%	41%	46%	14%	12%	34%
Ik ben onzeker over wat er gebeurt met mijn persoonlijke gegevens op het internet	81%	75%	75%	72%	30%	66%
Ik ben onzeker over wat diensten, die ik gebruik, doen met mijn persoonlijke gegevens	81%	77%	76%	77%	32%	68%
Ik ben onzeker over wat andere gebruikers, die ik online tegenkom, doen met mijn persoonlijke gegevens	75%	65%	69%	63%	25%	58%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.3.2. GEVOELEN VAN ONZEKERHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik voel me onzeker wanneer ik het internet gebruik	8%	13%	8%	7%	10%	15%	11%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat er gebeurt	29%	31%	28%	28%	30%	35%	31%
Ik versta niet alle veranderingen die op het internet plaatsvinden	35%	33%	33%	47%	51%	57%	45%
Het is moeilijk om alle risico's verbonden aan internetgebruik te begrijpen	64%	57%	56%	60%	68%	73%	64%
Het is moeilijk om mee te blijven met alle dingen die gebeuren op het internet	53%	49%	55%	63%	72%	75%	63%
Ik ben niet zeker dat ik alles juist doe wanneer ik het internet gebruik	42%	30%	34%	39%	48%	52%	42%
Wanneer ik het internet gebruik, ben ik soms niet zeker wat ik moet doen	25%	25%	23%	32%	39%	45%	34%
Ik ben onzeker over wat er gebeurt met mijn persoonlijke gegevens op het internet	53%	62%	60%	62%	68%	77%	66%
Ik ben onzeker over wat diensten, die ik gebruik, doen met mijn persoonlijke gegevens	58%	65%	62%	64%	71%	77%	68%
Ik ben onzeker over wat andere gebruikers, die ik online tegenkom, doen met mijn persoonlijke gegevens	53%	52%	53%	56%	58%	68%	58%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.4.1. GEVOELEN VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Uiteindelijk kan ik niet voorkomen dat anderen toegang hebben tot mijn gegevens	66%	61%	65%	56%	51%	59%
Ik heb de macht niet om mijn persoonlijke gegevens degelijk te beschermen tegen alle mogelijke gevaren op het internet	73%	63%	66%	60%	45%	60%
Als iemand vastberaden is om mijn persoonlijke gegevens te gebruiken, is er niks dat ik kan doen om hen te stoppen	65%	60%	63%	56%	46%	58%
Zelfs als ik mijn gegevens probeer te beschermen, kan ik anderen niet beletten toegang ertoe te hebben	62%	55%	55%	53%	41%	53%
Het zou naïef zijn te denken dat ik mijn gegevens op betrouwbare wijze kan beschermen	78%	72%	72%	69%	56%	69%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens 'akkoord'

TABEL 1.4.2. GEVOELEN VAN MACHTELOOSHEID MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Uiteindelijk kan ik niet voorkomen dat anderen toegang hebben tot mijn gegevens	62%	59%	59%	58%	58%	60%	59%
Ik heb de macht niet om mijn persoonlijke gegevens degelijk te beschermen tegen alle mogelijke gevaren op het internet	65%	60%	57%	58%	58%	65%	60%
Als iemand vastberaden is om mijn persoonlijke gegevens te gebruiken, is er niks dat ik kan doen om hen te stoppen	56%	58%	60%	60%	57%	54%	58%
Zelfs als ik mijn gegevens probeer te beschermen, kan ik anderen niet beletten toegang ertoe te hebben	50%	55%	52%	54%	52%	53%	53%
Het zou naïef zijn te denken dat ik mijn gegevens op betrouwbare wijze kan beschermen	63%	68%	68%	69%	69%	72%	69%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy.
Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens ‘akkoord’

TABEL 1.5.1. GEVOELEN VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Het maakt geen verschil of ik probeer mijn gegevens online te beschermen of niet	40%	26%	31%	15%	17%	24%
Ik heb het opgegeven om te proberen mee te zijn met huidige manieren om mijn persoonlijke gegevens online te beschermen	37%	25%	38%	17%	18%	26%
Ik ben nonchalant met mijn persoonlijke gegevens online, omdat het onmogelijk is deze degelijk te beschermen	15%	11%	29%	8%	17%	16%
Ik heb geen zin om veel tijd te spenderen aan gegevensbescherming op het internet	22%	16%	34%	17%	32%	24%
Het heeft geen zin om te veel aandacht te spenderen aan het beschermen van mijn persoonlijke gegevens online	19%	13%	25%	9%	17%	16%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy.
Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens ‘akkoord’

TABEL 1.5.2. GEVOELEN VAN RESIGNATIE MBT ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Het maakt geen verschil of ik probeer mijn gegevens online te beschermen of niet	26%	26%	24%	20%	21%	28%	24%
Ik heb het opgegeven om te proberen mee te zijn met huidige manieren om mijn persoonlijke gegevens online te beschermen	31%	29%	27%	22%	22%	26%	26%
Ik ben nonchalant met mijn persoonlijke gegevens online, omdat het onmogelijk is deze degelijk te beschermen	26%	24%	17%	16%	10%	12%	16%
Ik heb geen zin om veel tijd te spenderen aan gegevensbescherming op het internet	44%	33%	27%	25%	17%	14%	24%
Het heeft geen zin om te veel aandacht te spenderen aan het beschermen van mijn persoonlijke gegevens online	26%	22%	19%	11%	14%	12%	16%

Onderstaande vragen peilen naar jouw attitude en vaardigheden t.o.v. online privacy. Duid aan in welke mate je akkoord gaat met volgende stellingen: – Minstens ‘akkoord’

