

# Draagvlakonderzoek onder burgers voor Blauwe Knop

*Diepteonderzoek*

**DATUM** 20 augustus 2021

**VERSIE** 2.1

**PROJECT REFERENTIE** Blauwe Knop Burgeronderzoek

**VERTROUWELIJKHEID** *Beperkt*

**STATUS** Finaal

**BEDRIJF** InnoValor

**AUTEURS** Liesbeth Hijink  
Marlies Rikken

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>INLEIDING</b>	<b>5</b>
1.1	DOELSTELLING EN HOOFDVRAAG	5
1.2	VERANTWOORDING	6
1.3	LEESWIJZER	6
<b>2</b>	<b>ONDERSTEUNEND MATERIAAL</b>	<b>7</b>
2.1	VIDEOMATERIAAL	7
2.2	BELOFTEN VAN DE BLAUWE KNOP	7
2.3	CASUÏSTIEK	7
<b>3</b>	<b>RESULTATEN INTERVIEWS</b>	<b>8</b>
3.1	DEEL 1 - GRONDHOUDING	8
3.1.1	<i>Overheid</i>	8
3.2	DEEL 2 - INTRODUCEREN VAN DE BLAUWE KNOP	9
3.2.1	<i>Wat is de Blauwe Knop?</i>	9
3.2.2	<i>Spreekt het concept aan?</i>	10
3.3	DEEL 3 – CASUÏSTIEK EN CARD SORTING	10
3.3.1	<i>Uitkomsten card-sorting</i>	10
3.3.2	<i>Waar zien mensen de Blauwe Knop graag terug?</i>	12
3.3.3	<i>Verwacht gebruik</i>	12
<b>4</b>	<b>ANALYSE</b>	<b>14</b>
4.1	WAT IS DE GRONDHOUDING TEN AANZIEN VAN DOWNLOADEN EN DELEN VAN PERSOONLIJKE DATA?	14
4.2	HOE DENKT DE BURGER OVER BETROKKENHEID VAN DE OVERHEID?	14
4.3	WAT VINDT MEN VAN HET CONCEPT?	14
4.4	WELKE INVLOED HEEFT DE BLAUWE KNOP OP DE ATTITUDE VAN MENSEN?	15
<b>5</b>	<b>CONCLUSIE</b>	<b>17</b>

## MANAGEMENTSAMENVATTING

De Blauwe Knop is een meerjarig project waarin meermaals met behulp van specifieke casussen onderzoek is gedaan naar de ervaring van gebruikers met de Blauwe Knop. Er was echter nog geen gedetailleerd beeld van het brede draagvlak voor de Blauwe Knop onder de Nederlandse burger. De vraagstelling die in het draagvlakonderzoek dan ook centraal staat is: *Wat is het draagvlak onder de Nederlandse burger voor de Blauwe Knop en aan welke voorwaarden voor gebruik moet worden voldaan?*

Om een goed beeld van dit draagvlak te krijgen is kwalitatief en kwantitatief onderzoek gedaan. Met het kwalitatieve onderzoek zijn op een dieper niveau achterliggende beweegredenen en drempels van een groep (potentiële) gebruikers in kaart gebracht, terwijl het kwantitatieve onderzoek laat zien hoe Nederlanders tegen het concept aankijken. Er is in april 2021 met vijftien mensen met verschillend opleidingsniveau en digitale vaardigheden, een diepte-interview gevoerd. Daarna hebben 1.008 respondenten deelgenomen aan een kwantitatief onderzoek in de vorm van een online enquête, die in mei 2021 werd uitgezet onder een representatieve doelgroep van Nederlanders van achttien jaar of ouder. Op basis hiervan kunnen algemene uitspraken gedaan worden. In de voorliggende rapportage zijn de bevindingen van het kwalitatieve onderzoek gepresenteerd.

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden zijn semi-gestructureerde interviews opgezet. Hierbij werd een script gebruikt dat is opgezet aan de hand van de thema's in het UTAUT model, dat ook een belangrijke rol speelt in het kwantitatieve onderzoek. Het semi-gestructureerde interviewformat liet ruimte om in te gaan op specifieke thema's en interesses van de participant, terwijl het borgt dat alle relevante thema's bij alle participanten behandeld worden.

Participanten waren voor de start van het interview onbekend met de Blauwe Knop. Geleidelijk maakten zij kennis met het concept door middel van een uitlegvideo en de klantbeloften. Vervolgens werden elf casussen gepresenteerd, van situaties waarin de Blauwe Knop een rol kan spelen. De casussen werden voorgelegd aan de hand van card-sorting. Participanten werd gevraagd de casussen te sorteren op basis van de door hen ervaren maatschappelijke meerwaarde van de casus. Het proces van sorteren en interactie met de kaarten zorgde ervoor dat de participant actief bezig moest zijn met de materie. In combinatie met de thinking out loud methodiek werd ruimte geboden voor vragen en diepere discussie over keuzes en overwegingen.

Hierbij zijn de volgende kansen en barrières rond de introductie en het gebruik van de Blauwe Knop naar boven gekomen onder de groep participanten.

**K1:** Bewustzijn rond privacy en beschermen van persoonsgegevens is bij veel participanten aanwezig. In eerder onderzoek is waargenomen dat de Blauwe Knop helpt deze punten te realiseren. Hier liggen kansen voor de Blauwe Knop wanneer het aspect van veilig data delen in de communicatie benadrukt wordt.

**K2:** Betrokkenheid van een overheidspartij schept vertrouwen in het proces.

**K3:** Voorbeeldcasussen zorgen ervoor dat mensen de Blauwe Knop beter begrijpen.

**K4:** Participanten zien meerwaarde voor inzet van de Blauwe Knop in processen waarbij er een groot belang is dat het proces foutloos verloopt, wanneer de situatie complex is en/of er veel verschillende bronnen bij elkaar gebracht moeten worden.

**K5:** Het introduceren van de Blauwe Knop op plekken waar deze duidelijk meerwaarde heeft voor een concrete situatie kan helpen met de adoptie van de Blauwe Knop.

**B1:** Het beeld dat iemand heeft van de betrouwbaarheid van de partij speelt een belangrijke rol bij de bereidwilligheid om informatie te delen.

**B2:** Het concept van de Blauwe Knop is niet eenvoudig te begrijpen, na het zien van de video en beloften variëren de interpretaties over de functionaliteiten van Blauwe Knop sterk.

**B3:** Er is scepsis over de capaciteit van de overheid om het veilig delen van gegevens te kunnen waarborgen.

**B4:** Er bestaat een angst dat doordat delen van gegevens makkelijker wordt, hierbij ook sneller fouten gemaakt kunnen worden.

**B5:** Als er weinig verbetering wordt geboden ten opzichte van het bestaande proces, zien de participanten geen meerwaarde in de Blauwe Knop.

**B6:** De Blauwe Knop heeft volgens participanten pas meerwaarde als alle benodigde bronnen (die in een specifiek proces of casus noodzakelijk zijn) zijn aangesloten.

**B7:** Participanten staan meer open voor het delen van informatie tussen overheden dan tussen overheden en private partijen

De belangrijkste bevindingen in dit onderzoek kunnen als volgt samengevat worden:

- Heldere communicatie over wat de Blauwe Knop is en doet, helpt bij begrip voor het concept. Zorg voor goede toelichting over de werking en voordelen. Geef ook duidelijk aan wat de Blauwe Knop niet is. **(K1, B3, B4)**
- Betrokkenheid van de overheid zorgt voor vertrouwen in het proces. De Blauwe Knop heeft nauwe banden met overheidspartijen, waardoor vertrouwen in de basis hoog is. Dat is helemaal het geval als de Blauwe Knop wordt ingezet in een casus waarbij de ontvangende partij ook als betrouwbaar gezien wordt. Bij private partijen wordt verwacht dat er eisen en voorwaarden gesteld worden aan gebruik van de Blauwe Knop. **(K2, B1, B7)**
- Het concept van de Blauwe Knop is niet eenvoudig uit te leggen. Concrete casussen met een heldere meerwaarde van de Blauwe Knop helpen bij het begrip. **(K3, B2)**
- Complexe processen, waarbij het van groot belang is om over de juiste gegevens te beschikken, vormen een goed startpunt voor de Blauwe Knop. Het is van belang hierbij alle benodigde partijen te betrekken zodat het proces van gegevens verzamelen en delen echt vergemakkelijkt wordt en de meerwaarde van de Blauwe Knop heel duidelijk is. **(K4, K5, B5, B6)**

De grote uitdaging voor de Blauwe Knop is om een eenduidige boodschap over te brengen richting de gebruiker. In de video en klantbeloften wordt een onvoldoende eenduidig beeld geschetst; wat op dit moment leidt tot verkeerde aannames over de Blauwe Knop. Er dient helder gecommuniceerd te worden over wat de Blauwe Knop wel en niet doet. De inzichten uit dit onderzoek kunnen helpen bij het maken van keuzes en een startpunt bieden voor verbeterde communicatie richting de burger en aanscherping van de Blauwe Knop.

# 1 Inleiding

Het project 'De Blauwe Knop' wil meehelpen om duidelijk te maken wat ervoor nodig is om het concept van 'regie op gegevens' te laten slagen. Eén van de manieren waarop de Blauwe Knop 'regie op gegevens' realiseert, is door op eenvoudige (gebruiksvriendelijke) wijze invulling te geven aan het recht op inzage zoals voorgeschreven in de AVG. Daarnaast biedt de Blauwe Knop de burger mogelijkheden om op een eenvoudige en vertrouwde manier bij de overheid gewaarmerkte persoonlijke gegevens in te zien, te downloaden of direct te delen met een gegevensvrager. Hierbij fungeert de Blauwe Knop als beeldmerk voor het proces van data inzien, downloaden en delen. Er zijn drie verschijningsvormen van de Blauwe Knop te onderscheiden:

- **Blauwe Knop Basis:** een voorziening om een gewaarmerkte set persoonlijke gegevens bij één organisatie te downloaden naar het device van de burger.
- **Blauwe Knop Centraal:** een voorziening om vanuit meerdere organisaties één voor die bronorganisatie geaggregeerde, gewaarmerkte set persoonlijke gegevens te downloaden naar het device van de burger, alwaar het in een integraal overzicht wordt aangeboden.
- **Blauwe Knop Plus:** een voorziening om een gewaarmerkte set persoonlijke gegevens (mogelijk samengesteld vanuit verschillende bronnen) van de bronnen voor (her)gebruik beschikbaar te stellen aan andere partijen, met expliciete toestemming maar zonder directe tussenkomst van de burger.

