

# Draagvlakonderzoek Blauwe Knop

**Opdrachtgever:**

Innovalor, VNG Realisatie, RDW

Kiske de Leest (VNG Realisatie), Henk Westerhof (RDW), Daniëlle Vogel (RDW), Frank van Zutphen (VNG Realisatie), Liesbeth Hijink (Innovalor), Marlies Rikken (Innovalor)

**Opgesteld door:**

Newcom Research & Consultancy B.V.

**Auteur:**

drs. Jasper Lohuis, drs. Hans Hoekstra, drs. Neil van der Veer

**Datum / kenmerk:**

1-7-2021 / 2021.3023.5115

**Inno  
valor**



**RDW**



# Inhoud

- 1 Achtergrond en opzet
- 2 Resultaten
  - A. Status: 'Wat is de uitgangspositie m.b.t. de Blauwe Knop?'
  - B. Verdieping: 'Welke gebruikersgroepen zijn te onderscheiden?'
  - C. Kansen: 'Waaraan moet het concept voldoen?'
- 3 Vertrekpunt: 'Conclusies onderzoek'
  - Bijlage



# 1. Achtergrond & opzet

**inno  
valor**



**RDW**



# Context

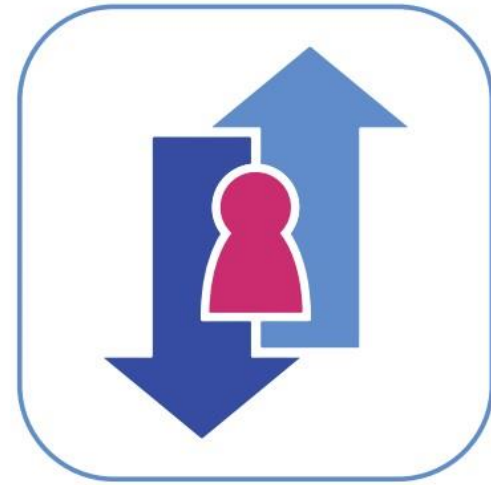
- In 2019 is het project 'De Blauwe Knop' gestart, gefinancierd vanuit de Brede Agenda Digitale Overheid. De Blauwe Knop is een generieke voorziening die het inwoners, burgers, personen mogelijk maakt hun gegevens in te zien en te downloaden voor hergebruik. Geïnspireerd op het Amerikaanse Blue Button concept is een Nederlands onderzoeksprogramma vanuit de overheid gestart waarin gekeken wordt hoe de Blauwe Knop een rol kan spelen in verantwoord laten stromen van persoonlijke data. RDW en VNG vormen de projectleiding van het programma.
- Voor het project Regie op Gegevens m.b.v. de Blauwe Knop dient in de eerste helft van 2021 een gebruikersonderzoek plaats te vinden. Het onderzoek zal moeten achterhalen welk draagvlak er is voor de Blauwe Knop onder gebruikers.

# Doelstelling

Er wordt onderzocht wat het draagvlak is voor gebruik van de Blauwe Knop door burgers. Draagvlak is in dit geval 'intentie tot gebruik'. Om dit draagvlak te toetsen worden onder andere de determinanten verwachte inspanning, verwachte performance, sociale invloed en randvoorwaarden voor gebruik.

## Centrale onderzoeksvraag

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



Verbonden aan de onderzoeksvraag zijn de doelen:

- Vaststellen in hoeverre er draagvlak is voor de Blauwe Knop onder de Nederlandse burger.
- Onderzoeken wat men vindt van het concept, het beeldmerk, de klantbelofte.
- Inventariseren van motivaties, barrières en kansen voor gebruik van de Blauwe Knop.

# Onderzoeksthema's

Op basis van de achterliggende doelen van het onderzoek, is in dit kwantitatieve onderzoek gefocust op onderstaande aspecten:

- 1) **Wat is de grondhouding ten aanzien van datadelen in het algemeen?**
  - In hoeverre heeft men vertrouwen in instituties als het gaat om opslag van persoonlijke gegevens?
- 2) **Concept Blauwe Knop**
  - Welke associaties heeft men bij de naam 'Blauwe Knop'?
  - Welke associaties heeft men bij het beeldmerk?
  - Wat is de gebruiksintentie na uitleg over het concept?
- 3) **Verdieping ('onder de motorkap kijken')**
  - Welke factoren zijn van invloed op het gebruik?
  - Welke barrières spelen een rol?
  - In hoeverre spreken verschillen cases aan?
  - Welke gebruikersgroepen zijn te identificeren?

## Doelgroepen

Het onderzoek is uitgevoerd onder een voor Nederland representatieve steekproef van inwoners van 18 jaar of ouder.

## Methode

Het onderzoek is gefaseerd uitgevoerd. Na een exploratieve kwalitatieve fase (fase 2) is een kwantitatief online onderzoek (fase 3) uitgevoerd om de hypothesen uit het kwalitatieve deel te toetsen. Dit rapport beschrijft de resultaten van het kwantitatieve onderzoek.

## Veldwerk

- In totaal hebben **1.008** respondenten deelgenomen in de periode van 12 mei t/m 27 mei 2021.
- In de bijlage is een uitgebreid overzicht van de steekproefsamenstelling opgenomen.

## Representativiteit

- De steekproef voldoet aan de eisen voor representativiteit
  - De steekproef is voldoende groot om uitspraken te doen op totaalniveau en uitsplitsingen te maken naar subgroepen.
  - Er is gewogen op leeftijd en geslacht.



2.A. Status:  
'Wat is de uitgangspositie  
m.b.t. de Blauwe Knop?'