TABEL 1.6.1. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	65%	70%	63%	81%	65%	69%
Ik download bepaalde apps bewust niet	63%	71%	56%	76%	62%	66%
Ik gebruik beveiligings- of anti-trackingsoftware	31%	44%	33%	56%	45%	43%
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	31%	32%	30%	52%	44%	38%
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	18%	26%	42%	61%	47%	41%
Ik verwijder regelmatig cookies	45%	52%	42%	62%	50%	51%
Ik pas de privacy settings (via ‘instellingen’) op mijn smartphone aan	18%	21%	20%	51%	30%	29%
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	46%	43%	30%	55%	31%	41%
Ik verwijder applicaties of accounts	24%	30%	24%	45%	34%	32%
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	29%	29%	16%	27%	19%	23%
Ik surf in ‘incognito’-modus	5%	9%	17%	24%	22%	16%
Ik gebruik valse informatie bij registratie	3%	4%	7%	17%	6%	8%
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	16%	13%	11%	17%	8%	13%
Ik gebruik een privacy browser plug-in	4%	3%	4%	14%	5%	6%
Ik gebruik een password-tool/wachtwoordmanager	8%	9%	10%	28%	22%	16%
Ik gebruik soms een VPN	8%	12%	12%	30%	24%	18%
Ik onderneem geen acties	7%	4%	3%	1%	5%	3%

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

TABEL 1.6.2. ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR LEEFTIJD

	18- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65+	TOTAAL
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	68%	68%	66%	72%	72%	69%	69%
Ik download bepaalde apps bewust niet	46%	59%	62%	65%	76%	74%	66%
Ik gebruik beveiligings- of anti-trackingsoftware	37%	31%	33%	43%	51%	53%	43%
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	27%	38%	43%	39%	37%	39%	38%
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	54%	59%	57%	41%	33%	20%	41%
Ik verwijder regelmatig cookies	27%	47%	51%	57%	57%	54%	51%
Ik pas de privacy settings (via 'instellingen') op mijn smartphone aan	27%	33%	34%	29%	30%	24%	29%
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	36%	39%	34%	35%	44%	48%	41%
Ik verwijder applicaties of accounts	28%	34%	33%	31%	29%	34%	32%
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	14%	15%	19%	24%	24%	34%	23%
Ik surf in 'incognito'-modus	36%	28%	20%	12%	10%	7%	16%
Ik gebruik valse informatie bij registratie	15%	12%	11%	10%	4%	3%	8%
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	11%	11%	9%	14%	14%	15%	13%
Ik gebruik een privacy browser plug-in	6%	7%	8%	5%	6%	6%	6%
Ik gebruik een password-tool/wachtwoordmanager	20%	20%	19%	13%	13%	14%	16%
Ik gebruik soms een VPN	23%	20%	23%	23%	16%	11%	18%
Ik onderneem geen acties	3%	2%	3%	3%	2%	5%	3%

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

TABEL 1.7.1. AANPASSEN STANDAARDOPTIES GEGEVENSVERZAMELING OP DIENSTEN/APPS/PLATFORMEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat- Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Vinkjes in privacyverklaringen uitvinken	19%	23%	25%	45%	22%	28%
Vinkjes uitvinken in cookiemeldingen	30%	31%	33%	54%	29%	36%
Standaardinstellingen in instellingen wijzigen	13%	17%	22%	37%	20%	23%
Vragen om persoonlijke gegevens te verwijderen	17%	14%	19%	23%	12%	17%

Hoe vaak pas je de gegevensverzameling van diensten/platforms/apps aan in plaats van de standaardopties te behouden?
– Minstens 'vaak'

TABEL 1.7.2. AANPASSEN STANDAARDOPTIES GEGEVENSVERZAMELING OP DIENSTEN/APPS/PLATFORMEN, NAAR LEEFTIJD

	18- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65+	TOTAAL
Vinkjes in privacyverklaringen uitvinken	29%	33%	31%	25%	27%	23%	28%
Vinkjes uitvinken in cookiemeldingen	40%	41%	35%	30%	35%	35%	36%
Standaardinstellingen in instellingen wijzigen	25%	32%	23%	21%	22%	18%	23%
Vragen om persoonlijke gegevens te verwijderen	18%	21%	17%	15%	16%	16%	17%

Hoe vaak pas je de gegevensverzameling van diensten/platforms/apps aan in plaats van de standaardopties te behouden?
– Minstens 'vaak'

TABEL 2.1.1. PERSOONLIJKE OMGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Je deelt gemakkelijk gegevens in ruil voor gratis diensten of producten	10%	12%	35%	20%	38%	24%
Je ligt niet wakker over hoe gegevens over jou worden verzameld en gebruikt	13%	12%	26%	14%	45%	22%
Je deelt gemakkelijk gegevens om tijd te besparen	10%	13%	39%	22%	40%	26%
Je deelt gemakkelijk gegevens om aangepaste aanbevelingen te ontvangen	9%	11%	32%	16%	32%	21%
Je deelt gemakkelijk gegevens met bedrijven waar je al ervaring mee hebt	35%	47%	67%	65%	70%	59%
De reputatie van een bedrijf beïnvloedt het al dan niet delen van jouw persoonlijke data	45%	56%	62%	72%	63%	61%
Bij het delen van mijn persoonlijke data moet het duidelijk zijn welke voordelen voor jou hieraan verbonden zijn	52%	59%	68%	79%	59%	65%

Hoe goed beschrijven volgende stellingen jou? – minstens ‘akkoord’

TABEL 2.1.2. PERSOONLIJKE OMGANG MET DELEN GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Je deelt gemakkelijk gegevens in ruil voor gratis diensten of producten	44%	40%	33%	24%	13%	9%	24%
Je ligt niet wakker over hoe gegevens over jou worden verzameld en gebruikt	36%	34%	26%	21%	18%	12%	22%
Je deelt gemakkelijk gegevens om tijd te besparen	48%	45%	35%	26%	16%	9%	26%
Je deelt gemakkelijk gegevens om aangepaste aanbevelingen te ontvangen	27%	35%	28%	19%	13%	13%	21%
Je deelt gemakkelijk gegevens met bedrijven waar je al ervaring mee hebt	69%	67%	68%	58%	53%	50%	59%
De reputatie van een bedrijf beïnvloedt het al dan niet delen van jouw persoonlijke data	64%	64%	63%	56%	59%	62%	61%
Bij het delen van mijn persoonlijke data moet het duidelijk zijn welke voordelen voor jou hieraan verbonden zijn	66%	69%	69%	59%	64%	63%	65%