Het doel van de Blauwe Knop is de regie op persoonsgegevens bij de burger vergroten, terwijl tegelijkertijd het proces van het delen van deze gegevens makkelijker wordt.

## 1.1 DOELSTELLING EN HOOFDVRAAG

Het onderzoek wil inzichtelijk maken wat het draagvlak is onder de Nederlandse burger voor het concept van de Blauwe Knop. Aangezien de Blauwe Knop de burger centraal stelt en hem of haar de regie geeft over zijn of haar gegevens, is het van belang het draagvlak voor het concept en eventuele toepassingen ervan te toetsen. Naast de toetsing van het draagvlak zelf, kan een dergelijk onderzoek ook een indruk geven van de potentie van het concept en de manier waarop de beoogde gebruikers ernaar kijken. Dit biedt vervolgens handreikingen voor de manier waarop verschillende groepen benaderd kunnen worden.

Centraal in het onderzoek naar het draagvlak staat de vraag:

*Wat is het draagvlak onder de Nederlandse burger voor de Blauwe Knop en aan welke voorwaarden voor gebruik moet worden voldaan?*

Om een goed beeld van dit draagvlak te krijgen is kwalitatief en kwantitatief onderzoek gedaan. Met het kwalitatieve onderzoek worden op een dieper niveau achterliggende beweegredenen en drempels van een groep (potentiële) gebruikers in kaart gebracht, terwijl het kwantitatieve onderzoek laat zien hoe Nederlanders tegen het concept aankijken.

Binnen beide onderzoeken staan de volgende thema's centraal:

- Inventariseren wat de grondhouding van de burger is ten aanzien van downloaden en delen van persoonlijke data.
- Inventariseren hoe de burger denkt over betrokkenheid van de overheid in dit proces.
- Onderzoeken wat men vindt van het concept, het beeldmerk, de uitleg, de klantbeloften.
- Onderzoeken welke invloed de Blauwe Knop heeft op de attitude van mensen ten opzichte van datadelen.
- Aan de hand van casuïstiek verdiepende inzichten ophalen over motivaties, barrières en kansen voor gebruik van de Blauwe Knop onder de burger.
- Waar mogelijk handvatten bieden voor het vergroten van het draagvlak voor de Blauwe Knop.

## 1.2 VERANTWOORDING

Het onderzoek bestaat uit een kwalitatieve en kwantitatieve component. De opbouw van en samenhang tussen de kwalitatieve diepte-interviews en de kwantitatieve enquêtes wordt verder toegelicht in Bijlage 3.

Onderhavig rapport betreft het kwalitatieve onderzoek. De resultaten van het kwantitatieve onderzoek zijn beschikbaar op [www.blauweknop.nl](http://www.blauweknop.nl).

Voor het voorliggende onderzoek zijn diepte-interviews gedaan met vijftien participanten. De interviews hadden een semi-gestructureerd format. Waardoor er ruimte was om door te vragen of toelichting te geven tijdens het gesprek waar dit relevant bleek. De interviewvragen zijn gebaseerd op de elementen uit UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, Venkatesch et. al., 2003). Daarnaast is gebruik gemaakt van specifieke kwalitatieve interviewmethoden zoals card-sorting en thinking aloud.

Het gebruik van card-sorting gaf de mogelijkheid om participanten in korte tijd met veel uiteenlopende casussen van de Blauwe Knop kennis te laten maken. Het proces van sorteren en interactie met de kaarten zorgde ervoor dat de participant actief bezig moest zijn met de materie. Daarnaast bood het ruimte voor de onderzoeker om dieper in te gaan op de keuzes en overwegingen van de persoon.

Een interview duurde een uur en bestond uit drie onderdelen. In deel 1 werd ingegaan op de grondhouding van de burger ten opzichte van privacy en data delen. Daarna werd de Blauwe Knop geïntroduceerd. Hiervoor zijn een informatieve video en klantbeloften ingezet. In deel 3 maakten de participanten middels card-sorting kennis met het brede landschap waarin de Blauwe Knop mogelijk ingezet kan worden.

## 1.3 LEESWIJZER

In hoofdstuk 2 van dit rapport worden de ondersteunende materialen bij de interviews verder beschreven.

Hoofdstuk 3 beschrijft de resultaten van de interviews. Hoofdstuk 4 bevat de analyse van deze resultaten en in hoofdstuk 5 worden de conclusies beschreven.

## 2 Ondersteunend materiaal

Om het draagvlak te toetsen zijn deelnemers bevestigd die de Blauwe Knop op voorhand niet kenden. Gedurende het interview werd de Blauwe Knop steeds verder toegelicht. Het was noodzakelijk een begrijpelijk beeld te schetsen over de Blauwe Knop, dat de persoon vervolgens kon beoordelen. Hiervoor werd een combinatie van materialen ingezet: een [video](#) met een toelichting over de Blauwe Knop, de klantbeloften en casuïstiek van de Blauwe Knop.

### 2.1 VIDEOMATERIAAL

Om het basis concept van de Blauwe Knop toe te lichten is een [video](#) getoond. Deze video is in een eerder stadium van het project ontwikkeld en is aangepast voor gebruik binnen dit onderzoek.

### 2.2 BELOFTEN VAN DE BLAUWE KNOP

Naast de video-uitleg schetsen zijn de klantbeloften belangrijk in de beeldvorming rond de Blauwe Knop. In het kort wordt de Blauwe Knop op basis van de video en de klantbeloften als volgt beschreven:

Veel organisaties hebben je gegevens nodig. Hoe zorg je ervoor dat je alleen die gegevens deelt die je wilt delen? Hoe houd je overzicht met wie je welke gegevens wilt delen?. De Blauwe Knop wil daarom dat het delen van gegevens via de Blauwe Knop **makkelijk** is, het beeldmerk is **herkenbaar** en het delen van je gegevens verloopt op een **betrouwbare** manier.

Hieruit zijn de volgende klantbeloften voortgekomen:

- De Blauwe Knop maakt regie op jouw gegevens mogelijk
- De Blauwe Knop helpt je om inzicht te krijgen in jouw eigen gegevens
- Met de Blauwe Knop kun je jouw gegevens delen zoals jij dat wilt.

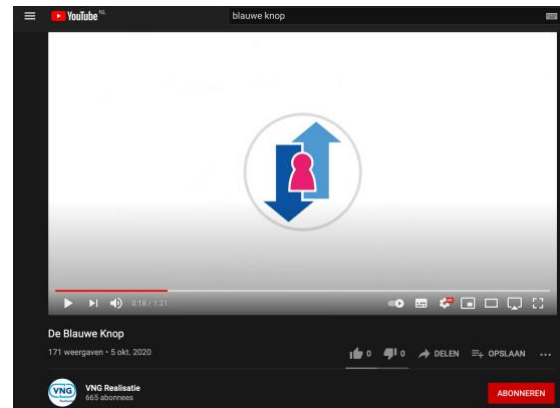
In Bijlage 1 zijn de volledige klantbeloften te vinden.

### 2.3 CASUÏSTIEK

De Blauwe Knop is in ontwikkeling en daarom nog vrij abstract, zelfs met de bovengenoemde toelichting. In eerder onderzoek werd gebruik gemaakt van een casus die door middel van een digitale clickable demo tot leven kwam. Het risico ontstaat dan dat de participant de Blauwe Knop enkel aan de specifieke casus koppelt. We maakten in dit onderzoek daarom gebruik van 11 casussen, afkomstig uit het Casuïstiekonderzoek (Rikken et al., 2021). Om met een zeer brede variatie aan mogelijke toepassingen van het concept verder toe te lichten.



Figuur 2 - casuïllustratie schuldenoverzicht, gebruikt in de kwantitatieve enquête



Figuur 1 - Still beeldmateriaal uitleg Blauwe Knop

# 3 Resultaten interviews

In dit hoofdstuk worden de reacties van de participanten weergegeven. De resultaten van vijftien interviews zijn geabstraheerd en samengevoegd, deze bevatten nog geen conclusies. Het hoofdstuk bevat enkele quotes van de participanten die de genoemde resultaten illustreren. Hierin wordt letterlijk weergegeven wat de participanten gezegd hebben. De resultaten zijn aan de hand van de drie interviewonderdelen verwerkt:

- **Deel 1 Grondhouding:** Hier behandelen we de houding van participanten ten opzichte van online zaken regelen, zoeken en omgaan met data en wat men verwacht van de overheid op dit vlak.
- **Deel 2 Introductie Blauwe Knop:** In deze paragrafen worden de reacties van de participanten op de informatie (klantbeloften & video) over de Blauwe Knop omschreven.
- **Deel 3: Casuïstiek en card-sorting:** Hier is omschreven welke reactie de participanten hebben op de casuïstiek waarin de Blauwe Knop een rol kan spelen.

## 3.1 DEEL 1 - GRONDHOUDING

Zaken als online bankieren en digitaal de belastingaangifte doen zijn dermate ingeburgerd dat participanten hier eigenlijk niet over na hoeven te denken. Alle participanten doen deze zaken online, een enkeling krijgt ondersteuning bij belastingaangifte. Eén van de participanten geeft aan alle digitale zaken mobiel te doen.