**inno  
valor**



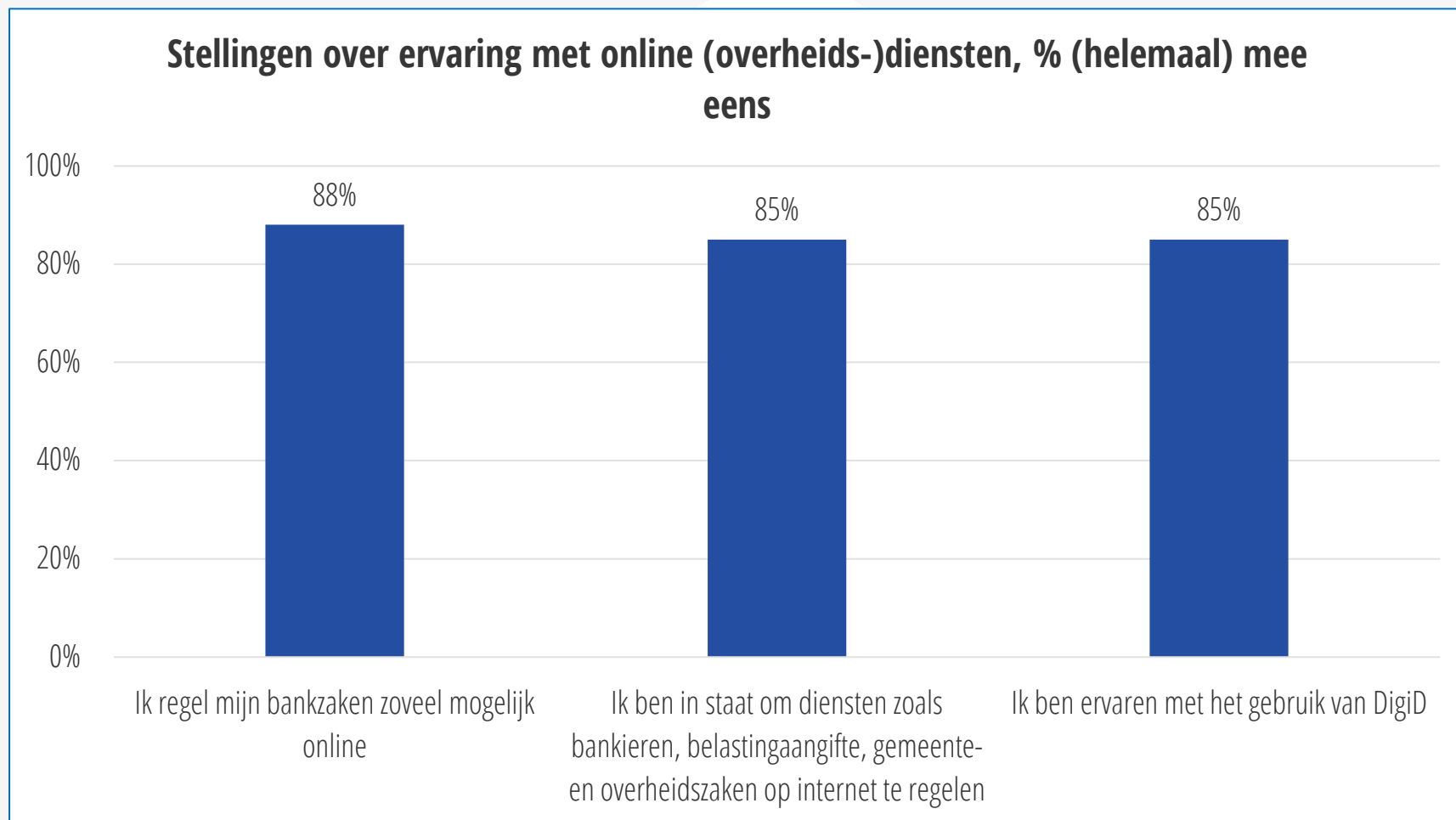
**RDW**



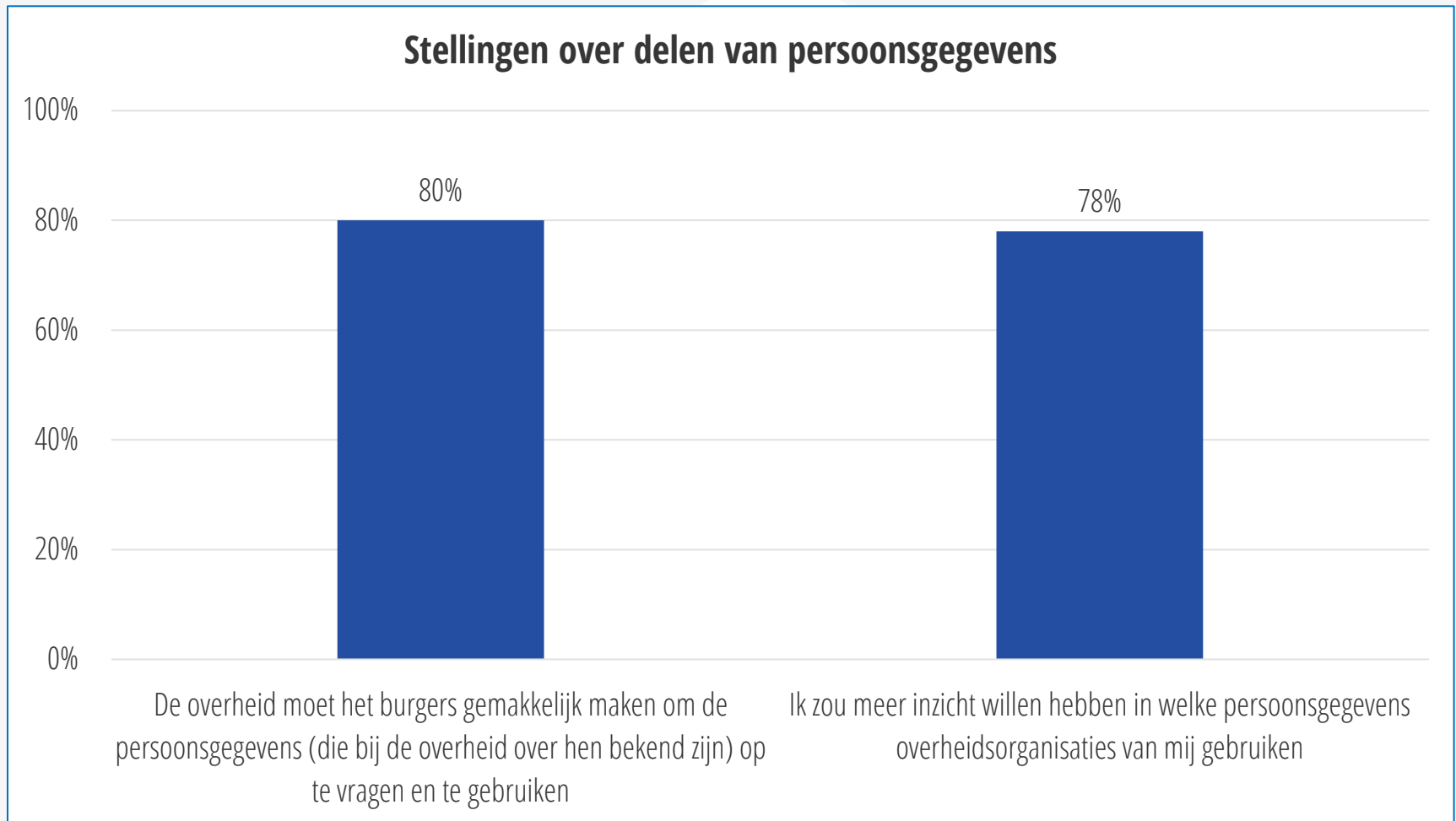


**1. Er is een positieve grondhouding m.b.t. het online delen van persoonsgegevens met (overheids-)organisaties en de rol van de overheid daarbinnen.**

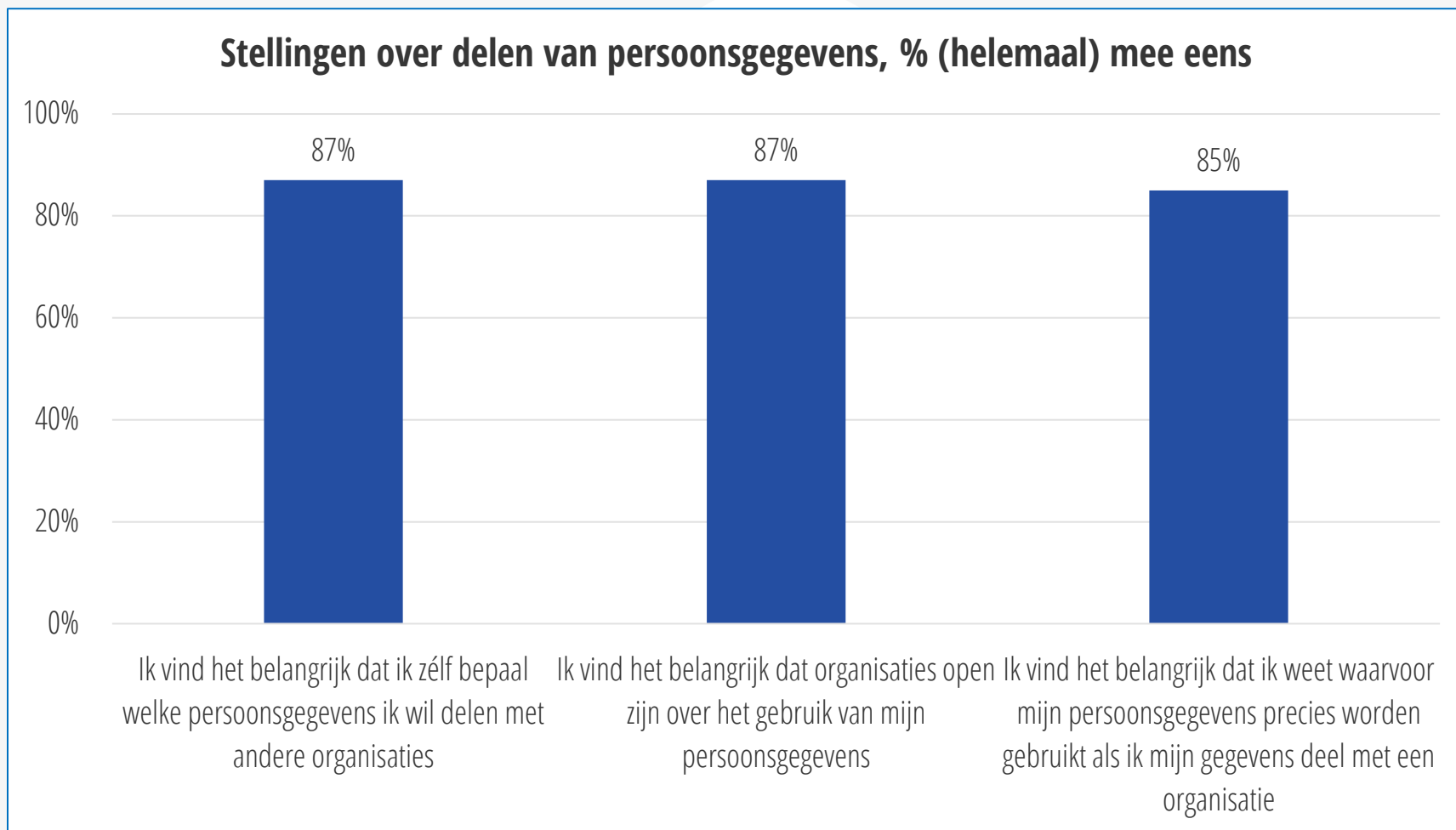
6 op de 7 Nederlanders is digitaal vaardig: zij hebben (de nodige) ervaring met online diensten en DigiD.



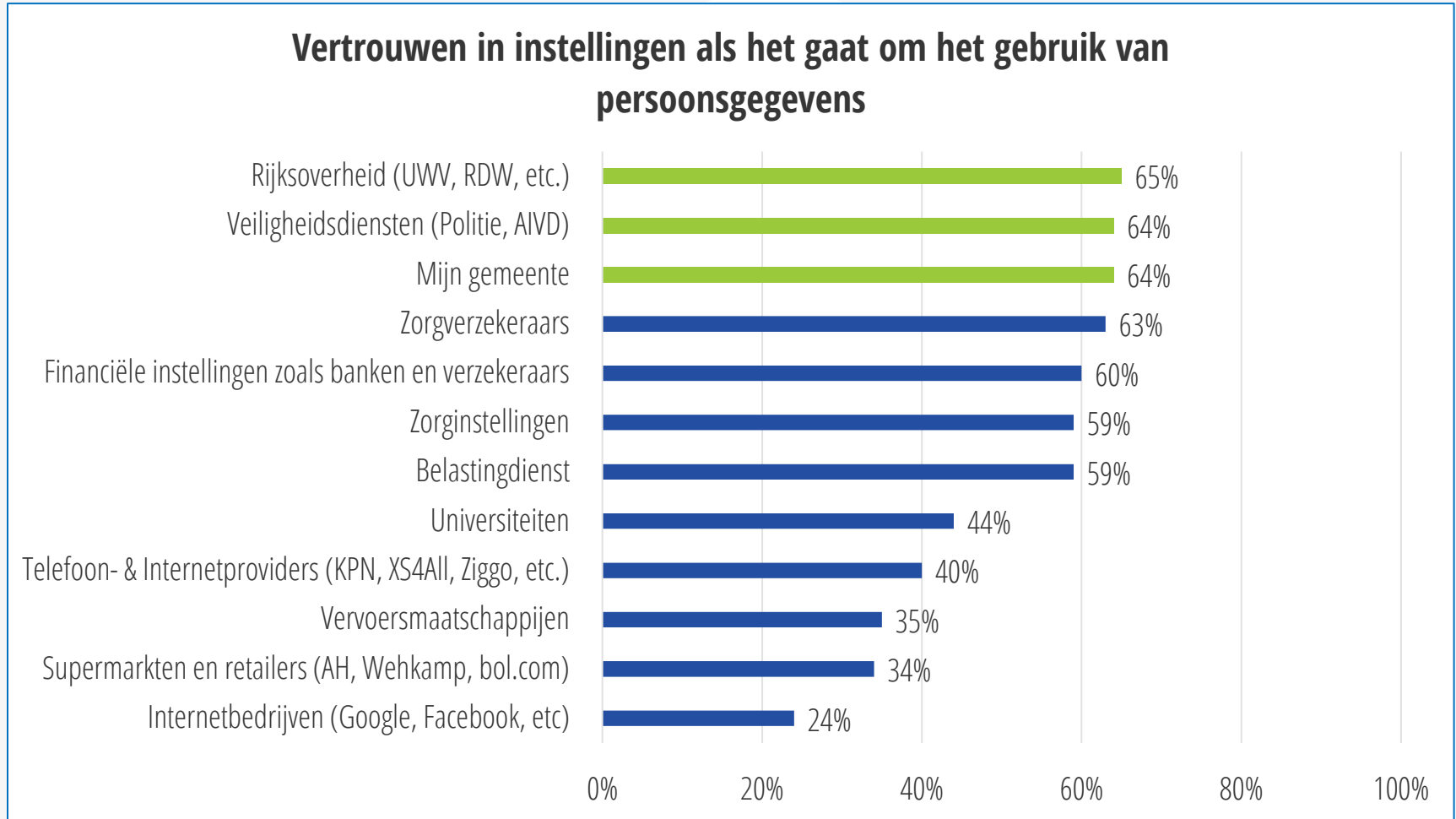
8 op de 10 Nederlanders vindt het belangrijk dat de overheid hen inzicht biedt en helpt bij het gebruik van online persoonsgegevens.