Hoe goed beschrijven volgende stellingen jou? – minstens ‘akkoord’

TABEL 2.2.1. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Leeftijdsgroep en geslacht	66%	77%	85%	84%	94%	83%
Mening over producten en diensten	57%	69%	79%	79%	89%	76%
Interesses	49%	59%	67%	61%	83%	65%
Naam en e-mail	31%	36%	43%	35%	59%	42%
Aankopen in het verleden	22%	31%	43%	36%	60%	40%
Aankoopplannen	18%	20%	32%	24%	44%	28%
Mediagebruikgegevens	15%	16%	31%	21%	45%	26%
Locatie (waar u bent)	21%	13%	22%	14%	26%	19%
Berichten, foto's en contacten op sociale netwerken	9%	7%	20%	7%	21%	13%
Gezondheidsgegevens	11%	11%	19%	8%	24%	15%
Financiële gegevens	5%	3%	11%	3%	11%	7%
Kredietkaartgegevens	3%	3%	9%	3%	7%	5%
Gegevens bij culturele organisaties (vb. vrije tijd)	22%	25%	33%	26%	47%	31%

Duid aan in welke mate u comfortabel bent met het delen van volgende gegevens – minstens 'comfortabel'

TABEL 2.2.2. COMFORTABEL VOELEN MET DELEN TYPES GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Leeftijdsgroep en geslacht	89%	90%	87%	87%	79%	74%	83%
Mening over producten en diensten	80%	82%	83%	79%	72%	69%	76%
Interesses	67%	70%	74%	69%	61%	56%	65%
Naam en e-mail	43%	42%	45%	43%	40%	40%	42%
Aankopen in het verleden	39%	46%	50%	43%	36%	31%	40%
Aankoopplannen	28%	35%	42%	32%	22%	18%	28%
Mediagebruikgegevens	28%	33%	37%	27%	24%	17%	26%
Locatie (waar u bent)	11%	16%	20%	16%	21%	23%	19%
Berichten, foto's en contacten op sociale netwerken	17%	16%	16%	12%	12%	10%	13%
Gezondheidsgegevens	22%	18%	15%	14%	13%	12%	15%
Financiële gegevens	9%	11%	8%	4%	5%	6%	7%
Kredietkaartgegevens	8%	9%	5%	3%	4%	5%	5%
Gegevens bij culturele organisaties (vb. vrije tijd)	38%	35%	41%	28%	28%	23%	31%

Duid aan in welke mate u comfortabel bent met het delen van volgende gegevens – minstens 'comfortabel'

TABEL 2.3.1. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Als er een uitleg zou gegeven worden met informatie hoe de organisatie persoonlijke data zou gebruiken of delen	41%	57%	56%	66%	47%	55%
Als het delen van persoonlijke data minder complex zou gemaakt worden dan vandaag	41%	40%	44%	44%	32%	40%
Als er een opleiding zou voorzien worden door de overheid	19%	13%	12%	10%	6%	11%
Als ik duidelijke en stapsgewijze instructies zou krijgen om veilig mijn persoonlijke data te delen	51%	58%	48%	53%	39%	50%
Als ik hulp zou krijgen van een vriend of familielid om mij te helpen de juiste toestemmingen voor het delen van gegevens in te stellen	33%	15%	16%	8%	6%	13%
Als ik deel zou nemen aan een lokale training over het veilig delen van gegevens over mij (bv. georganiseerd door cultureel centrum, bibliotheek, school, enz.)	25%	18%	12%	17%	8%	15%
Ik weet het niet	15%	10%	11%	5%	9%	10%
Niet van toepassing – Ik voel mij al comfortabel om persoonlijke data te delen	2%	3%	2%	5%	20%	7%
Niet van toepassing – Niets kan mij meer comfortabel doen voelen om persoonlijke data te delen	9%	6%	2%	6%	5%	5%

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 2.3.2. VERBETEREN COMFORTABEL DELEN GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Als er een uitleg zou gegeven worden met informatie hoe de organisatie persoonlijke data zou gebruiken of delen	55%	60%	52%	52%	54%	57%	55%
Als het delen van persoonlijke data minder complex zou gemaakt worden dan vandaag	34%	37%	37%	38%	42%	46%	40%
Als er een opleiding zou voorzien worden door de overheid	13%	8%	8%	7%	11%	18%	11%
Als ik duidelijke en stapsgewijze instructies zou krijgen om veilig mijn persoonlijke data te delen	41%	44%	39%	46%	55%	63%	50%
Als ik hulp zou krijgen van een vriend of familielid om mij te helpen de juiste toestemmingen voor het delen van gegevens in te stellen	16%	10%	8%	11%	17%	17%	13%
Als ik deel zou nemen aan een lokale training over het veilig delen van gegevens over mij (bv. georganiseerd door cultureel centrum, bibliotheek, school, enz.)	9%	10%	9%	11%	18%	25%	15%
Ik weet het niet	13%	8%	11%	10%	10%	8%	10%
Niet van toepassing – Ik voel mij al comfortabel om persoonlijke data te delen	7%	9%	9%	8%	5%	4%	7%
Niet van toepassing – Niets kan mij meer comfortabel doen voelen om persoonlijke data te delen	3%	4%	6%	7%	7%	5%	5%

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 3.1.1. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Persoonlijke datakluizen gebruiken lijkt me een goed idee	38%	61%	76%	84%	76%	70%
Persoonlijke datakluizen gebruiken lijkt me een verstandig idee	38%	59%	73%	83%	74%	68%
Ik vind het een interessant idee om persoonlijke datakluizen te gebruiken	33%	56%	72%	85%	71%	67%

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'