Wanneer men moet kiezen tussen gemak of privacy dan geeft ongeveer de helft van de participanten aan dat ze privacy belangrijker vinden. Een ruime meerderheid geeft aan dat ze wel bezig zijn met hun privacy als ze online zijn. Hoever dit voor de participanten gaat verschilt echter. Voor de een uit zich dit bijvoorbeeld in het actief doorlopen van de cookiebar of het verwijderen van een Facebookprofiel. Voor de ander betekent het zelfs dat ze gebruik maken van een VPN (*virtual private network*) tijdens het browsen. Een aantal participanten geeft aan formulieren weg te klikken bij websites die 'te veel' informatie vragen of die ze onbetrouwbaar vinden.

*"Als je kijkt naar bijvoorbeeld [populaire kledingzaak] en je moet daar van alles invullen. Dan denk ik eerder laat maar zitten."*

Voor het delen van gegevens vinden participanten het over het algemeen belangrijk dat helder is waarvoor de gegevens gebruikt worden en dat dit lang niet altijd het geval is. Het is regelmatig lastig om goed te achterhalen waarvoor gegevens gebruikt zullen worden, het staat in lange teksten of in kleine lettertjes. Wanneer er wantrouwen is in een partij of dienst haken mensen bij voorbaat al af.

De overheid wordt genoemd als een betrouwbare partij, waar men veilig kan inloggen. Men vindt bovendien dat je er zeker van moet kunnen zijn dat persoonlijke gegevens door de overheid op een goede manier behandeld worden. Zo zegt een participant dat ze van de overheid verwacht dat deze "veilig is en veilig blijft. Zoals het nu is heb ik er wel een goed gevoel bij."

### 3.1.1 Overheid

Participanten hebben hoge verwachtingen van de overheid, met name op gebied van veiligheid. Vertrouwen in DigiD is erg hoog. Er is behoefte aan meer inzicht in welke organisatie data heeft en met wie de data gedeeld wordt, ook wanneer die binnen de overheid blijft. Daarnaast verwacht men dat de overheid de touwtjes stevig in handen houdt wanneer data gedeeld wordt met een externe partij. Dat "moet beperkt blijven tot de minimale gegevens."

*"Het is gewoon ook niet helder wat er dan gebeurt, het is te ondoorzichtig. Bij de overheid heb je ook nog eens geen keuze. Dus wat is dan de waarde van die toestemming?"*

Er wordt niet louter positief gesproken over de overheid. De Toeslagenaffaire wordt een aantal keer genoemd. Soms hebben mensen ook zelf slechte ervaringen met de overheid, omdat communicatie tussen instanties niet op orde was.



*"Het valt me soms wel tegen, ook hoe het bij de overheid gaat. Er was iets misgegaan met mijn pensioen in combinatie met mijn AOW. Dat liep helemaal verkeerd. Bij het pensioen hadden ze iets door moeten krijgen en dat was niet gebeurd, toen kreeg ik te veel geld. Dat liep 10 jaar ongemerkt door."*

Wat betreft het idee dat de overheid toezicht moet houden op datagebruik door bedrijven kunnen we drie beelden identificeren. Het idee dat er geen, of weinig controle en toezicht is en de verwachting dat overheid hierin meer zou kunnen doen. Het beeld dat totale controle, van ieder bedrijf, onhaalbaar of onwenselijk is en dat hierin slimme keuzes gemaakt moeten worden. Daarnaast is er de meer sceptische insteek over de capaciteiten van de overheid om überhaupt goede controle te hebben op bedrijven.

### **3.2 DEEL 2 - INTRODUCEREN VAN DE BLAUWE KNOP**

Participanten kregen zowel de introductievideo als de klantbeloften van de Blauwe Knop voorgelegd. Deze worden helder en duidelijk bevonden. De focus op financiële gegevens roept bij veel participanten vragen op over de meerwaarde van de Blauwe Knop voor henzelf. Ze hebben geen financiële problemen en zitten niet in de schuldsanering.

Verschillende participanten zijn sceptisch over de Blauwe Knop: "Hoe controleer je of de organisaties dan voldoen? Hoe zorg je dat de Blauwe Knop niet wordt nagemaakt. Als ik het zou gebruiken zou ik dit verder uit willen zoeken." vraagt een participant. Een ander vraagt hoe controle gehouden kan worden: "Is dit wel echt betrouwbaar? Hoe kan ik dit nou zeker weten?". Een andere participant stelt een online profiel voor: "Nu lijkt het vooral financieel, dat is niet genoeg als overheidsdossier ... Mogelijk is het prettig als je ook een profielpagina hebt waar je dan kunt zien welke overheidsdiensten jij koppelt." Weer een andere participant vraagt zich af waarom er overheidsgeld wordt gestoken in de ontwikkeling van een nieuwe functie in plaats van het verbeteren van bestaande mogelijkheden: "Waarom wordt hier overheidsgeld voor gebruikt? Moeten mensen niet vaardiger worden of persoonlijke data gewoon toegankelijker en makkelijker maken?" Bovendien spelen twijfels zowel bij de sterk digitaal vaardigen als de minder digitaal vaardige groep.

Toch zijn er ook zaken die wel aanspreken. Het merendeel van de participanten vinden het handig "dat je het niet allemaal hoeft op te zoeken en dat je niet iets kunt vergeten." Of "Dat je niet zelf achter al die organisaties aan hoeft te gaan." Een participant ziet kansen om inzicht in persoonlijk datagebruik te vergroten: "Als het een prestige ding wordt of verplicht voor instanties en organisaties, dan kan het wel zorgen dat het makkelijker is om te zien wat organisaties over mij verwerken."

Na de introductie van de Blauwe Knop zijn er nog wel een aantal vragen. De praktische toepassing is nog onduidelijk. "Om het echt te begrijpen moet ik het een keer doen". Ook zijn er vragen over hoe het intrekken van toestemming precies zal werken, welke gegevens er gedeeld worden en hoe het er precies uit zal zien in gebruik. In eerdere onderzoeken werd gewerkt met een clickable demo van een specifieke toepassing van de Blauwe Knop. Daar kwamen dit soort vragen niet naar voren (Rikken & Hijink, 2020).

#### **3.2.1 Wat is de Blauwe Knop?**

We vroegen alle participanten na het bekijken van de video en het lezen van de klantbeloften om te vertellen wat de Blauwe Knop volgens hen is of doet. Dit leidde tot uiteenlopende antwoorden. De Blauwe Knop wordt omschreven als een database, een webapplicatie, een protocol voor gegevensoverdracht, een dossier voor je financiële gegevens, een platform voor financiële en persoonsgegevens, een dossier voor je financiële gegevens, een site waar je je gegevens kunt inzien en doorsturen, een digitale folder voor je gegevens of een tool om je gegevens mee in te zien en te downloaden.

De focus ligt bij velen op de financiële component. Ook komt het idee van een site, folder of database waar gegevens bij elkaar bewaard worden, sterk naar voren. Dit leidt in een aantal gevallen tot kritische vragen over de veiligheid.

*"Hoe handig is het om alles op één plek te hebben qua veiligheid? Dan wordt het misschien makkelijker gehackt."*

Eén van de participanten noemt de Blauwe Knop een keurmerk, dat staat voor de afspraken die de Blauwe Knop maakt met gelieerde partijen.

### 3.2.2 Spreekt het concept aan?

We zien dat het concept nog veel vragen oproept, waardoor in deze fase van de interviews het concept weinig aansprekend wordt bevonden. Enkele participanten zijn positief, dan ligt de focus op het gemak van de Blauwe Knop.

*“Dat je het niet allemaal hoeft op te zoeken en dat je niet iets kunt vergeten.”*

Als participanten twijfelen of het concept niet aansprekend vinden hebben ze vooral veel vragen. Of de belofte van gemak wel waargemaakt kan worden bijvoorbeeld.

*“Stel ik heb gegevens nodig van de Belastingdienst, en ik kan maar een deel van de benodigde gegevens ophalen en voor de rest moet ik alsnog contact opnemen “*

Ook is men niet overtuigd van de veiligheid en betrouwbaarheid van de Blauwe Knop. Juist dat de gegevens nu decentraal zijn opgeslagen, zorgt dat ze niet in één keer beschikbaar zijn voor iemand met slechte bedoelingen. Er zijn vragen over de toestemming, hoe dit precies zal werken, wat er gedaan kan worden als iets mis gaat.

*“Het is een beetje te wervelend [...] Eerst zien, dan geloven. Lijkt allemaal makkelijk, maar in praktijk is het volgens mij niet zo makkelijk.”*

Ook de rol van de overheid komt aan bod. Als de burger via de overheid data laat uitwisselen (middels de Blauwe Knop), moeten die organisaties, vindt men, natuurlijk wel gecontroleerd worden. Er wordt verwacht dat er ten minste voorwaarden zijn waaraan een partij moet voldoen om aan te mogen sluiten op een Blauwe Knop. Meermaals wordt benoemd dat gecontroleerd moet worden dat partijen niet meer data te gebruiken dan nodig. Eén van de participanten geeft aan dat op gebied van datadelen ook echt de eigen verantwoordelijkheid geldt. De systemen van de overheid moeten veilig zijn, maar "je geeft zelf je gegevens af".

## 3.3 DEEL 3 – CASUÏSTIEK EN CARD SORTING

Na het introduceren van de Blauwe Knop, is de participanten gevraagd om voor een elftal situaties aan te geven in hoeverre zij de implementatie van de Blauwe Knop zien als maatschappelijk relevant. De resultaten van de card-sorting zijn te zien in onderstaande tabel. Hierin is weergegeven hoe vaak een casus in de betreffende categorie gesorteerd is. De casus 'gewaarmerkte data op LinkedIn' is bijvoorbeeld door zeven participanten in de categorie 'helemaal niet relevant' gesorteerd. De casus 'woning kopen' is door zes participanten best wel relevant gevonden en door negen 'heel erg'.