Als het gaat om delen van persoonsgegevens zijn regie en transparantie (door organisaties) in het algemeen zeer belangrijk.



Circa 2 op de 3 Nederlanders heeft vertrouwen in de (rijks-)overheid als het gaat om het gebruik van persoonsgegevens.



**2. Er is draagvlak voor het concept 'Blauwe Knop'. Ruim de helft zou de Blauwe Knop gebruiken, maar niet iedereen gaat er direct in mee.**

Men ziet de potentie van de Blauwe Knop, maar heeft ook vragen en twijfels over de veiligheid na het zien van de video.

### Wat is uw eerste indruk van wat u gezien heeft?

“Klinkt goed, als het goed geïmplementeerd gaat worden. En ook daadwerkelijk overal beschikbaar wordt.”

“Goed initiatief, het geeft de mogelijkheid om zelf zaken in de hand te houden & zorgt voor uniformiteit.”

“Erg handig, maar weet niet hoe betrouwbaar ik het vind. Alles bij elkaar is wel tricky. Mochten hackers het er op gemunt hebben”

“Twijfelachtig hoe dit beveiligd gaat worden en of het ook duidelijk genoeg is voor bijvoorbeeld ouderen of laaggeletterden.”

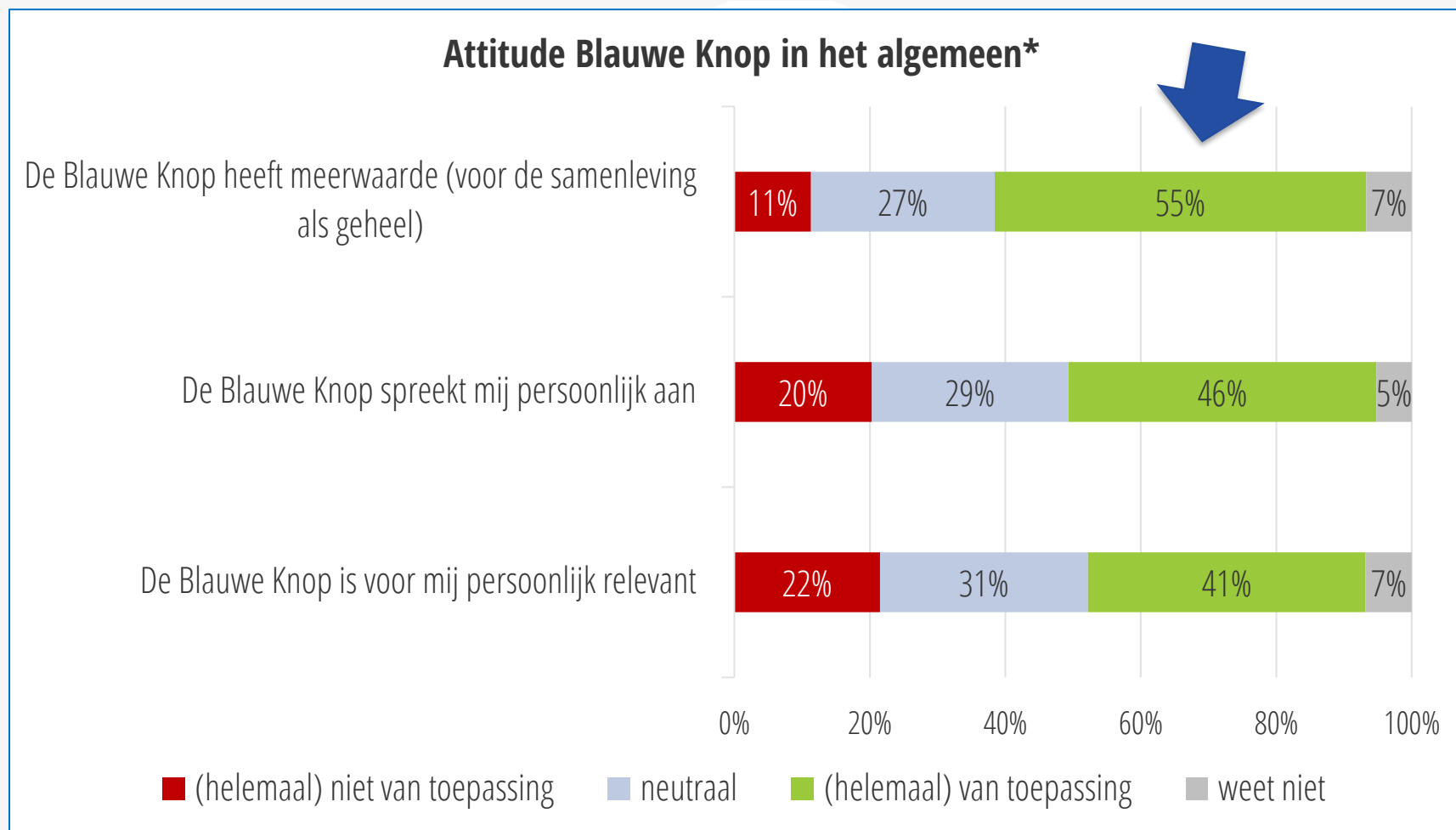
“Aantrekkelijk, maar waar kun je deze knop gebruiken, in welke bestanden?”

“Handig omdat je belangrijke gegevens bij elkaar hebt en zo makkelijk kan vinden wat je nodig hebt”

“Handig maar ik zou te bang zijn dat anderen over al deze gegevens kunnen beschikken omdat het onder één adres wordt gebracht”.

“Heel gevaarlijk idee. Op 1 plek alle belangrijke informatie over burgers is vragen om problemen.”

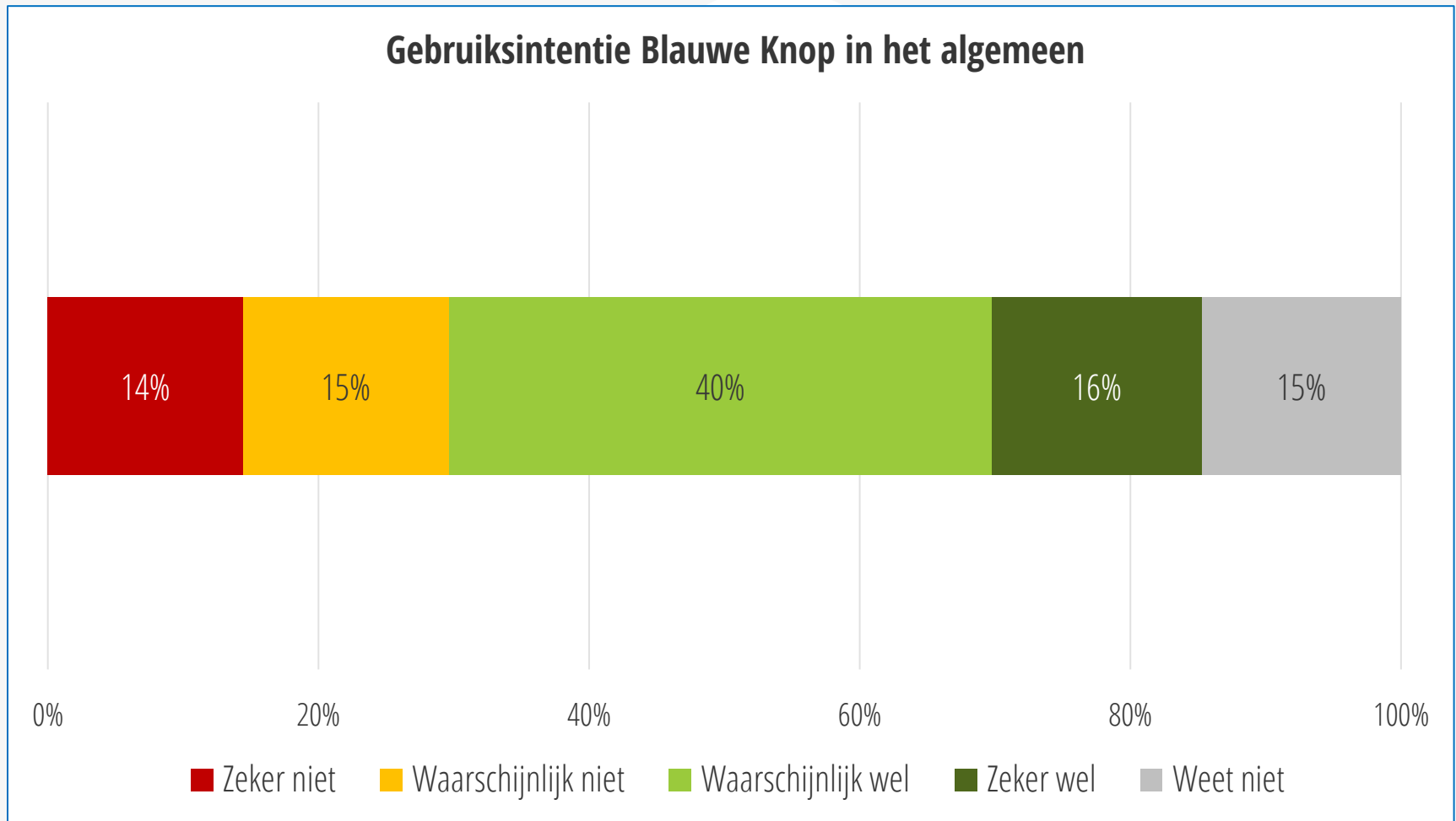
Ruim de helft van de Nederlanders ziet (na een eerste kennismaking met het concept) de meerwaarde in algemene zin.