TABEL 3.1.2. ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Persoonlijke datakluizen gebruiken lijkt me een goed idee	77%	80%	73%	68%	68%	64%	70%
Persoonlijke datakluizen gebruiken lijkt me een verstandig idee	73%	78%	73%	68%	65%	61%	68%
Ik vind het een interessant idee om persoonlijke datakluizen te gebruiken	76%	77%	72%	66%	63%	58%	67%

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'

TABEL 3.2.1. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik ben van plan persoonlijke datakluzen in de toekomst te gebruiken	19%	34%	53%	70%	54%	49%
Ik zou altijd proberen persoonlijke datakluzen in mijn dagelijks leven te gebruiken	21%	36%	53%	70%	50%	49%
Ik voorspel dat ik persoonlijke datakluzen zal gebruiken	19%	34%	53%	71%	55%	49%

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 3.2.2. INTENTIE OM PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN TE GEBRUIKEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik ben van plan persoonlijke datakluzen in de toekomst te gebruiken	54%	56%	53%	50%	45%	42%	49%
Ik zou altijd proberen persoonlijke datakluzen in mijn dagelijks leven te gebruiken	48%	55%	53%	48%	48%	44%	49%
Ik voorspel dat ik persoonlijke datakluzen zal gebruiken	54%	58%	56%	51%	45%	40%	49%

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 3.3.1. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik zou persoonlijke datakluzen nuttig vinden in mijn dagelijks leven	42%	59%	77%	87%	70%	70%
Persoonlijke datakluzen zouden het makkelijker voor mij moeten maken om taken te voltooien die belangrijk zijn	44%	52%	67%	74%	52%	59%
Persoonlijke datakluzen gebruiken zou het mogelijk maken voor mij om bepaalde taken sneller te vervullen	36%	43%	63%	62%	49%	52%
Persoonlijke datakluzen gebruiken zou mijn doeltreffendheid verbeteren	35%	41%	62%	62%	48%	51%

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 3.3.2. VERWACHTING NUT PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik zou persoonlijke datakluisen nuttig vinden in mijn dagelijks leven	74%	78%	77%	65%	67%	64%	70%
Persoonlijke datakluisen zouden het makkelijker voor mij moeten maken om taken te voltooien die belangrijk zijn	60%	60%	64%	55%	59%	59%	59%
Persoonlijke datakluisen gebruiken zou het mogelijk maken voor mij om bepaalde taken sneller te vervullen	61%	51%	57%	50%	52%	48%	52%
Persoonlijke datakluisen gebruiken zou mijn doeltreffendheid verbeteren	57%	57%	57%	49%	48%	46%	51%

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 3.4.1. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Leren hoe persoonlijke datakluisen te gebruiken zou gemakkelijk zijn voor mij	42%	54%	74%	88%	77%	70%
De interactie met persoonlijke datakluisen zou voor mij helder en verstaanbaar zijn	37%	47%	67%	86%	72%	64%
Persoonlijke datakluisen zou ik makkelijk in gebruik vinden	31%	48%	68%	83%	73%	64%
Het zou gemakkelijk zijn voor mij om vaardig te worden in het gebruik van persoonlijke datakluisen	39%	50%	71%	87%	76%	67%

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 3.4.2. VERWACHTING GEBRUIKSGEMAK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Leren hoe persoonlijke datakluisen te gebruiken zou gemakkelijk zijn voor mij	78%	78%	77%	67%	60%	64%	70%
De interactie met persoonlijke datakluisen zou voor mij helder en verstaanbaar zijn	78%	73%	73%	61%	56%	57%	64%
Persoonlijke datakluisen zou ik makkelijk in gebruik vinden	73%	71%	75%	60%	58%	55%	64%
Het zou gemakkelijk zijn voor mij om vaardig te worden in het gebruik van persoonlijke datakluisen	77%	77%	77%	65%	60%	59%	67%

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 3.5.1. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me leuk	21%	34%	53%	55%	45%	44%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me plezierig	17%	22%	42%	40%	36%	33%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me entertainend	10%	12%	25%	19%	18%	18%

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 3.5.2. HEDONISCHE MOTIVATIE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me leuk	51%	51%	47%	42%	41%	39%	44%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me plezierig	39%	39%	36%	33%	29%	27%	33%
Het gebruiken van persoonlijke datakluisen lijkt me entertainend	29%	24%	21%	15%	12%	14%	18%

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 3.6.1. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik zou over de nodige middelen beschikken om persoonlijke datakluisen te kunnen gebruiken	26%	40%	58%	74%	68%	56%
Ik zou de nodige kennis hebben om te weten hoe ik persoonlijke datakluisen moet gebruiken	16%	37%	57%	80%	71%	56%
Ik heb het idee dat persoonlijke datakluisen compatibel zouden zijn met andere technologieën die ik gebruik	22%	40%	62%	79%	67%	57%
Ik zou hulp kunnen krijgen van anderen wanneer ik moeilijkheden zou hebben om persoonlijke datakluisen te gebruiken	42%	58%	63%	69%	61%	61%

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 3.6.2. FACILITERENDE CONDITIES GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik zou over de nodige middelen beschikken om persoonlijke datakluizen te kunnen gebruiken	69%	71%	65%	57%	47%	42%	56%
Ik zou de nodige kennis hebben om te weten hoe ik persoonlijke datakluizen moet gebruiken	68%	71%	66%	57%	48%	42%	56%
Ik heb het idee dat persoonlijke datakluizen compatibel zouden zijn met andere technologieën die ik gebruik	69%	74%	65%	53%	50%	47%	57%
Ik zou hulp kunnen krijgen van anderen wanneer ik moeilijkheden zou hebben om persoonlijke datakluizen te gebruiken	67%	70%	61%	56%	59%	57%	61%

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’