CASE	Helemaal niet	Niet echt	Best wel	Heel erg
Vaccinatieoverzicht	1	2	6	6
Reageren op (sociale) huurwoning	0	1	10	4
Woning kopen	0	0	6	9
Schuldenoverzicht	0	2	4	9
Voedselpakket aanvragen	1	3	6	5
Overzicht geïndiceerde zorg	1	2	4	8
Autoverzekering aanvragen	3	7	2	3
Financiële APK	0	0	9	6
Gewaarmerkte data op LinkedIn	7	5	3	0
Aanvragen VOG	1	1	6	7
Indicatie tbv kinderbijslag	0	0	10	5

Tabel 1 - Resultaten card sorting

### 3.3.1 Uitkomsten card-sorting

Onderstaande paragrafen lichten de uitkomsten per case nader toe en geven een beeld van de verschillende associaties die personen hebben bij een bepaalde casus.

#### *Niet wenselijk – LinkedIn*

Het is helder uit de sortering en de reacties van personen, dat het gebruik van de Blauwe Knop in de case waarbij LinkedIn betrokken is ongewenst is. Diverse participanten willen diploma-informatie en werkhistorie liever direct uit te wisselen met een potentiële werkgever, op het moment dat dit ook daadwerkelijk noodzakelijk is, bijvoorbeeld als onderdeel van een sollicitatieprocedure. Daarnaast is een aantal participanten onbekend met LinkedIn. Het merendeel van de participanten heeft een negatieve associatie bij LinkedIn, omdat het een social media platform is. Ze geven aan dat een overheid hier geen gegevens mee uit zou moeten wisselen en dat dit geen maatschappelijk meerwaarde heeft.

#### *Lage impact – Autoverzekering*

Hoewel diverse participanten aangeven het nut van de Blauwe Knop bij het afsluiten van een autoverzekering wel in te zien, geeft men ook aan dat dit proces al erg gemakkelijk verloopt. Bij het invullen van de gegevens worden de meeste gegevens al automatisch aangevuld. Dit geeft wat betreft de Blauwe Knop in deze case een laag gevoel van meerwaarde. Een aantal van de participanten heeft weinig ervaring en beeld bij het aanvragen van een autoverzekering.

#### *Gemengd – Voedselpakket*

Er wordt gevarieerd gereageerd op de situatie rond het aanvragen van een voedselpakket. Meerdere personen geven aan verbaasd te zijn dat er een check nodig is om een voedselpakket aan te vragen en vinden dat dit eigenlijk ook niet nodig zou moeten zijn. Een ander verwacht dat de aanvraag al automatisch verloopt. Weer een ander geeft aan dat er misschien wel gesjoemeld kan worden. Een enkeling benoemt dat het ook gênant kan zijn voor personen om deze informatie te moeten delen en de voorziening te gebruiken, voor een ander is dit juist een reden om wel digitaal gegevens te kunnen delen. De meeste participanten geven echter aan dat het zeker niet moeilijk mag zijn om een voedselpakket aan te vragen wanneer het nodig is. Wanneer de Blauwe Knop dit proces makkelijker maakt zou dit meerwaarde hebben.

#### *Relevant - Overzicht geïndiceerde zorg*

Meerdere participanten geven aan onbekend te zijn met 'zorgindicaties' en hebben uitleg nodig om te begrijpen om welke gegevens het gaat en wanneer dit mogelijk belangrijk kan zijn. Na uitleg zien deze personen wel de relevantie in van een duidelijk overzicht. De personen die wel bekend zijn met zorgindicaties en hier in eigen omgeving mee in aanraking komen geven aan dat het zeer belangrijk is dat deze informatie correct is en dat er veilig mee omgegaan moet worden. Zeker omdat het direct effect kan hebben op de zorgvergoeding of hulp die iemand ontvangt.

#### *Relevant – (Sociale) huurwoning*

Bijna alle participanten geven aan relevantie te zien in het goed regelen van verhuren van woning aan de 'juiste' personen en dat dit proces gemakkelijk en zonder fouten zou moeten verlopen. Daarbij geven diverse participanten wel aan dat de benodigde informatie in dit geval niet zeer groot is. De meeste participanten geven deze casus dan ook de waardering 'best wel'. De situatie roept weinig vragen of opmerkingen op, ook al is huren voor sommige participanten zelf niet direct relevant.

#### *Relevant - Indicatie t.b.v. kinderbijslag*

Deze situatie wordt door diverse participanten in de financiële hoek geschaard en minder met zorg geassocieerd. De meeste personen geven aan het als 'best wel' relevant in te schatten. Een enkeling benoemt de toeslagenaffaire en geeft dit als reden dat het belangrijk is dat er beter met de benodigde informatie omgegaan wordt.

#### *Relevant - Financiële APK*

De meeste participanten zien een financiële APK als iets 'handigs', om een goed overzicht te krijgen van de persoonlijke en zakelijke financiële situatie. Diverse participanten geven aan het echter wel minder maatschappelijk relevant of noodzakelijk te vinden dan bijvoorbeeld schuldhulpverlening. Een enkeling geeft aan het juist niet wenselijk te vinden vanwege een laag vertrouwen in financieel adviseurs.

#### *Relevant – Vaccinatieoverzicht*

Het vaccinatieoverzicht is voor veel participanten een herkenbaar onderwerp. Vanwege reisvaccinaties, maar ook gezien de recente vaccinaties tegen COVID. Er is bij een aantal participanten ook een duidelijke behoefte aan een beter overzicht van vaccinaties die een persoon gedurende zijn of haar leven heeft gehad, omdat dit in de huidige situaties in verschillende 'boekjes' genoteerd wordt waardoor het snel onoverzichtelijk wordt. Een

enkeling geeft aan niet geïnteresseerd te zijn in de mogelijkheid zelf te kiezen voor een applicatie. De app moet internationaal geldig zijn en vooral veilig.

#### *Relevant – aanvragen VOG*

Wat betreft het aanvragen van een VOG wordt de algemene relevantie erkend door de participanten. Het moet vooral duidelijk zijn of een persoon inderdaad geschikt is om in een bepaalde functie te werken. Men ziet in dat dit gevoelige informatie kan zijn en tegelijkertijd dat fraude hiermee ongewenst is. Wanneer de Blauwe Knop kan zorgen dat dit proces met meer zekerheid en veiligheid verloopt, ziet men hier meerwaarde in.

#### *Zeer relevant – Schuldenoverzicht*

In het geval van het schuldenoverzicht geven bijna alle participanten aan maatschappelijk belang te zien in het makkelijker maken van dit proces, zelfs wanneer deze situatie voor de personen zelf niet direct van toepassing is. Men verwacht dat iemand in een situatie waar schulden een rol spelen slecht overzicht heeft in financiële gegevens. Het zou in dat geval niet moeilijk zou moeten zijn om deze gegevens op te vragen, zeker niet wanneer dit noodzakelijk is.

#### *Zeer relevant – Woning kopen*

Voor een groot deel van de participanten is de aanschaf van een woning ofwel een bekend proces, of verwacht men dat dit relevant kan worden in de nabije toekomst. Participanten beamen dat er een grote hoeveelheid gegevens verzameld moet worden en dat het erg handig zou zijn als dit proces makkelijker verloopt.

### **3.3.2 Waar zien mensen de Blauwe Knop graag terug?**

Op basis van de cart-sorting lijkt de meeste waarde voor de Blauwe Knop te liggen in de casussen: aanschaf van een woning (hypotheekaanvraag) en het schuldenoverzicht. Daarnaast zijn ook het vaccinatieoverzicht, aanvragen VOG, zorgindicaties (al dan niet voor kinderbijslag) en de financiële APK casussen waarvan participanten meerwaarde inzien om data delen gemakkelijk te maken. Ook wanneer we vragen in welke situatie men zelf graag de Blauwe Knop terug wil zien komen deze onderwerpen naar voren.

Na het doorlopen van de casuïstiek is er bij alle deelnemers een beter beeld van de mogelijkheden die er zijn als het aankomt op het delen van gegevens door overheidsinstanties onderling en met private partijen. Hierbij volgt wel de interpretatie dat de Blauwe Knop breder is dan alleen een beeldmerk, maar dat dit een manier is om datauitwisseling te realiseren.

### **3.3.3 Verwacht gebruik**

In de interviews geven participanten vaak gemak en tijdsbesparing aan als belangrijkste redenen dat ze enthousiast zijn over de Blauwe Knop. Participanten zien een belangrijke rol voor de Blauwe Knop in casussen die complex zijn, waar het lastig is om goed overzicht te hebben of waar veel informatie bij elkaar gebracht moet worden.

*"Jazeker, voor de snelheid en het gemak waarmee het werkt. Heel veel mensen kunnen ermee geholpen zijn."*

De meeste participanten geven aan de Blauwe Knop ook zelf te zullen gebruiken wanneer dit mogelijk is, zeker wanneer deze daadwerkelijk doet wat het belooft. Hierbij komt naar voren dat het van belang is dat de gegevens volledig zijn en dat alle relevante partijen aangesloten zijn "denk aan schulden. Als er partijen niet aangesloten zijn dan heb je schijnvolledigheid." De participanten geven aan dat het mogelijk 'bewaren op één plaats' en makkelijker delen belangrijke voordelen zijn. Door het gesprek en het zien van de mogelijke implementaties zijn diverse participanten nieuwsgierig geworden naar de Blauwe Knop.

*'Ik zou het wel gebruiken, mits het goed geïmplementeerd wordt.'*

Anderen geven aan de Blauwe Knop alleen te willen gebruiken wanneer het veilig ingericht is en daar audits op uitgevoerd worden. Beveiliging wordt als één van de risico's benoemd. Voor een enkeling hangt het gebruik er ook vanaf hoe makkelijk het inloggen is. Weer een enkeling geeft aan alsnog voor 'papier' te blijven kiezen, omdat digitaal nog te veel onzekerheid geeft.