Basis: totale steekproef. \* Deze vraag is gesteld nadat respondenten een uitleg en korte video over de Blauwe Knop hebben gezien.



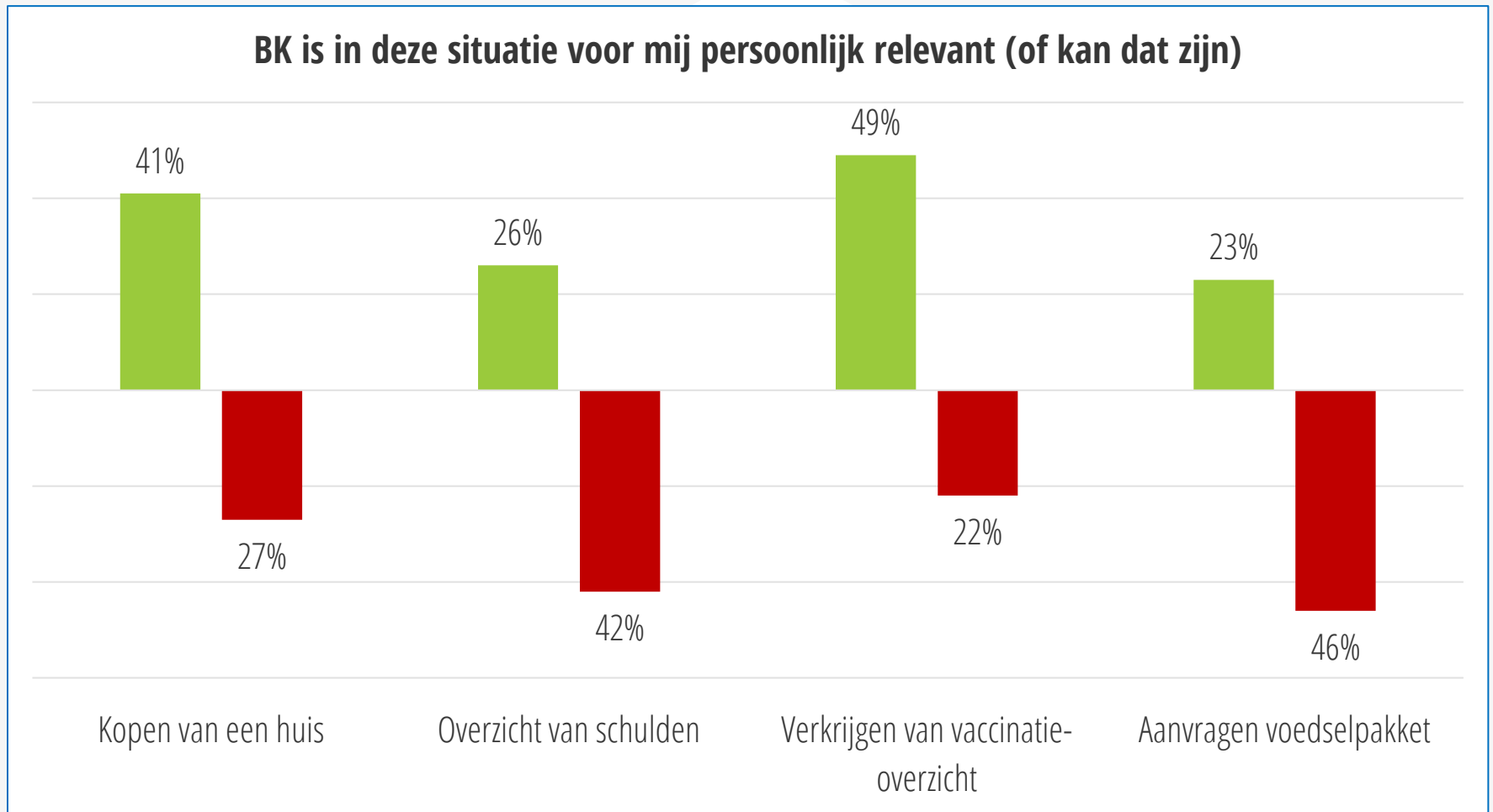
Overall: Ruim de helft van de Nederlanders verwacht de Blauwe Knop zélf te gaan gebruiken, 1 op de 7 zeker niet.



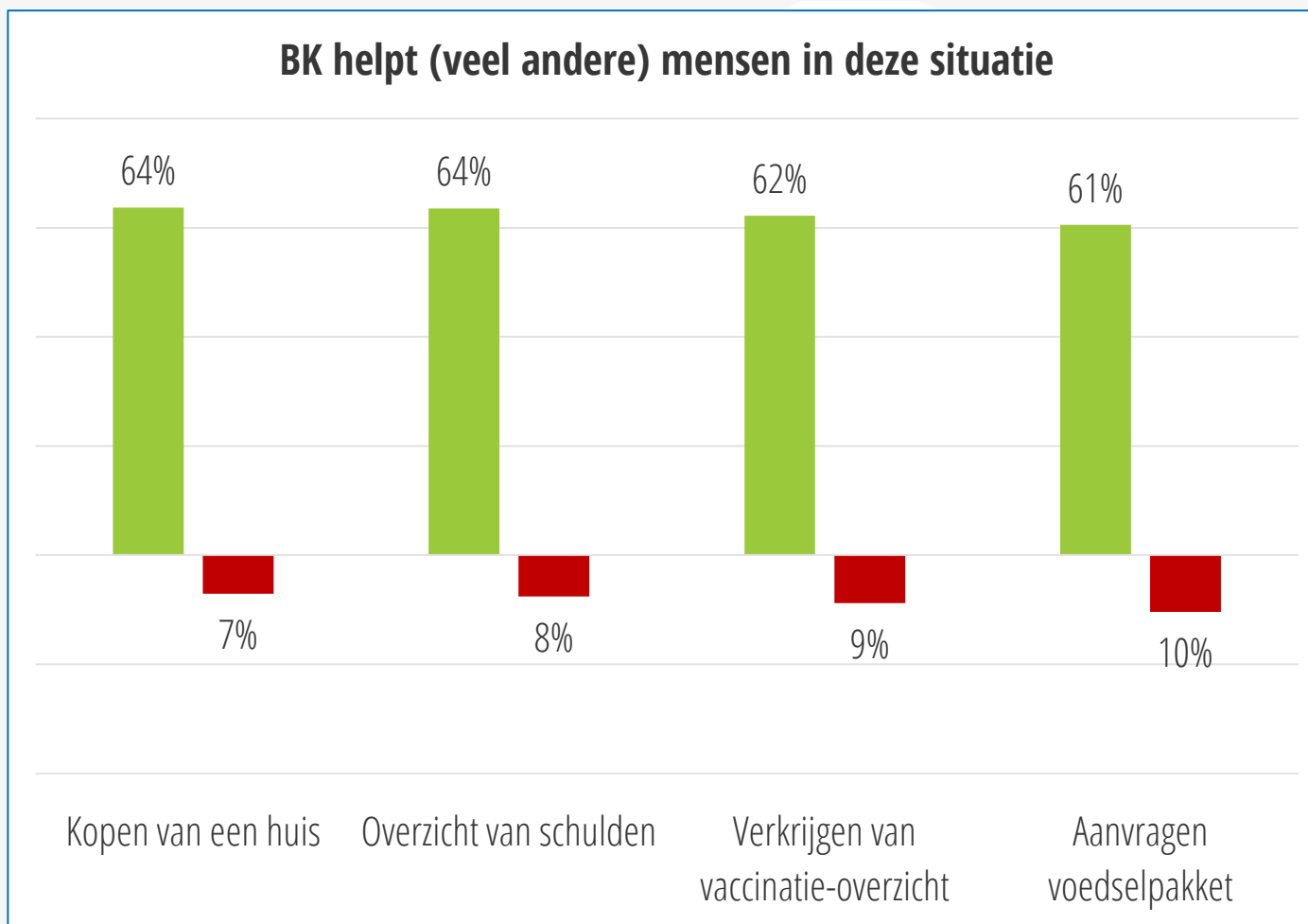
Basis: totale steekproef. \* Deze vraag is gesteld nadat respondenten een uitleg, korte video en enkele cases over de Blauwe Knop hebben gezien.

**3. Ongeacht persoonlijke relevantie, ziet bijna tweederde van de Nederlanders de maatschappelijke relevantie van de Blauwe Knop.**

De mate waarin de Blauwe Knop voor mensen persoonlijk relevant is, verschilt (sterk) per situatie.



Bijna tweederde van Nederlanders ziet, ongeacht de casus, de maatschappelijke relevantie van de Blauwe Knop.