TABEL 3.7.1. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Mensen die belangrijk voor mij zijn zouden denken dat ik persoonlijke datakluizen zou moeten gebruiken	24%	27%	46%	49%	32%	37%
Mensen die invloed hebben op mijn gedrag zouden vinden dat ik persoonlijke datakluizen zou moeten gebruiken	23%	23%	43%	43%	28%	33%
Mensen, wiens mening ik waardeer, zouden het liever hebben dat ik persoonlijke datakluizen zou gebruiken	23%	28%	47%	45%	30%	36%

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’

TABEL 3.7.2. SOCIALE INVLOED GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Mensen die belangrijk voor mij zijn zouden denken dat ik persoonlijke datakluizen zou moeten gebruiken	44%	49%	40%	34%	30%	31%	37%
Mensen die invloed hebben op mijn gedrag zouden vinden dat ik persoonlijke datakluizen zou moeten gebruiken	40%	44%	38%	29%	28%	27%	33%
Mensen, wiens mening ik waardeer, zouden het liever hebben dat ik persoonlijke datakluizen zou gebruiken	40%	46%	39%	31%	32%	32%	36%

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’

TABEL 3.8.1. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over de informatie die ik in persoonlijke datakluis opsla	37%	54%	67%	81%	76%	66%
Privacyinstellingen van persoonlijke datakluis zouden ervoor zorgen dat ik volledige controle zou hebben over de informatie die ik erin opsla	36%	52%	64%	76%	69%	62%
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over wie de informatie, die ik in persoonlijke datakluis bewaar, kan zien	38%	51%	67%	79%	72%	64%

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 3.8.2. PERCEPTIE VAN CONTROLE BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over de informatie die ik in persoonlijke datakluis opsla	70%	76%	73%	61%	60%	60%	66%
Privacyinstellingen van persoonlijke datakluis zouden ervoor zorgen dat ik volledige controle zou hebben over de informatie die ik erin opsla	63%	68%	69%	60%	59%	57%	62%
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over wie de informatie, die ik in persoonlijke datakluis bewaar, kan zien	70%	73%	71%	64%	57%	56%	64%

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 3.9.1. PERCEPTIE VAN RISICO'S BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik denk dat er een groot risico van verlies verbonden zou zijn aan het gebruik van persoonlijke datakluis om mijn data te beheren	35%	26%	35%	21%	15%	26%
Er zou een aanzienlijk risico verbonden zijn aan het gebruik van persoonlijke datakluis om mijn data te beheren	34%	26%	35%	23%	14%	26%
Een beslissing om persoonlijke datakluis te gebruiken om mijn data te beheren, lijkt me riskant	41%	27%	27%	15%	13%	23%

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 3.9.2. PERCEPTIE VAN RISICO'S BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over de informatie die ik in persoonlijke datakluizen opsla	34%	28%	27%	21%	20%	27%	26%
Privacyinstellingen van persoonlijke datakluizen zouden ervoor zorgen dat ik volledige controle zou hebben over de informatie die ik erin opsla	32%	30%	26%	21%	20%	27%	26%
Ik heb het gevoel dat ik controle zou hebben over wie de informatie, die ik in persoonlijke datakluizen bewaar, kan zien	27%	24%	21%	15%	20%	29%	23%

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'

TABEL 3.10.1. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik heb er vertrouwen in dat de informatie, die ik in een persoonlijke datakluis zou opslaan, niet door ongeschikte partijen zal worden misbruikt	27%	44%	55%	64%	63%	53%
Ik heb er vertrouwen in dat de privégegevens die ik in persoonlijke datakluizen zou opslaan, beveiligd zullen zijn	35%	50%	64%	74%	70%	61%
Ik geloof dat ongepaste partijen de informatie, die ik zou opslaan in persoonlijke datakluizen, doelbewust kunnen bekijken	44%	30%	38%	26%	20%	30%

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'

TABEL 3.10.2. PERCEPTIE VAN VEILIGHEID BIJ GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik heb er vertrouwen in dat de informatie, die ik in een persoonlijke datakluis zou opslaan, niet door ongeschikte partijen zal worden misbruikt	54%	59%	60%	54%	51%	47%	53%
Ik heb er vertrouwen in dat de privégegevens die ik in persoonlijke datakluizen zou opslaan, beveiligd zullen zijn	68%	66%	68%	61%	59%	54%	61%
Ik geloof dat ongepaste partijen de informatie, die ik zou opslaan in persoonlijke datakluizen, doelbewust kunnen bekijken	41%	33%	29%	27%	24%	30%	30%

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'

TABEL 3.11.1. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Het gebruik van persoonlijke datakluisen zou een betrouwbare manier zijn om mijn persoonlijke data te beheren	40%	59%	72%	82%	77%	69%
Ik kan erop rekenen dat het gebruik van persoonlijke datakluisen, om mijn persoonlijke data te beheren, mijn privacy zal beschermen	36%	50%	65%	77%	71%	62%
Ik heb het gevoel dat ik kan vertrouwen op het gebruik van persoonlijke datakluisen om mijn persoonlijke data te beheren	36%	51%	66%	78%	70%	63%

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 3.11.2. VERTROUWEN IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Het gebruik van persoonlijke datakluisen zou een betrouwbare manier zijn om mijn persoonlijke data te beheren	70%	75%	73%	68%	66%	66%	69%
Ik kan erop rekenen dat het gebruik van persoonlijke datakluisen, om mijn persoonlijke data te beheren, mijn privacy zal beschermen	66%	69%	67%	62%	59%	57%	62%
Ik heb het gevoel dat ik kan vertrouwen op het gebruik van persoonlijke datakluisen om mijn persoonlijke data te beheren	65%	70%	69%	61%	59%	58%	63%

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 3.12.1. TRANSPARANTIEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
van wie mijn gegevens gebruikt (bvb. een tabblad waar je al jouw gedeelde persoonlijke gegevens kan bekijken)	50%	60%	56%	83%	58%	63%
welke gegevens worden gebruikt	61%	70%	69%	90%	66%	73%
met welk doel deze gegevens worden gebruikt	61%	73%	67%	88%	64%	72%
op welke manier deze gegevens verwerkt worden	59%	62%	58%	79%	51%	62%
van het gebruik van mijn gegevens in het verleden	55%	57%	55%	76%	44%	58%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Dat ik een overzicht heb... – Minstens 'belangrijk'