Participanten gaan er daarbij vanuit dat de Blauwe Knop een sterke rol zal pakken als het gaat om toezicht houden op aangesloten partijen. "Anders moet je het niet eens doen".

*'Ja zeker, overheidsinstanties hebben daar dan een rol in, zij zijn daarvoor verantwoordelijk.'*

Het is voor diverse personen belangrijk dat de overheid hier een rol in oppakt en dat die erop toeziet (via bijvoorbeeld steekproeven) dat gegevensontvangers zich aan bepaalde regels houden. Tegelijkertijd is er scepsis in de capaciteiten van de overheid om dit toezicht goed in te regelen.

# 4 Analyse

De resultaten zijn geanalyseerd aan de hand van de hoofdvraag en de deeldoelstelling. De vragen naar aanleiding van de doelstellingen worden in dit hoofdstuk geadresseerd, bij iedere doelstelling zijn de gevonden kansen (**K**) en/of barrières (**B**) geformuleerd.

## 4.1 WAT IS DE GRONDHOUDING TEN AANZIEN VAN DOWNLOADEN EN DELEN VAN PERSOONLIJKE DATA?

Vrijwel alle participanten zeggen bewust bezig te zijn met privacy op het internet. In hoeverre dit invloed heeft op het daadwerkelijke gedrag is niet te zeggen. Wel speelt bij de helft van de participanten gemak ook een belangrijke rol als het gaat om hoe zij zich op het internet gedragen. Uiteraard heeft niet iedereen dezelfde kennis en kunde. Enkele participanten zeggen gebruik te maken van een VPN (*virtual private network*), dat biedt een hele andere bescherming van persoonsgegevens dan het uitschakelen van cookies, wat voor andere participanten een belangrijke privacy maatregel is.

**K1:** *Bewustzijn rond privacy en beschermen van persoonsgegevens is bij veel participanten aanwezig. In eerder onderzoek is waargenomen dat de Blauwe Knop helpt deze punten te realiseren. Hier liggen kansen voor de Blauwe Knop wanneer het aspect van veilig data delen in de communicatie benadrukt wordt.*

Participanten vinden het belangrijk dat duidelijk weergegeven wordt waarom hen gevraagd wordt de betreffende gegevens te delen met een organisatie. Ook geeft een deel van de participanten aan geen data te delen met een partij die ze onbetrouwbaar vinden.

**B1:** *Het beeld dat iemand heeft van de betrouwbaarheid van de partij speelt een belangrijke rol bij de bereidwilligheid om informatie te delen met de Blauwe Knop.*

## 4.2 HOE DENKT DE BURGER OVER BETROKKENHEID VAN DE OVERHEID?

Een aanzienlijk deel van de participanten heeft vertrouwen in de overheid en inloggen met DigiD wordt gezien als zeer veilig. Dit leidt tegelijkertijd tot verwachtingen, over de veiligheid van datadelen in processen waar een overheidspartij bij betrokken is. Men verwacht van de overheid dat ze garanties kunnen geven dat niet meer data gedeeld wordt dan strikt noodzakelijk, dat er (strengere) regels zijn voor de partijen waarmee gedeeld wordt en ook dat de overheid transparant is over het proces.

**K2:** *Betrokkenheid van een overheidspartij schept vertrouwen in het proces.*

## 4.3 WAT VINDT MEN VAN HET CONCEPT?

Participanten maken kennis met de Blauwe Knop door een informatieve video die de werking van de Blauwe Knop toelicht en vervolgens krijgen ze de klantbeloften van de Blauwe Knop te lezen. Op basis van deze toelichtingen lijkt het concept in de basis duidelijk. Toch is het beeld dat mensen van de Blauwe Knop hebben vaak niet juist en varieert het sterk van participant tot participant. De aannames die participanten doen kunnen echter wel afbreuk doen aan vertrouwen in het concept. Als men bijvoorbeeld denkt dat data op één plek opgeslagen wordt en daardoor een veiligheidsrisico vormt.

**B2:** *Het concept van de Blauwe Knop is niet eenvoudig te begrijpen, na het zien van de video en beloften variëren de interpretaties over de functionaliteiten van Blauwe Knop sterk.*

Het vertrouwen in de overheid en DigiD is groot onder het merendeel van de participanten. Daarbij zijn verwachtingen over de veilige werking van de Blauwe Knop groot. De Blauwe Knop doet een stevige belofte als het gaat om betrouwbaar data delen. Participanten twijfelen of de beloften waargemaakt kunnen worden en hoe dergelijke afspraken er inhoudelijk uitzien.

*"Je vindt de Blauwe Knop alleen op plekken waar voldaan wordt aan de Blauwe Knop-afspraken. Dat geldt zowel voor de organisatie waar jouw gegevens zich bevinden, als voor de organisatie die jouw gegevens ontvangt." (Klantbelofte Blauwe Knop).*

**B3:** *Er is scepsis over de capaciteit van de overheid om het veilig delen van gegevens te kunnen waarborgen*

Door datadelen te vergemakkelijken kunnen er ook makkelijker fouten gemaakt worden. Eén participant geeft expliciet aan dat je zelf verantwoordelijk bent als je je eigen data deelt, maar vindt ook dat maatregelen genomen moeten worden om gevolgen van foutief datadelen te minimaliseren. Wanneer je zelf een overzicht van je gegevens opslaat biedt dit wellicht ook mogelijkheden voor hackers.

**B4:** *Er bestaat een angst dat doordat delen van gegevens makkelijker wordt, hierbij ook sneller fouten gemaakt kunnen worden.*

#### **4.4 WELKE INVLOED HEEFT DE BLAUWE KNOP OP DE ATTITUDE VAN MENSEN?**

Na eerste kennismaking twijfelen participanten over de meerwaarde die de Blauwe Knop kan bieden. De video beschrijft situaties die vaak voor hen persoonlijk van toepassing zijn. Het beeld van de Blauwe Knop wordt scherper na kennismaking met de uiteenlopende casuïstiek en men is dan ook positiever. Participanten kunnen zich beter voorstellen dat ze de Blauwe Knop tegen komen in een, voor hen relevante situatie. Mochten dit het geval zijn dan staan ze er ook voor open deze te gaan gebruiken, of tenminste uit te proberen.

**K3:** *Voorbeeldcasussen zorgen ervoor dat mensen de Blauwe Knop beter begrijpen.*

De casuïstiek helpt ook een beeld te vormen van maatschappelijke problemen waar de Blauwe Knop belangrijke meerwaarde kan hebben. Hoewel de casussen vaak niet voor de participanten persoonlijk van toepassing zijn ziet men een belangrijke rol voor de Blauwe Knop in situaties waarin iemand zelf minder overzicht heeft. Bijvoorbeeld voor het verkrijgen van een schuldenoverzicht en een overzicht van zorgindicaties (al dan niet voor kinderbijslag). Men kan zich duidelijk inbeelden dat de Blauwe Knop waarde kan hebben in dit soort situaties

**K4:** *Participanten zien meerwaarde voor inzet van de Blauwe Knop in processen waarbij er een groot belang is dat het proces foutloos verloopt, wanneer de situatie complex is en/of er veel verschillende bronnen bij elkaar gebracht moeten worden.*

**K5:** *Het introduceren van de Blauwe Knop op plekken waar deze duidelijk meerwaarde heeft voor een concrete situatie kan helpen met de adoptie van de Blauwe Knop.*

Persoonlijke interesse in de Blauwe Knop komt ook vooral naar voren bij casuïstiek die een meer complexe situatie schetst. Denk hierbij aan de aanschaf van een woning (hypotheekaanvraag). Daarnaast zijn ook het vaccinatieoverzicht, aanvragen VOG, en de financiële APK casussen. Een casus die laag scoort is die rond het afsluiten van een autoverzekering met behulp van de Blauwe Knop. Participanten vinden dit geen complex proces, ook wordt veel informatie al geautomatiseerd ingevuld. De meerwaarde van de Blauwe Knop werd in deze casus daarom lager beoordeeld.

**B5:** *Als er weinig verbetering wordt geboden ten opzichte van het bestaande proces, zien de participanten geen meerwaarde in de Blauwe Knop.*

Een voorwaarde voor gebruik van de Blauwe Knop die meerdere keren genoemd wordt is volledigheid. Het is belangrijk dat de Blauwe Knop een compleet overzicht geeft. Wanneer bij gebruik van de Blauwe Knop een deel van de gegevens alsnog handmatig aangeleverd moet worden, ziet men weinig voordeel. Directe aansluiting van alle uitvoerders in Nederland is wellicht niet realistisch. Wanneer er gekozen wordt voor een specifieke startcasus, is het zaak om daarbinnen alle stakeholders aan te sluiten, zodat de meerwaarde van de Blauwe Knop overduidelijk is.

**B6:** *De Blauwe Knop heeft volgens participanten pas meerwaarde als alle benodigde bronnen (die in een specifiek proces of casus noodzakelijk zijn) zijn aangesloten.*

Vrijwel alle participanten reageren negatief op de mogelijkheid om diplomagegevens van DUO met behulp van de Blauwe Knop op LinkedIn te zetten. Het delen van een dataset van de overheid met een social media platform is voor velen een no go. Men staat er wel voor open om informatie te delen met een hypotheekverstrekker. Bij de casus financiële APK geeft men aan het overzicht vooral voor zichzelf te downloaden en niet per sé naar een adviseur te willen sturen. Bij delen met andere private partijen moet de overheid een sterke rol pakken in het controleren hoeveel data wordt opgevraagd en hoe hiermee omgegaan wordt. Als het om gegevens gaat waarvan de overheid de bron is, geven diverse participanten daarnaast aan dat ze het delen van die gegevens liever tot de overheid beperken.