Het aandeel Nederlanders dat geen toegevoegde waarde ziet voor de Blauwe Knop varieert van 7% tot 10%. Er is veel overlap tussen deze groepen, oftewel: het zijn veelal dezelfde respondenten die kritisch zijn over de meerwaarde van de Blauwe Knop.



2.B. Verdieping:  
'Welke gebruikersgroepen  
zijn te onderscheiden?'

**Inno  
valor**

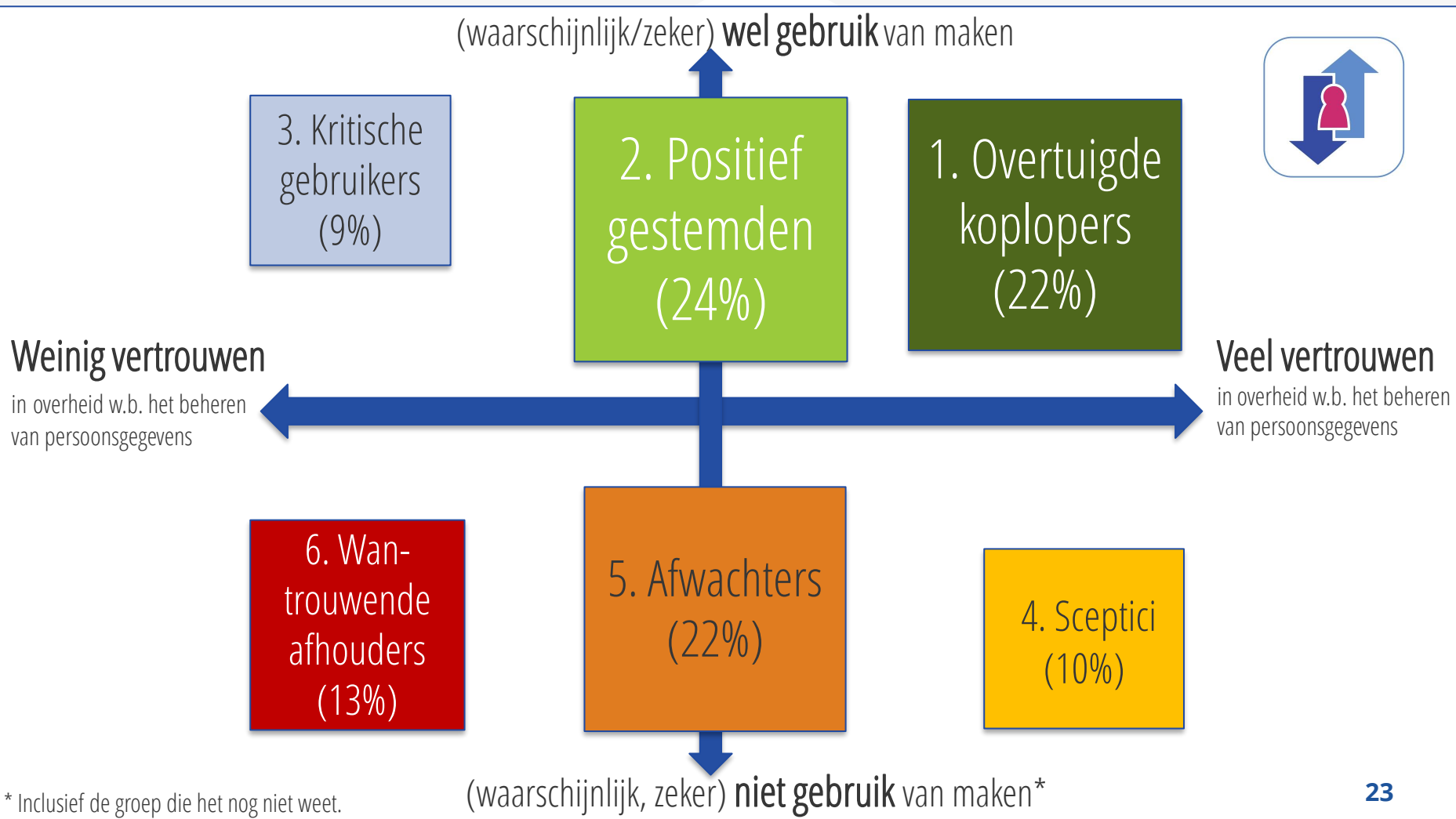


**RDW**



**4. Als het gaat om de 'acceptatie' van de Blauwe knop zijn 6 gebruikersgroepen te identificeren.**

# Acceptatiematrix Blauwe Knop: vertrouwen in overheid versus gebruiksintentie levert 6 gebruikersgroepen op.



\* Inclusief de groep die het nog niet weet.

# Demografisch profiel van de 6 groepen.



1. Overtuigde koplopers (22%)

Relatief **jong**

Vaker **hoogopgeleid**

2. Positief gestemden (24%)

Gemiddeld qua leeftijd

Gemiddeld qua opleiding

3. Kritische gebruikers (9%)

Relatief **oud**

Gemiddeld qua opleiding

4. Sceptici (10%)

Relatief **oud**

Vaker **laagopgeleid**

5. Afwachters (22%)

Gemiddeld qua leeftijd

Vaker **middelbaar of laagopgeleid**

6. Wantrouwende afhouders (13%)

Gemiddeld qua leeftijd

Vaker **hoogopgeleid**  
Vaker **man**



# Koplopers en sceptici scoren hoogst op digitale vaardigheid, kennis en vertrouwen in overheid.



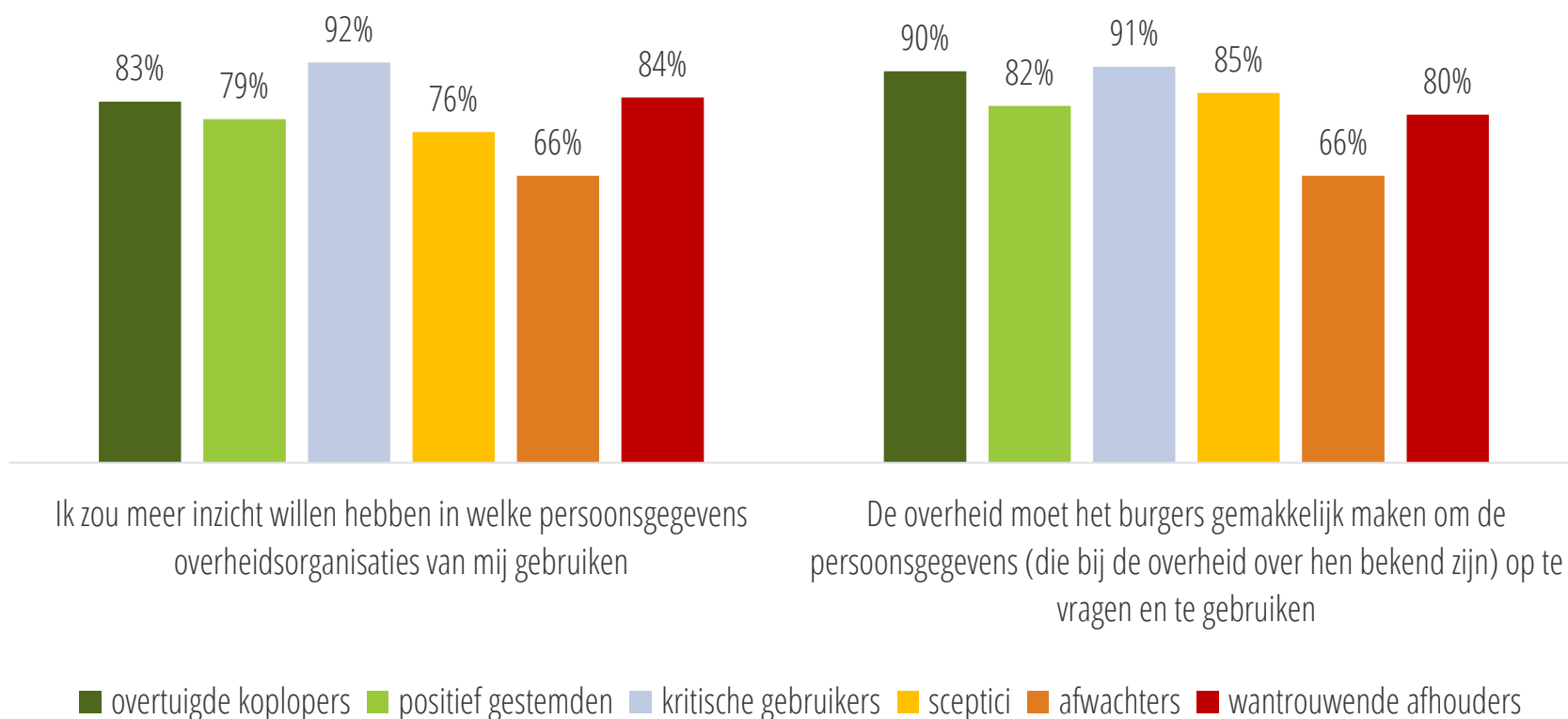
	1. Overtuigde koplopers (22%)	2. Positief gestemden (24%)	3. Kritische gebruikers (9%)	4. Sceptici (10%)	5. Afwachtters (22%)	6. Wantrouwende afhouders (13%)
	Verwachten BK <b>wel</b> te gebruiken (55%)			Verwachten BK <b>niet</b> te gebruiken (45%)		
Regelt bankzaken zoveel mogelijk online	++	+/-	+/-	+	---	+/-
Is ervaren met DigiD	++	+/-	+/-	+	---	+/-
Goed op hoogte van AVG	++	-	+/-	++	-	+
Bewust bezig met privacy op internet	+	+/-	+/-	++	-	+
Vertrouwt rijksoverheid m.b.t. persoonsdata	++	+	---	++	-	---
Vertrouwt erop dat er toezicht is m.b.t. data	++	+/-	-	++	-	---

Legenda: ++ = Zeer van toepassing; + = Van toepassing; +/- = Gemiddeld; - = niet van toepassing; -- = helemaal niet van toepassing.