TABEL 3.12.2. TRANSPARANTIEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
van wie mijn gegevens gebruikt (bvb. een tabblad waar je al jouw gedeelde persoonlijke gegevens kan bekijken)	53%	66%	62%	61%	63%	65%	63%
welke gegevens worden gebruikt	69%	75%	71%	71%	73%	74%	73%
met welk doel deze gegevens worden gebruikt	64%	70%	68%	70%	75%	77%	72%
op welke manier deze gegevens verwerkt worden	47%	58%	62%	61%	65%	70%	62%
van het gebruik van mijn gegevens in het verleden	47%	57%	55%	55%	61%	65%	58%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Dat ik een overzicht heb...
– Minstens 'belangrijk'

TABEL 3.13.1. CONTROLEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
wie mijn gegevens mag gebruiken (vb. een tabblad waar je makkelijk kan aan-of uitvinken of bedrijven/overheden bepaalde persoonlijke gegevens kunnen bekijken.)	62%	74%	67%	94%	71%	75%
welke gegevens mogen gebruikt worden	66%	77%	73%	95%	75%	79%
hoe lang gegevens mogen gedeeld worden	63%	70%	64%	84%	56%	68%
om de toestemming om mijn gegevens te mogen gebruiken terug in te trekken	72%	80%	76%	95%	75%	81%
om data uit mijn kluis te verwijderen	70%	80%	74%	94%	78%	80%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Dat ik kan kiezen ...
– Minstens 'belangrijk'

TABEL 3.13.2. CONTROLEFEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
wie mijn gegevens mag gebruiken (vb. een tabblad waar je makkelijk kan aan-of uitvinken of bedrijven/overheden bepaalde persoonlijke gegevens kunnen bekijken.)	65%	76%	79%	74%	75%	76%	75%
welke gegevens mogen gebruikt worden	73%	78%	81%	78%	78%	80%	79%
hoe lang gegevens mogen gedeeld worden	54%	64%	70%	66%	72%	74%	68%
om de toestemming om mijn gegevens te mogen gebruiken terug in te trekken	76%	77%	81%	81%	83%	83%	81%
om data uit mijn kluis te verwijderen	70%	80%	82%	79%	83%	83%	80%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Dat ik kan kiezen ...
– Minstens 'belangrijk'

TABEL 3.14.1. OVERIGE FEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
dat er een eigen plek is waar ik mijn gegevens kan bewaren	55%	62%	64%	80%	57%	64%
dat de macht niet langer bij grote (tech)bedrijven ligt	75%	78%	72%	89%	64%	76%
dat de data die gebruikt wordt losgekoppeld is van applicaties van derden	61%	73%	70%	88%	65%	73%
dat persoonlijke datakluisen ontwikkeld zijn op basis van open en vertrouwde internetstandaarden	57%	63%	64%	82%	57%	65%
dat ik kan kiezen bij welke organisaties ik een persoonlijke datakluis wil hebben	61%	66%	64%	80%	62%	67%
dat ik kan kiezen om meerdere datakluisen te hebben	40%	42%	43%	54%	32%	43%
dat ik zelf een persoonlijke datakluis kan opzetten en beschikbaar stellen	44%	51%	53%	71%	44%	54%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Ik vind het belangrijk...
– Minstens 'belangrijk'

TABEL 3.14.2. OVERIGE FEATURES PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
dat er een eigen plek is waar ik mijn gegevens kan bewaren	56%	60%	66%	61%	67%	70%	64%
dat de macht niet langer bij grote (tech)bedrijven ligt	64%	71%	73%	76%	79%	83%	76%
dat de data die gebruikt wordt losgekoppeld is van applicaties van derden	61%	69%	74%	71%	76%	78%	73%
dat persoonlijke datakluisen ontwikkeld zijn op basis van open en vertrouwde internetstandaarden	57%	58%	67%	64%	68%	71%	65%
dat ik kan kiezen bij welke organisaties ik een persoonlijke datakluis wil hebben	55%	66%	68%	63%	69%	74%	67%
dat ik kan kiezen om meerdere datakluisen te hebben	38%	35%	45%	42%	44%	47%	43%
dat ik zelf een persoonlijke datakluis kan opzetten en beschikbaar stellen	55%	46%	55%	52%	55%	57%	54%

Duid aan hoe belangrijk volgende kenmerken zijn voor jou: Ik vind het belangrijk...
– Minstens 'belangrijk'

TABEL 4.1.1. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Ik ga ervan uit dat internetbedrijven enkel geïnteresseerd zijn in hun eigen voordeel en niet in dat van mij	78%	80%	78%	83%	65%	77%
Ik denk dat internetbedrijven niet eerlijk zijn	57%	45%	51%	50%	19%	43%
Ik denk dat internetbedrijven onbetrouwbaar zijn	48%	32%	37%	30%	13%	30%
Ik denk dat internetbedrijven niet het beste met mij voor hebben	50%	40%	43%	43%	20%	38%
Internetbedrijven zijn niet te vertrouwen	44%	29%	32%	26%	11%	27%
Uiteindelijk willen internetbedrijven enkel maar winst maken met onze gegevens	84%	82%	75%	83%	62%	77%
Grote internetbedrijven doen met onze gegevens wat ze willen	80%	76%	65%	74%	46%	67%