***B7:** Participanten staan meer open voor het delen van informatie tussen overheden dan tussen overheden en private partijen.*



# 5 Conclusie

Ter conclusie de kwalitatieve inzichten rond de onderzoeksvraag: *Wat is het draagvlak onder de Nederlandse burger voor de Blauwe Knop en aan welke voorwaarden voor gebruik moet worden voldaan?*

Na de eerste uitleg over de Blauwe Knop zien we hoge verwachtingen ontstaan over veiligheid en privacy. Ook zijn er aannames die niet passen bij wat De Blauwe Knop is, zoals het idee dat de Blauwe Knop een cloudomgeving is waar data samengebracht wordt. Hierdoor ontstaan soms twijfels, bijvoorbeeld over hoe de data veilig wordt verstuurd en opgeslagen. Privacy en vertrouwen zijn hierin gevoelige thema's. Hoewel het delen vanuit de burger geïnitieerd wordt, ontstaat er een hoge verwachting over de veiligheid van het proces dat de Blauwe Knop faciliteert. Deze verwachting komt enerzijds voort uit de betrokkenheid van de overheid. Anderzijds wordt deze ook bevestigd en wellicht versterkt door zinnen in de video en klantbelofte als: "Makkelijk, herkenbaar, betrouwbaar" en "Je vindt de Blauwe Knop alleen op plaatsen waar voldaan wordt aan de Blauwe Knop-afspraken."

De mogelijkheden van de Blauwe Knop zijn breed en daarom niet goed te vangen in een korte toelichting. Hierdoor blijft enthousiasme over het concept in eerste instantie uit. Wanneer het concept concreter wordt gepresenteerd zien we dat participanten positiever tegenover de Blauwe Knop komen te staan. Na het zien van de casuïstiek ontstond een beter beeld van de inzetbaarheid van de Blauwe Knop. Participanten zien meerwaarde bij complexe processen waar op dit moment vanuit verschillende bronnen gegevens bij elkaar gebracht moeten worden. Participanten zien, afhankelijk van de casus, voordeel voor zichzelf en/of een groot maatschappelijk belang.

De meerderheid van de participanten geeft aan de Blauwe Knop te zullen gebruiken, of het tenminste uit te willen proberen wanneer ze het tegenkomen.

Samengevat zien we, op basis van de kansen (**K**) en/of barrières (**B**), belangrijke handvatten op het vlak van communicatie en implementatie van de Blauwe Knop die helpen bij het tonen van meerwaarde en vergroten van het draagvlak:

- Heldere communicatie over wat de Blauwe Knop is en doet, helpt bij begrip voor het concept. Zorg voor goede toelichting over de werking en voordelen. Geef ook duidelijk aan wat de Blauwe Knop niet is. (**K1, B3, B4**)
- Betrokkenheid van de overheid zorgt voor vertrouwen in het proces. De Blauwe Knop heeft nauwe banden met overheidspartijen, waardoor vertrouwen in de basis hoog is. Dat is helemaal het geval als de Blauwe Knop wordt ingezet in een casus waarbij de ontvangende partij ook als betrouwbaar gezien wordt. Bij private partijen wordt verwacht dat er eisen en voorwaarden gesteld worden aan gebruik van de Blauwe Knop. (**K2, B1, B7**)
- Het concept van de Blauwe Knop is niet eenvoudig uit te leggen. Concrete casussen met een heldere meerwaarde van de Blauwe Knop helpen bij het begrip. (**K3, B2**)
- Complexe processen, waarbij het van groot belang is om over de juiste gegevens te beschikken, vormen een goed startpunt voor de Blauwe Knop. Het is van belang hierbij alle benodigde partijen te betrekken zodat het proces van gegevens verzamelen en delen echt vergemakkelijkt wordt en de meerwaarde van de Blauwe Knop heel duidelijk is. (**K4, K5, B5, B6**)

De grote uitdaging voor de Blauwe Knop is om een eenduidige boodschap over te brengen richting de gebruiker. In de video en klantbeloften wordt een onvoldoende eenduidig beeld geschetst; wat op dit moment leidt tot verkeerde aannames over de Blauwe Knop. Er dient helder gecommuniceerd te worden over wat de Blauwe Knop wel en niet doet. De inzichten uit dit onderzoek kunnen helpen bij het maken van keuzes en een startpunt bieden voor verbeterde communicatie richting de burger en aanscherping van de Blauwe Knop.

# Referenties

Conrad, L. Y. & Tucker, V. (2019) *Making it tangible: hybrid card sorting within qualitative interviews*. Journal of Documentation, 75(2), pp. 397-416, verkrijgbaar via <https://eprints.gut.edu.au/123885/7/33442396.pdf>

Rikken, M. & Hijink, L. (2020). *Gebruikersonderzoek Blauwe Knop Plus, Use case RDW – Verzmij*

Rikken, M. & Hijink, L. (2020). *Gebruikersonderzoek Blauwe Knop Plus, Use case RDW – Check!*

Rikken, M. Taal, S., Leest, de K., Vogel, D. (2021). *Casuïstiek Blauwe Knop. Overzicht 2020/2021*

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G.B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, (27:3).

# Bijlage 1 – Klantbeloften



De Blauwe Knop

## KLANTBELOFTEN BLAUWE KNOP

### 1 DE BLAUWE KNOP MAAKT REGIE OP JOUW GEGEVENS MOGELIJK

Veel organisaties hebben je gegevens nodig. Hoe zorg je ervoor dat je alleen die gegevens deelt die je wilt delen? Hoe houd je overzicht met wie je welke gegevens wilt delen?

Bij organisaties die de Blauwe Knop gebruiken kun je dit altijd op een gemakkelijke en betrouwbare manier regelen. Je vindt de Blauwe Knop alleen op plekken waar voldaan wordt aan de Blauwe Knop-afspraken. Dat geldt zowel voor de organisatie waar jouw gegevens zich bevinden, als voor de organisatie die jouw gegevens ontvangt. De regie over je gegevens ligt volledig bij jou.

### 2 DE BLAUWE KNOP HELPT JE OM INZICHT TE KRIJGEN IN JOUW EIGEN GEGEVENS

Bij organisaties die de Blauwe Knop op hun site hebben staan, kun je gemakkelijk en gebruiksvriendelijk je eigen gegevens opvragen. De gegevens die je ophaalt, zijn de actuele gegevens die de betreffende overheidsorganisatie van jou heeft.

### 3 MET DE BLAUWE KNOP KUN JE JOUW GEGEVENS DELEN ZOALS JIJ DAT WILT

Het delen van gegevens via de Blauwe Knop is **makkelijk**, het beeldmerk is **herkenbaar** en het bekijken of delen van je gegevens verloopt op een **betrouwbare** manier.

Wanneer je de Blauwe Knop gebruikt voor het delen van je gegevens met een ander bedrijf of een andere instelling, worden alleen de gegevens gedeeld, waarvoor jij toestemming geeft. Daarbij zijn de volgende afspraken gemaakt:

- Het is duidelijk welke gegevens je deelt, met welke partij en voor welk doel;
- Je kunt je toestemmingen altijd bekijken;
- Jouw toestemming kan op ieder moment eenvoudig weer ingetrokken worden.

VNG Realisatie en RDW werken samen met een aantal partners aan de realisatie van de Blauwe Knop.



RDW

# Bijlage 2 – Script kwalitatieve interviews

Welkom bij dit onderzoek,

- We gaan je een aantal vragen stellen over hoe je met jouw persoonlijke gegevens omgaat, online.
- Vervolgens laat ik je een filmpje zien en krijg je een document te lezen.
- Daarna gaan we aan de slag met card sorting.

## DEEL 1 - GRONDHOUDING BURGER

Doel: Inventariseren wat de grondhouding van de burger is ten aanzien van downloaden en delen van persoonlijke data.

1. Kun je diensten zoals bankieren, belastingaangifte, gemeente- en overheidszaken op internet te regelen? >> zo nee, heb je hier hulp bij?
2. In hoeverre vind je jezelf digitaal vaardig?

Grondhouding regie

3. Wil je liever meer gemak, of meer privacy?
4. Ben je bewust bezig met je privacy als je op het internet bent?
5. Vind je het belangrijk dat je kunt inzien waarom (waarvoor) je gegevens worden gebruikt als je gebruikt maakt van een dienst?
6. Vind je het belangrijk dat het duidelijk is dat je data gaat delen (en dat je hiervoor actief toestemming kunt geven)?

Overheid

7. Wat verwacht je van partijen waarmee de overheid data uitwisselt? >> Garanties? Afspraken?
8. In hoeverre vind je dat de overheid toezicht moet houden op hoe bedrijven met je gegevens omgaan?

Doel: Inventariseren hoe de burger denkt over betrokkenheid van de overheid in dit proces.

## DEEL 2 - CONCEPT BLAUWE KNOP

Doel Onderzoeken wat men vindt van het concept, het beeldmerk, de uitleg, de klantbelofte. Begrijpen participanten de Blauwe Knop?

<<Tonen video>> <<klantbeloften>>

<https://www.youtube.com/watch?v=Sxr4lkbT63s>

1. Wat vind je van de uitleg van de Blauwe Knop?
2. Kun je uitleggen wat de Blauwe Knop is?
3. Wat doet de Blauwe Knop?
4. Wat spreekt je het meest aan - betreft het concept Blauwe Knop? >> Wat het minst?
5. Roept deze informatie vragen op? Welke vragen heb je nog?

## DEEL 3 – VERDIEPING MET CASUÏSTIEK

Doel: Ervaren maatschappelijke relevantie van een casus ophalen en aan de hand van casuïstiek verdiepende inzichten ophalen over motivaties, barrières en kansen voor gebruik van de Blauwe Knop onder de burger.