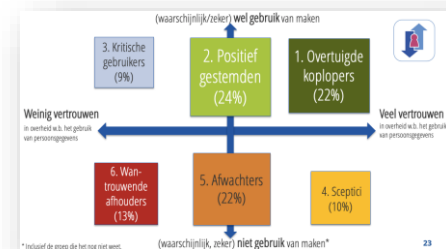
Binnen alle gebruikersgroepen is behoefte aan het inzien en opvragen van persoonsgegevens die bij de overheid bekend zijn.



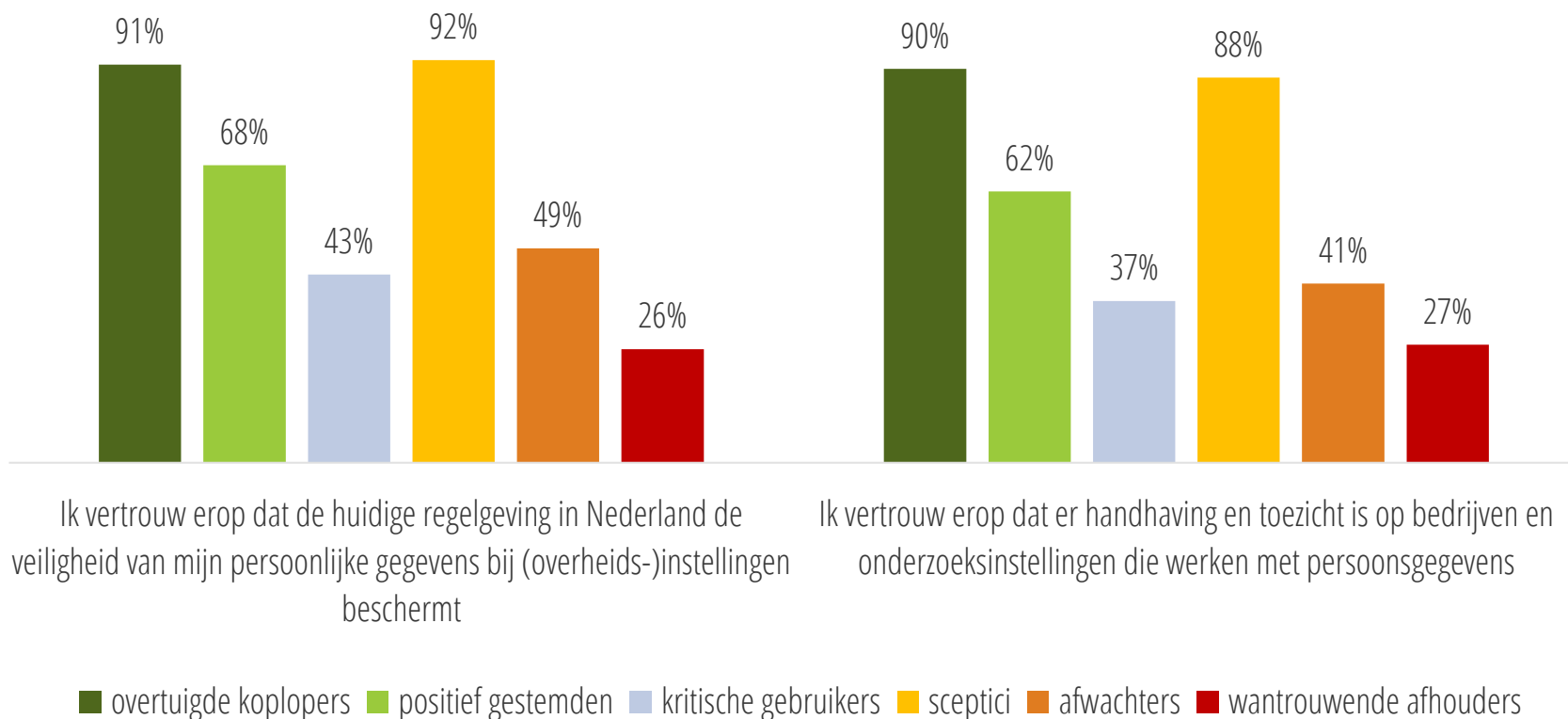
### Stellingen persoonsgegevens - % (helemaal) mee eens



Echter, juist onder de 'afhouders', 'afwachters' en 'kritische gebruikers' is weinig vertrouwen in de **veiligheid** en het **toezicht**.



### Stellingen persoonsgegevens - % (helemaal) mee eens





## 2.C. Kansen: ‘Waaraan moet het concept voldoen?’

**Inno  
valor**

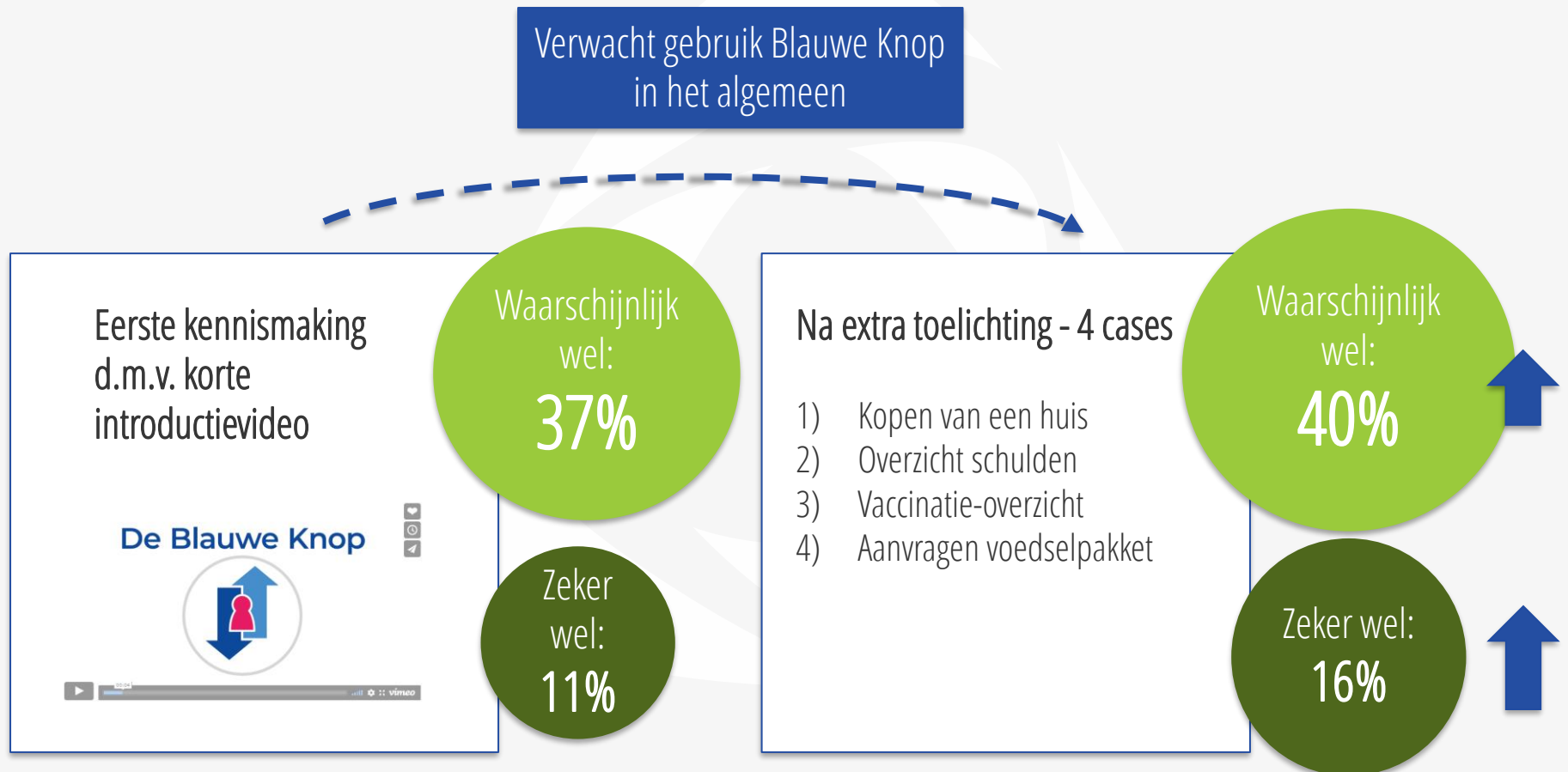


**RDW**



**5. Om niet-overwegers te verleiden tot gebruik van de Blauwe Knop, dient in de communicatie vooral aandacht te zijn voor veiligheid en zelfbeschikking.**

# Beter begrip van de Blauwe Knop leidt tot een (iets) hogere gebruiksintentie\*.



Basis: totale steekproef.