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

TABEL 4.1.2. WANTROUWEN IN INTERNETBEDRIJVEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Ik ga ervan uit dat internetbedrijven enkel geïnteresseerd zijn in hun eigen voordeel en niet in dat van mij	72%	80%	77%	72%	77%	80%	77%
Ik denk dat internetbedrijven niet eerlijk zijn	52%	49%	44%	42%	37%	41%	43%
Ik denk dat internetbedrijven onbetrouwbaar zijn	38%	33%	33%	32%	25%	27%	30%
Ik denk dat internetbedrijven niet het beste met mij voor hebben	45%	45%	39%	39%	32%	35%	38%
Internetbedrijven zijn niet te vertrouwen	34%	32%	30%	27%	21%	23%	27%
Uiteindelijk willen internetbedrijven enkel maar winst maken met onze gegevens	67%	75%	75%	76%	75%	83%	77%
Grote internetbedrijven doen met onze gegevens wat ze willen	57%	61%	68%	66%	68%	75%	67%

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

TABEL 4.2.1. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Vlaamse overheid	46%	60%	62%	74%	73%	70%
Mijn lokaal gemeentebestuur	40%	54%	56%	56%	62%	69%
Start-ups	3%	3%	12%	6%	12%	9%
Ziekenhuizen/Aanbieders van gezondheidszorg	48%	56%	65%	63%	71%	77%
Federale overheid	42%	58%	63%	72%	74%	67%
Vlaamse commerciële mediabedrijven	9%	8%	19%	8%	18%	24%
Vlaamse publieke mediabedrijven	16%	18%	24%	20%	28%	43%
Internationale mediabedrijven	4%	5%	16%	6%	15%	20%
Online detailhandelaars	8%	11%	23%	10%	22%	36%
Telecomproviders	20%	20%	31%	23%	36%	47%
Banken en kredietmaatschappijen	33%	44%	53%	53%	63%	65%
Verzekeringsmaatschappijen	30%	37%	45%	41%	51%	56%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek	20%	20%	24%	18%	21%	34%
Sociale media-organisaties	3%	2%	10%	3%	8%	8%
Internationale internetbedrijven	8%	5%	15%	7%	13%	15%
Universiteiten/wetenschappers	39%	52%	59%	62%	67%	64%

Duid aan in welke mate je volgende sectoren/organisaties vertrouwt met je persoonlijke gegevens – minstens ‘vertrouw ik’

TABEL 4.2.2. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES MET PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Vlaamse overheid	62%	70%	67%	67%	69%	76%	70%
Mijn lokaal gemeentebestuur	67%	68%	67%	64%	67%	76%	69%
Start-ups	18%	22%	12%	7%	3%	3%	9%
Ziekenhuizen/Aanbieders van gezondheidszorg	83%	82%	79%	72%	72%	75%	77%
Federale overheid	57%	66%	65%	65%	69%	74%	67%
Vlaamse commerciële mediabedrijven	30%	30%	23%	20%	19%	23%	24%
Vlaamse publieke mediabedrijven	45%	47%	43%	36%	37%	45%	43%
Internationale mediabedrijven	36%	30%	24%	22%	12%	9%	20%
Online detailhandelaars	48%	44%	43%	35%	29%	29%	36%
Telecomproviders	50%	47%	42%	40%	47%	52%	47%
Banken en kredietmaatschappijen	70%	69%	62%	60%	61%	69%	65%
Verzekeringsmaatschappijen	53%	59%	53%	52%	52%	63%	56%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek	40%	39%	28%	28%	28%	41%	34%
Sociale media-organisaties	12%	13%	9%	6%	7%	5%	8%
Internationale internetbedrijven	19%	20%	17%	11%	11%	15%	15%
Universiteiten/wetenschappers	74%	71%	66%	56%	57%	66%	64%

Duid aan in welke mate je volgende sectoren/organisaties vertrouwt met je persoonlijke gegevens – minstens ‘vertrouw ik’

TABEL 4.3.1. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Vlaamse overheid	46%	60%	62%	74%	73%	65%
Mijn lokaal gemeentebestuur	40%	54%	56%	56%	62%	55%
Start-ups	3%	3%	12%	6%	12%	8%
Ziekenhuizen/Aanbieders van gezondheidszorg	48%	56%	65%	63%	71%	62%
Federale overheid	42%	58%	63%	72%	74%	64%
Vlaamse commerciële mediabedrijven	9%	8%	19%	8%	18%	13%
Vlaamse publieke mediabedrijven	16%	18%	24%	20%	28%	22%
Internationale mediabedrijven	4%	5%	16%	6%	15%	9%
Online detailhandelaars	8%	11%	23%	10%	22%	16%
Telecomproviders	20%	20%	31%	23%	36%	26%
Banken en kredietmaatschappijen	33%	44%	53%	53%	63%	51%
Verzekeringsmaatschappijen	30%	37%	45%	41%	51%	42%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek	20%	20%	24%	18%	21%	21%
Sociale media-organisaties	3%	2%	10%	3%	8%	5%
Internationale internetbedrijven	8%	5%	15%	7%	13%	10%
Universiteiten/wetenschappers	39%	52%	59%	62%	67%	58%

Duid aan in welke mate je volgende sectoren/organisaties vertrouwt met je persoonlijke gegevens – minstens ‘vertrouw ik’

TABEL 4.3.2. VERTROUWEN IN SECTOREN/ORGANISATIES ALS AANBIEDER VAN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Vlaamse overheid	60%	67%	64%	65%	62%	68%	65%
Mijn lokaal gemeentebestuur	50%	53%	52%	53%	56%	62%	55%
Start-ups	13%	18%	12%	5%	3%	2%	8%
Ziekenhuizen/Aanbieders van gezondheidszorg	72%	65%	64%	59%	56%	61%	62%
Federale overheid	61%	65%	64%	63%	63%	66%	64%
Vlaamse commerciële mediabedrijven	22%	16%	15%	10%	9%	11%	13%
Vlaamse publieke mediabedrijven	27%	22%	23%	22%	18%	21%	22%
Internationale mediabedrijven	20%	13%	12%	12%	5%	3%	9%
Online detailhandelaars	24%	16%	20%	16%	13%	11%	16%
Telecomproviders	37%	26%	25%	28%	23%	25%	26%
Banken en kredietmaatschappijen	58%	56%	49%	51%	43%	51%	51%
Verzekeringsmaatschappijen	48%	45%	39%	40%	36%	44%	42%
Liefdadigheidsinstellingen voor medisch onderzoek	24%	20%	16%	17%	20%	25%	21%
Sociale media-organisaties	7%	10%	7%	4%	3%	3%	5%
Internationale internetbedrijven	17%	14%	13%	8%	6%	6%	10%
Universiteiten/wetenschappers	72%	65%	57%	52%	48%	58%	58%