Je krijgt zo een heel aantal voorbeelden te zien waar de Blauwe Knop ingezet zou kunnen worden. Deze kun je aanklikken en eenvoudig sorteren op de maatschappelijke relevantie van die casus, volgens jou. Daarbij mag je hardop nadenken. Dus als je een casus niet snapt zeg dat dan gewoon (laat hem ook nog even in het rijtje staan, dan kan ik er wat aanvullende uitleg bij geven). Als je de casus sorteert hoor ik graag over je overwegingen, waarom wel/niet relevant? Voor wie denk je dat het relevant is? Wat spreekt je aan in de casus en wat juist niet.

### <<Intro card sorting: Thinking out loud>>

Maatschappelijke waarde: Denk je dat veel mensen in NL-belang hebben bij de Blauwe Knop in deze casus?

1. Denk je dat de Blauwe Knop een belangrijke maatschappelijke rol kan vervullen? >> Waarom denk je dat? >> Wie zouden er geholpen zijn?

### <Tijdens card sorting>

2. Waarom zet je use case x op heel relevant?
3. Spreekt deze casus jou persoonlijk aan?
4. Waarom laat je case x staan?
5. Begrijp je de casussen?
6. Denk je dat maar weinig mensen belang hebben bij de Blauwe Knop in deze casus?

### <Na card sorting>

7. Waar zou jij de Blauwe Knop graag terugzien? >> Bij welke organisatie? >> Met welk doel?
8. Denk je dat de Blauwe Knop op jou van toepassing kan zijn?
9. Denk je dat de Blauwe Knop op jou van toepassing kan zijn? >> waar zou je hem dan tegen kunnen komen denk je?
  - a. >> heb je een persoonlijke top 3 uit de genoemde casussen?
10. Stel je komt de Blauwe Knop ergens tegen. Zou je ervoor kiezen die te gebruiken? >> Waarom wel/niet.
11. Denk je dat de Blauwe knop datadelen gemakkelijker zal maken? >> Vind je dat een voordeel/nadeel? >> Waarom
12. Zou, volgens jou, de Blauwe Knop een rol kunnen spelen in toezicht op data delen? >> is dit voor jou belangrijk?

Wil je ons nog iets meegeven?

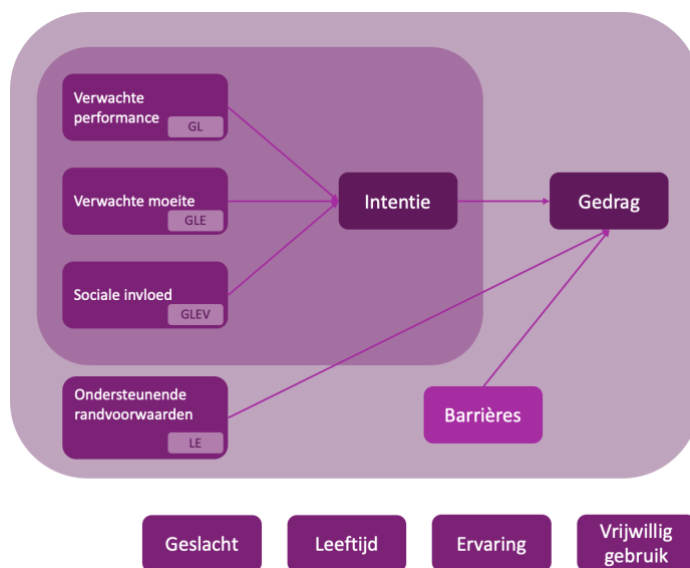
# Bijlage 3 - Methode van het onderzoek

Het onderzoek is opgedeeld in twee onderdelen: kwalitatief en kwantitatief. De opbouw van en samenhang tussen de kwalitatieve interviews en de kwantitatieve enquêtes worden in deze bijlage verder toegelicht.

## UTAUT

De *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, UTAUT (Venkatesh et. al., 2003) helpt met het identificeren van correlaties tussen de intenties om een technologie te gebruiken en het daadwerkelijk vertonen van dat gedrag. De correlaties binnen het model worden meestal in de kwantitatieve analyses beschouwd. De factoren die de intentie tot bepaald gedrag beïnvloeden bieden ook goede aanknopingspunten voor de structuur van de kwalitatieve onderzoeken. Daadwerkelijk gedrag kon in deze fase van onderzoek niet gemeten worden.

UTAUT bouwt voort op bestaande theorieën en voegt belangrijke omgevingsfactoren van de gebruiker toe, zoals de sociale omgeving en ondersteunende randvoorwaarden. Tijdens de onderzoeken focussen we op de vier determinanten die zijn beschreven door Venkatesh et. al. in UTAUT:



Figuur 3- UTAUT model

- **Verwachte performance** (*performance expectancy*): de mate waarin een individu gelooft dat het gebruik van ICT zal helpen om verbeteringen te behalen in de werkprestaties.
- **Verwachte moeite** (*effort expectancy*): de mate van inspanning die geassocieerd wordt met gebruik van het systeem.
- **Sociale invloed** (*social influence*): de mate waarin een individu ervaart dat relevante anderen vinden dat hij of zij een technologie moet gebruiken.
- **Ondersteunende randvoorwaarden** (*facilitating conditions*): de mate waarin een individu gelooft dat er een organisatorische en technische infrastructuur aanwezig is om hem bij het gebruik van het systeem te ondersteunen.

Daarnaast werd in het onderzoek aandacht worden besteed aan mogelijke barrières en de relatie tussen de gebruiksiintentie en de vier sleutelvariabelen: geslacht, leeftijd, ervaring en vrijwilligheid van gebruik.

## KWALITATIEF ONDERZOEK

In totaal zijn vijftien participanten geïnterviewd. Zij werden opgedeeld in twee rondes. De eerste ronde bestond uit vijf participanten en gaf een eerste beeld van de reacties op de Blauwe Knop en casuïstiek.

Het doel van deze eerste groep was:

- Taal- en woordgebruik van participanten achterhalen als het gaat om de Blauwe Knop zodat vragen en teksten in het kwantitatief onderzoek participanten aanspreken in 'hun eigen taal';
- Bepalen in hoeverre de casuïstiek aanspreek en op basis daarvan tot een keuze komen welke casussen, voorzien worden van ondersteunend beeldmateriaal, in het kwantitatieve onderzoek worden opgenomen.

In de tweede ronde zijn tien interviews afgenomen. De complete set interviews is ingezet om diepere context te bieden aan de resultaten uit de kwantitatieve enquête. De interviews volgden daarom een gelijksoortige opbouw als het kwantitatieve onderzoek; UTAUT is voor beide onderzoeken gebruikt als basis voor de vragenlijst.

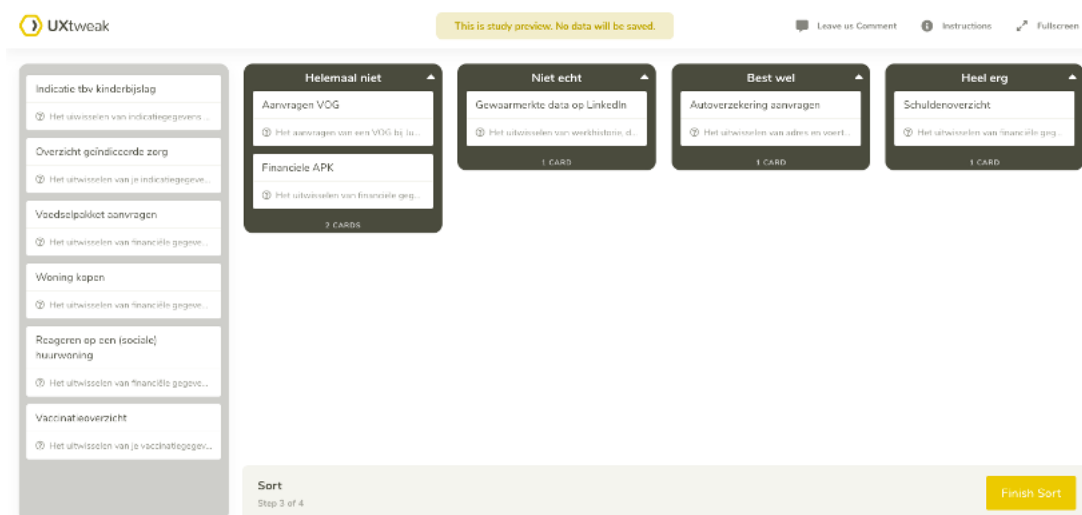
Om aan de Covid-19 veiligheidsnormen en adviezen te voldoen zijn de interviews digitaal afgenomen.

### Semi-gestructureerd interview

De interviews vonden plaats volgens een semi-gestructureerd format. Een script met vragen was de leidraad voor het gesprek. Dit format geeft de ruimte om door te vragen of toelichting te geven tijdens het gesprek waar dit relevant is. De vragen zijn gebaseerd op de elementen uit UTAUT aangevuld met specifieke kwalitatieve interviewmethoden zoals card-sorting en thinking aloud.

Het interview bestond uit drie onderdelen. In deel 1 werd ingegaan op de grondhouding van de burger ten opzichte van privacy en data delen. Daarna werd de Blauwe knop geïntroduceerd. Hiervoor zijn de video en klantbeloften ingezet. In deel 3 maakten de participanten kennis met het brede landschap waarin de Blauwe Knop ingezet kan worden. Hiervoor werd de methode card-sorting gebruikt, die hieronder verder toegelicht wordt. De interviews duurden 60 minuten. De gesprekken zijn in verslagen vastgelegd, deze verslagen zijn vertrouwelijk en uitkomsten worden niet letterlijk naar buiten gebracht.

### Card-sorting



Figuur 4 – voorbeeld van card-sorting in UXTweak

Card-sorting is een methode die het voor de participanten mogelijk maakt om interactie aan te gaan met concepten die hen zijn voorgelegd. In dit geval, de casussen rond de Blauwe Knop. Deze methode gaf de ruimte om de elf beoogde casussen voor te leggen aan participanten. De casussen, uit de rapportage 'Casuïstiek Blauwe Knop (2021)', werden met een korte omschrijving voorgelegd volgens de closed card-sorting methode.