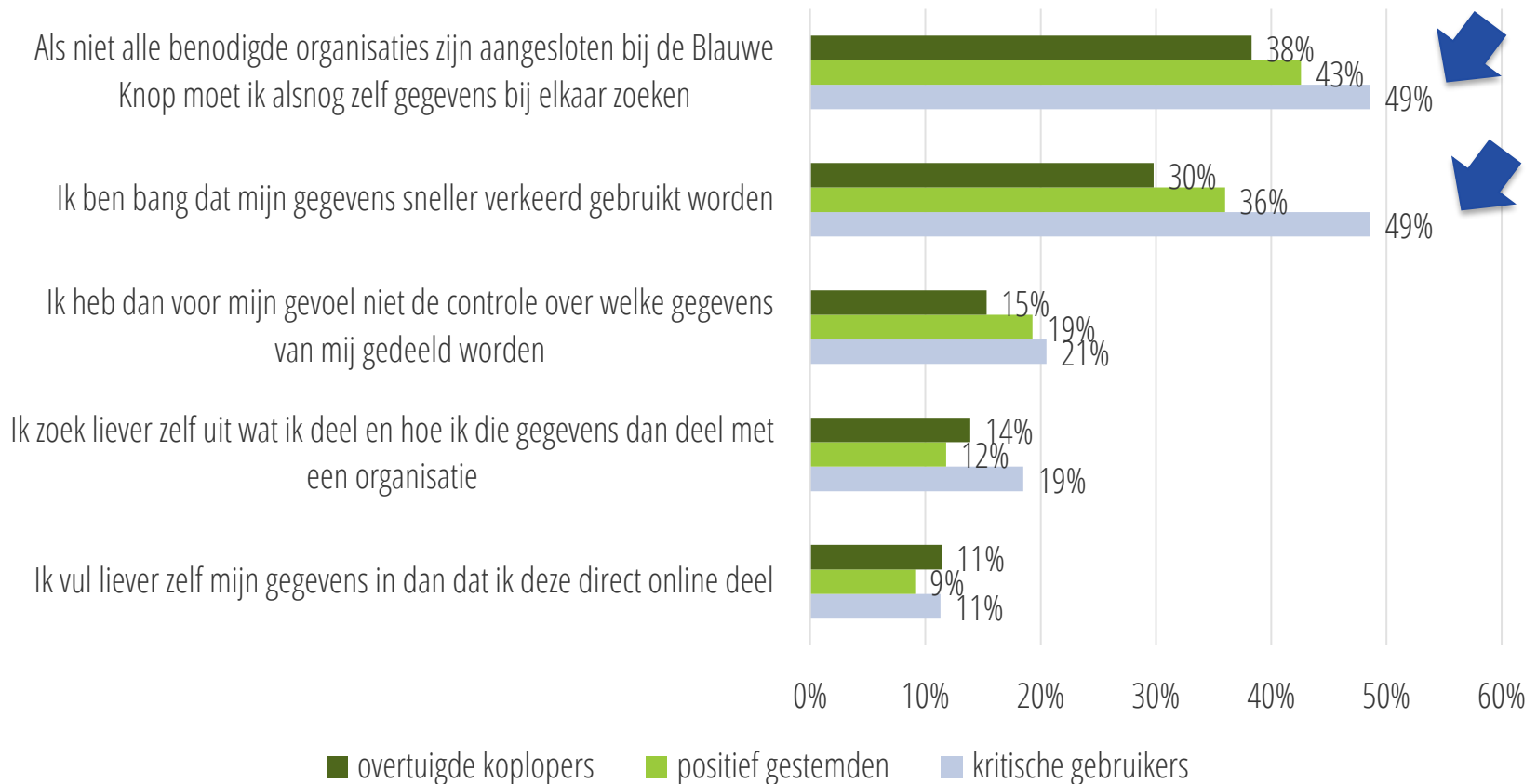
\* Naast dat het aandeel zekere/waarschijnlijke overwegers toeneemt, neemt aan de andere kant het aandeel niet-overwegers af van 34% naar 29%.

Grip, zekerheid en gemak zijn de belangrijkste gebruikersmotieven binnen alle gebruikersgroepen.



Beperkt aanbod en angst voor 'misbruik' zijn voor overwegers belangrijke drempels. Kritische gebruikers zijn vaker bang voor verkeerd gebruik.

### Top 5 Mogelijke barrières - overwegers

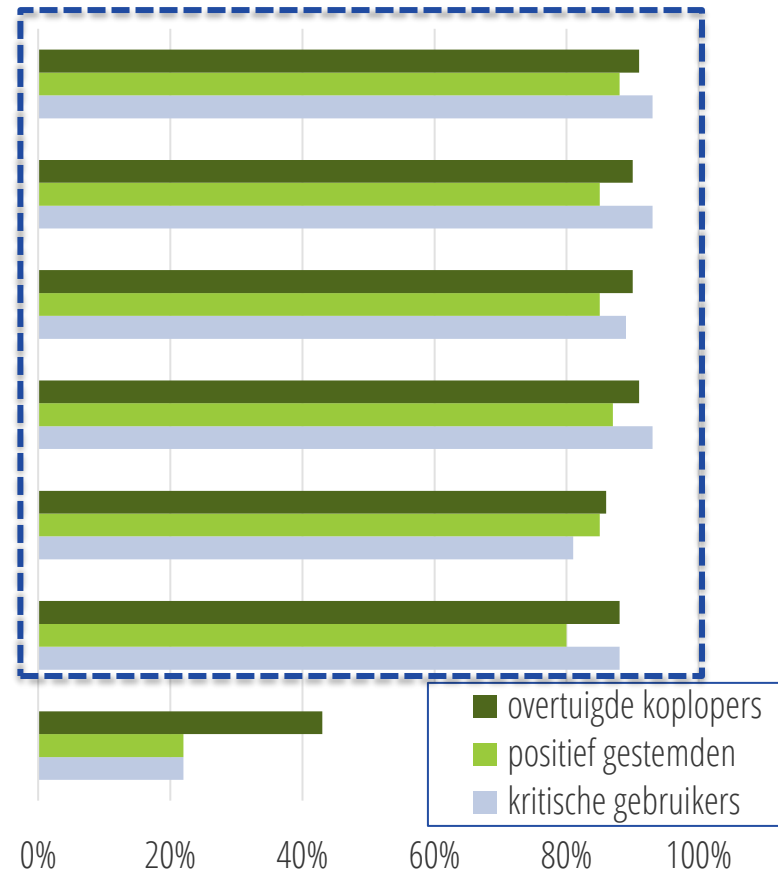




Voor overwegers zijn zes randvoorwaarden t.a.v. regie en gebruiksgemak even belangrijk. De sociale component speelt nauwelijks een rol.

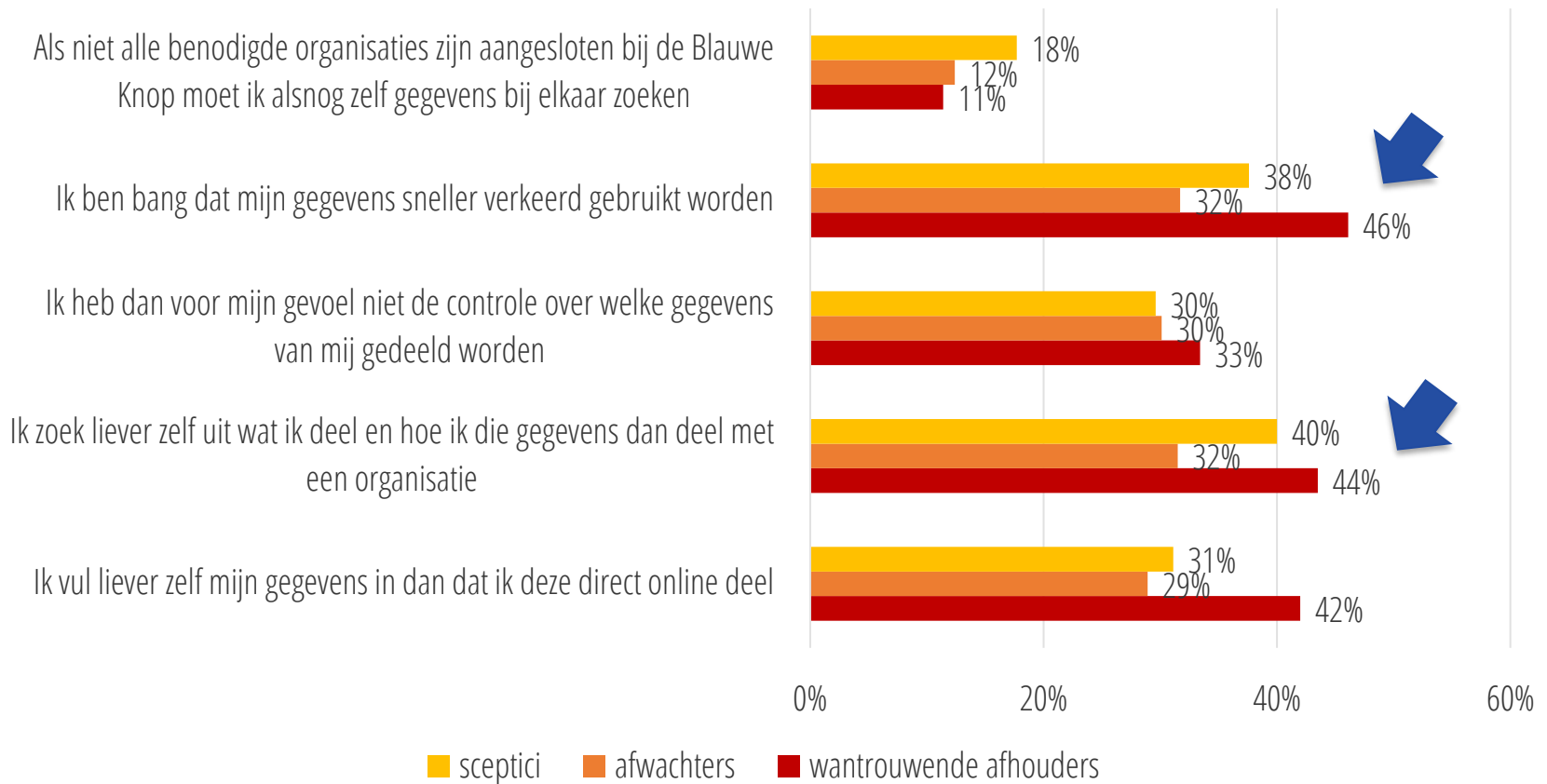
### Belangrijke randvoorwaarden voor gebruik – overwegers

- Regie**
- Dat ik mijn toestemming voor het delen van mijn persoonsgegevens altijd kan inzien en wijzigen
  - Dat ik de persoonsgegevens die worden gedeeld met een organisatie kan inzien en controleren
  - Dat ik per situatie kan kiezen welke persoonsgegevens ik deel met andere organisaties
- Gebruik**
- Dat BK zeer eenvoudig in gebruik is
  - Dat de voordelen van het delen van mijn persoonsgegevens via BK helder zijn
  - Dat ik BK kan gebruiken bij zoveel mogelijk overheidsorganisaties
  - Dat mijn vrienden, familie of bekenden er ook gebruik van maken



Voor de niet-overwegers zijn vooral angst voor misbruik van gegevens en de behoefte aan zelfbeschikking grote drempels.