Duid aan in welke mate je volgende sectoren/organisaties vertrouwt met je persoonlijke gegevens – minstens ‘vertrouw ik’

TABEL 5.1.1. INTERESSE IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
interesse om een persoonlijke datakluis voor persoonlijke media-aanbevelingen te gebruiken	10%	20%	35%	41%	34%	30%

In welke mate heb je interesse om een persoonlijke datakluis voor persoonlijke media-aanbevelingen te gebruiken?
– Minstens 'geïnteresseerd'

TABEL 5.1.2. INTERESSE IN PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
interesse om een persoonlijke datakluis voor persoonlijke media-aanbevelingen te gebruiken	42%	40%	36%	28%	25%	21%	30%

In welke mate heb je interesse om een persoonlijke datakluis voor persoonlijke media-aanbevelingen te gebruiken?
– Minstens 'geïnteresseerd'

TABEL 5.2.1. MOTIVATIE GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
...aanbevelingen te ontvangen die beter aansluiten bij je interesses	25%	45%	50%	41%	48%	45%
...meer controle te krijgen over welke gegevens gebruikt kunnen worden (door het aanbevelingsmechanisme)	70%	85%	83%	93%	83%	86%

In welke mate activeer je de datakluis om... ?
– Filter op geïnteresseerden, minstens 'om deze reden'

TABEL 5.2.2. MOTIVATIE GEBRUIK PERSOONLIJKE DATAKLUIZEN VOOR MEDIA, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
...aanbevelingen te ontvangen die beter aansluiten bij je interesses	37%	46%	47%	44%	48%	47%	45%
...meer controle te krijgen over welke gegevens gebruikt kunnen worden (door het aanbevelingsmechanisme)	84%	86%	86%	88%	88%	83%	86%

In welke mate activeer je de datakluis om... ?
– Filter op geïnteresseerden, minstens 'om deze reden'

TABEL 5.3.1. TOESTEMMING GEBRUIK DATA VOOR PERSOONLIJKE MEDIA-AANBEVELINGEN, NAAR DIGIPROFIEL

	Geen Relatie	Lat-Relatie	Platonische Relatie	Haat-Liefde Verhouding	Passionele Minnaar	TOTAAL
Mijn gegevens bij sociale media platformen zoals Facebook of Twitter	9%	14%	39%	13%	30%	24%
Mijn gegevens bij muziekplatformen zoals Spotify of Soundcloud	8%	9%	29%	14%	25%	20%
Mijn gegevens bij nieuwswebsites inclusief mijn interesses	25%	30%	46%	33%	39%	37%
Mijn gegevens bij videoplatformen zoals Netflix, Disney+ of Streamz	4%	8%	35%	15%	30%	22%
Mijn gegevens bij klantenkaarten van supermarktketens zoals Colruyt of Carrefour	17%	16%	29%	17%	26%	22%
Mijn gegevens bij cultuurorganisaties (bvb. uitleengeschiedenis bibliotheek, cultuurpas, welke voorstellingen ik bezocht heb)	17%	20%	26%	18%	23%	22%
Mijn persoonlijke gegevens zoals socio-demografische factoren	0%	15%	16%	18%	23%	17%
Mijn gegevens van internetgebruik (bvb. browsergeschiedenis, ..)	13%	10%	17%	8%	10%	12%

Stel dat je de nieuws- of mediaorganisatie ook toestemming kan geven om andere gegevens aan je datakluis toe te voegen, om je zo betere aanbevelingen te kunnen geven. Welke gegevens van jou zou de nieuws- of mediaorganisatie hiervoor mogen gebruiken?
– Filter op geïnteresseerden

TABEL 5.3.2. TOESTEMMING GEBRUIK DATA VOOR PERSOONLIJKE MEDIA-AANBEVELINGEN, NAAR LEEFTIJD

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	TOTAAL
Mijn gegevens bij sociale media platformen zoals Facebook of Twitter	30%	32%	34%	14%	18%	14%	24%
Mijn gegevens bij muziekplatformen zoals Spotify of Soundcloud	32%	32%	27%	11%	10%	5%	20%
Mijn gegevens bij nieuwswebsites inclusief mijn interesses	32%	42%	45%	26%	33%	39%	37%
Mijn gegevens bij videoplatformen zoals Netflix, Disney+ of Streamz	33%	34%	34%	15%	6%	8%	22%
Mijn gegevens bij klantenkaarten van supermarktketens zoals Colruyt of Carrefour	14%	26%	36%	16%	17%	19%	22%
Mijn gegevens bij cultuurorganisaties (bvb. uitleengeschiedenis bibliotheek, cultuurpas, welke voorstellingen ik bezocht heb)	21%	25%	25%	15%	19%	24%	22%
Mijn persoonlijke gegevens zoals socio-demografische factoren	9%	22%	23%	25%	14%	9%	17%
Mijn gegevens van internetgebruik (bvb. browsergeschiedenis, ..)	12%	13%	19%	9%	8%	7%	12%

Stel dat je de nieuws- of mediaorganisatie ook toestemming kan geven om andere gegevens aan je datakluis toe te voegen, om je zo betere aanbevelingen te kunnen geven. Welke gegevens van jou zou de nieuws- of mediaorganisatie hiervoor mogen gebruiken?
– Filter op geïnteresseerden



mmec

Dit onderzoek wordt gesteund door SolidLab Vlaanderen
(Vlaamse Overheid, EWI en RRF project VVo23/10)