In closed card-sorting bepalen de onderzoekers vooraf de inhoud van de kaarten en de categorieën waarin ze gesorteerd kunnen worden. De kaarten gingen in op de casussen, participanten werd gevraagd deze casussen te sorteren op door hen ervaren maatschappelijke relevantie en hierbij hardop hun overwegingen te benoemen. Het proces van sorteren en interactie met de kaarten zorgde ervoor dat de participant actief bezig was met de materie. Daarnaast bood het ruimte voor de onderzoeker om dieper in te gaan op de keuzes en overwegingen van de persoon (Conrad & Tucker, 2019).

Het gebruik van card-sorting gaf de mogelijkheid om participanten in korte tijd met veel uiteenlopende casussen van de Blauwe Knop kennis te laten maken. Omdat de interviews digitaal werden afgenomen, werd

de tooling van 'Uxtweak'<sup>1</sup> toegepast om de card-sorting uit te voeren. Het doel van de card-sorting was om te verkennen welke cases (in potentie) volgens participanten de meeste meerwaarde kunnen hebben. Hiermee wordt een basis geboden voor besluitvorming over de inzet van de Blauwe Knop in de praktijk.

### Selecteren participanten

Er werden vijftien participanten geselecteerd met uiteenlopende achtergronden. Hierbij werd gekeken naar leeftijd, opleiding, digitale vaardigheid, privacy bewustzijn en privacy perceptie. Deze participanten hadden geen voorkennis over de Blauwe Knop, om zo te voorkomen dat het beeld van de Blauwe Knop al eerder beïnvloed is.

NR.	Leeftijd	Opleiding	Digitale Skills
1	26-30	WO	Goed
2	60+	HBO	Minimaal
3	41-45	MBO	Goed
4	31-35	HBO	Zeer goed
5	21-25	WO	Goed
6	41-45	WO	Goed
7	60+	HBO	Minimaal
8	60+	MBO	Minimaal
9	21-25	WO	Goed
10	56-60	Middelbaar	Midden
11	31-35	WO	Goed
12	26-30	MBO	Goed
13	51-55	MBO	Minimaal
14	26-30	MBO	Goed
15	75+	HBO	Minimaal

Tabel 2 - Participanten

### Spreiding

In de bovenstaande tabel zijn alle respondenten opgenomen, de respondenten werden geselecteerd en benaderd door de onderzoekers, deelname aan dit onderzoek was volledig vrijwillig. Na afnemen van de interviews zijn alle resultaten geanonimiseerd. We hebben in voorgaande kwalitatieve onderzoeken geen onderscheid gevonden tussen mannen en vrouwen, we kozen er daarom in dit onderzoek voor deze data niet mee te nemen.

Leeftijd en opleidingsniveau zijn voorafgaand aan de interviews vast gesteld. De inschatting digitale vaardigheid werd bepaald met een aantal vragen aan het begin van het interview. Hierin onderscheiden we vier niveaus:

- Minimaal, participanten kunnen zich redden met programma's die bij hen bekend zijn, maar hebben hulp nodig als ze iets nieuws gaan doen.
- Midden, participanten redden zichzelf digitaal. Weten waar ze informatie kunnen vinden als ze ergens niet uitkomen.
- Goed, participanten redden zich prima in de digitale omgeving. Ook als een programma minder bekend is.
- Zeer goed, participanten hebben zeer grote digitale vaardigheid, bijvoorbeeld omdat ze een opleiding hebben in informatica of soortgelijk.

Om aan de Covid-19 veiligheidsnormen en adviezen te voldoen zijn de interviews digitaal afgenomen. Het was daarom onvermijdelijk dat participanten enige digitale kennis hebben. Minimaal digitaal vaardige participanten hebben met behulp van derden contact gelegd met de onderzoekers. Eenmalig is een interview later alsnog

<sup>1</sup> <https://www.uxtweak.com>



fysiek uitgevoerd door te lage digitale vaardigheid om online contact te hebben. Deze persoon gaf echter wel aan zelf bankzaken online te regelen.

Over het geheel kan gezegd worden dat de spreiding van de respondenten goed is en in lijn met het doel van het onderzoek om vooral onder een brede populatie, met verschillende achtergronden te onderzoeken wat men van de Blauwe Knop vindt.

Aanbeveling is om, zodra er implementaties van de Blauwe Knop ontstaan, ook onderzoek te doen met participanten die echt beperkte toegankelijkheid hebben. Denk hierbij aan mensen die met aangepaste interfaces werken, zoals blinden. Daarnaast is een heldere instructie rond de werking van de Blauwe Knop gewenst voor minder digitaal vaardigen, om hen te ondersteunen bij het gebruik van de Blauwe Knop.

## **KWANTITATIEVE ONDERZOEK**

Met het kwantitatieve onderzoek werd het draagvlak voor de Blauwe Knop en de voorwaarden waaraan deze moet voldoen onder een grote (representatieve) groep Nederlanders gemeten.

Qua inhoudelijke invulling werd ook in dit deel aangesloten bij het UTAUT-model. Op basis van de onderliggende onderzoeksvragen werd het onderzoek opgedeeld in drie bouwblokken of thema's. Door middel van de gefaseerde opbouw werd het concept van de Blauwe Knop gaandeweg aan respondenten geïntroduceerd. Belangrijk uitgangspunt hierbij is dat de grondhouding (attitude) van respondenten niet (tijdens het onderzoek) beïnvloed wordt door de informatie over de Blauwe Knop. Hieronder worden de drie onderdelen beschreven.

### **Deel 1 – Grondhouding van de burger**

Aan de start van de enquête heeft de burger nog geen kennisgenomen van de Blauwe Knop en werd aan de hand van enkele vragen de grondhouding van de burger tegenover datadelen gemeten. Daarnaast is onderzocht of men bekend is met het programma regie op gegevens. En welke rol vinden zij dat de overheid zou moeten pakken als het gaat over datadelen?

### **Deel 2 – Concept Blauwe Knop**

In deel twee kregen participanten middels een korte video uitleg over de Blauwe Knop. Hierna volgde een eerste concepttest. Naamgeving werd in dit onderdeel getoetst, evenals spontane associaties met het beeldmerk. Het was zelfs mogelijk te toetsen hoe men reageert op beschrijving uit de video.

Daarnaast werd hier getoetst of men het concept relevant en aantrekkelijk vindt. In hoeverre was de meerwaarde van de Blauwe Knop in dit stadium zichtbaar? En in hoeverre zou men overwegen om de blauwe Knop te gaan gebruiken?

### **Deel 3 – Verdieping door middel van introductie van casuïstiek**

De Blauwe Knop is nog in haar ontwikkelingsfase en daarom nog vrij abstract. In dit deel zijn een viertal casussen opgenomen ter illustratie van de mogelijkheden van de Blauwe Knop. Het risico van het tonen van een selectie van casussen is dat deze het perspectief van de participant danig beïnvloeden en dat zij de Blauwe Knop enkel aan de specifieke casus koppelen. Daarom is gekozen voor algemene voorbeelden die voldoende aansprekend en herkenbaar zijn, zodat zij gezamenlijk het verhaal van de Blauwe Knop vertellen. In het kwalitatieve onderzoek werd onderzocht welke casussen het meest geschikt zijn om in dit deel van de enquête te gebruiken. De casussen schuldenoverzicht, vaccinatieoverzicht, aanvragen hypotheek en aanvragen voedselpakket zijn in de enquête gebruikt.

Na tonen van de casussen werd aan de hand van 'stellingblokken' getoetst wat barrières, kansen en motivaties voor het gebruik van de Blauwe Knop zijn. De stellingen zijn (onder meer) geformuleerd op basis van de resultaten die zijn opgehaald in de eerste ronde kwalitatieve interviews.

### **Enquête opzet**

In onderstaande tabel is de startopzet van de enquête weergegeven. Op basis van de verkregen inzichten uit het kwalitatieve onderzoek heeft verdere aanscherping plaatsgevonden en is de exacte invulling van de vragenlijst bepaald.

	<b>TYPE VRAAG / ONDERWERP</b>	<b>ONDERDEEL UTAUT-MODEL</b>
<b>DEEL 1- GRONDHOUDING VAN DE BURGER</b>	Stellingen over delen van gegevens (regie, kennis, vertrouwen)	Randvoorwaarden
	Stellingen over rol van overheid	Randvoorwaarden
	Stellingen over ervaring / kennis	Ervaring
<b>DEEL 2 – CONCEPT BLAUWE KNOP A.D.H.V. BEELDMERK + INTRODUCTIEVIDEO</b>	Spontane associaties beeldmerk + naam Spontane associaties concept	Randvoorwaarden
	Concepttest (aantrekkelijkheid, relevantie, etc.)	Performance, moeite, randvoorwaarden
	Gebruiksintentie concept	Intentie
<b>DEEL 3 - VERDIEPING A.D.H.V. ILLUSTRATIEVE CASUSSEN</b>	Stellingblokken kansen Blauwe Knop	Performance, moeite
	Stellingblokken motivaties rondom gebruik	Performance, moeite
	Stellingblokken verwachte barrières	Barrières
<b>ACHTERGRONDVRAGEN</b>	Geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, e.d.	Achtergrond

Tabel 3 - Globale opzet enquête

### Selecteren participanten

Het onderzoek werd uitgevoerd onder een groot online panel met het kwaliteitskeurmerk ISO-26362. Hieruit is een representatieve steekproef getrokken van Nederlanders van 18 jaar of ouder. In totaal werden 1.008 ingevulde vragenlijsten verzameld, waarbij een goede spreiding naar leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en regio is nagestreefd. Gedurende het proces van dataverzameling, vond er dagelijkse monitoring (en eventuele bijsturing) plaats op basis van relevante achtergrondkenmerken om de representativiteit van de steekproef te waarborgen.