### Top 5 Mogelijke barrières – niet-overwegers



Voor niet-overwegers zijn met name de randvoorwaarden met betrekking tot 'regie' en zelfbeschikking belangrijk.

### Belangrijke randvoorwaarden voor gebruik – niet-overwegers

Dat ik mijn toestemming voor het delen van mijn persoonsgegevens altijd kan inzien en wijzigen

Dat ik de persoonsgegevens die worden gedeeld met een organisatie kan inzien en controleren

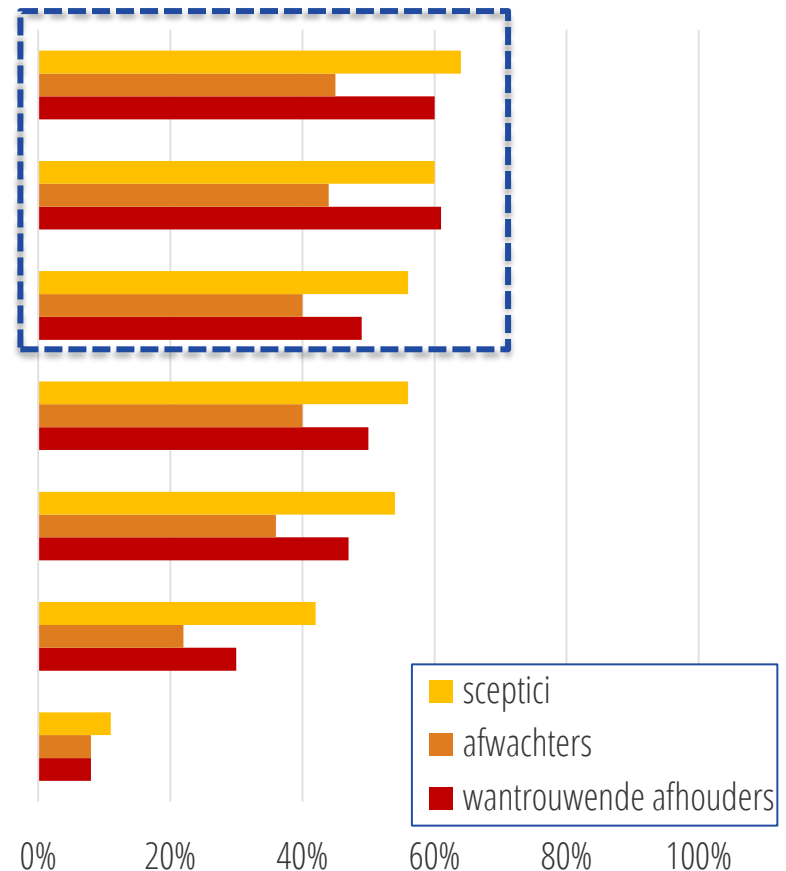
Dat ik per situatie kan kiezen welke persoonsgegevens ik deel met andere organisaties

Dat BK zeer eenvoudig in gebruik is

Dat de voordelen van het delen van mijn persoonsgegevens via BK helder zijn

Dat ik BK kan gebruiken bij zoveel mogelijk overheidsorganisaties

Dat mijn vrienden, familie of bekenden er ook gebruik van maken





# Hoofdpijnen

- 1. Er is een positieve grondhouding m.b.t. het online delen van persoonsgegevens met (overheids-)organisaties en de rol van de overheid daarbinnen.**
- 2. Er is draagvlak voor het concept 'Blauwe Knop'. Ruim de helft zou de Blauwe Knop gebruiken, maar niet iedereen gaat er direct in mee.**
- 3. Ongeacht persoonlijke relevantie, ziet bijna tweederde van de Nederlanders de maatschappelijke relevantie van de Blauwe Knop.**
- 4. Als het gaat om de 'acceptatie' van de Blauwe knop zijn 6 gebruikersgroepen te identificeren.**
- 5. Om niet-overwegers te verleiden tot gebruik van de Blauwe Knop, dient in de communicatie vooral aandacht te zijn voor veiligheid en zelfbeschikking.**

A photograph of a large pile of blue binder rings with silver metal prongs, scattered on a white surface. A semi-transparent green rectangular overlay with a fine grid pattern is positioned in the center-right of the image, containing the text '4. Bijlagen'.

## 4. Bijlagen

# Steekproefopbouw (gewogen, n=1.008)

Geslacht	%
Man	49%
Vrouw	51%
Anders	0%
Ik wens deze vraag niet te beantwoorden	0%

Leeftijd	%
18 t/m 24 jaar	11%
25 t/m 34 jaar	16%
35 t/m 49 jaar	23%
50 t/m 64 jaar	26%
65 jaar of ouder	24%

Opleidingsniveau*	%
Lager	23%
Middelbaar	42%
Hoger	35%

Situatie	%
Ondernemer	6%
Loondienst (excl. overheid)	42%
Overheidsdienst	5%
Arbeidsongeschikt	8%
Werkloos/ bijstand	3%
VUT/ gepensioneerd	24%
Studerend/schoolgaand	6%
Overig	6%

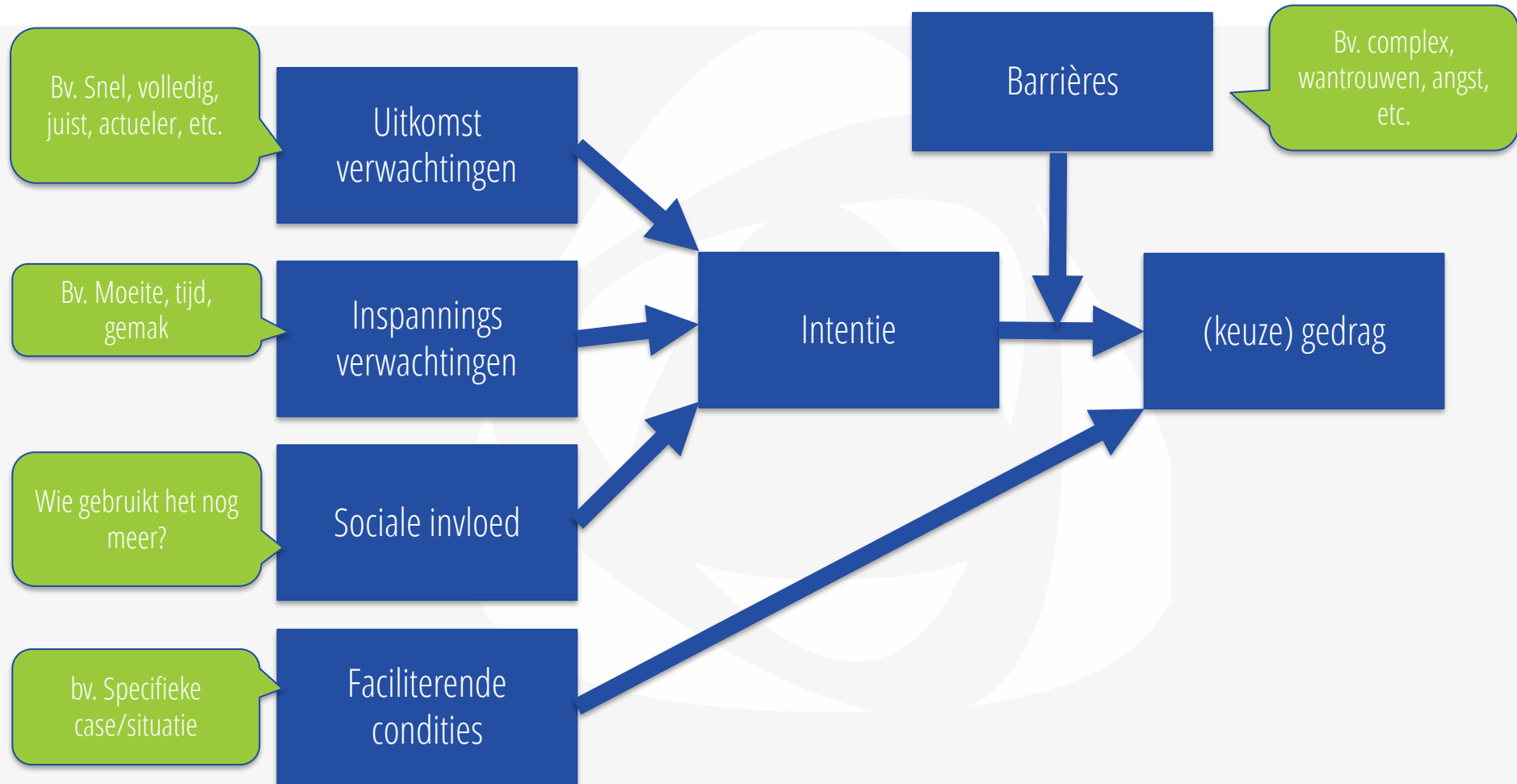
\* Lager: geen onderwijs/basisonderwijs/1<sup>e</sup> 3 jaren mavo/havo/vwo, vmbo, vso  
Middelbaar: mbo, havo/vwo; Hoger: hbo, wo.

## Steekproefopbouw (gewogen, n=1.008)

Provincie	%
Drenthe	3%
Flevoland	4%
Friesland	4%
Gelderland	12%
Groningen	3%
Limburg	8%
Noord-Brabant	15%
Noord-Holland	16%
Overijssel	6%
Utrecht	7%
Zeeland	2%
Zuid-Holland	22%



# Onderzoeksmodel: Het meetinstrument is gebaseerd op het conceptuele UTUAT-model



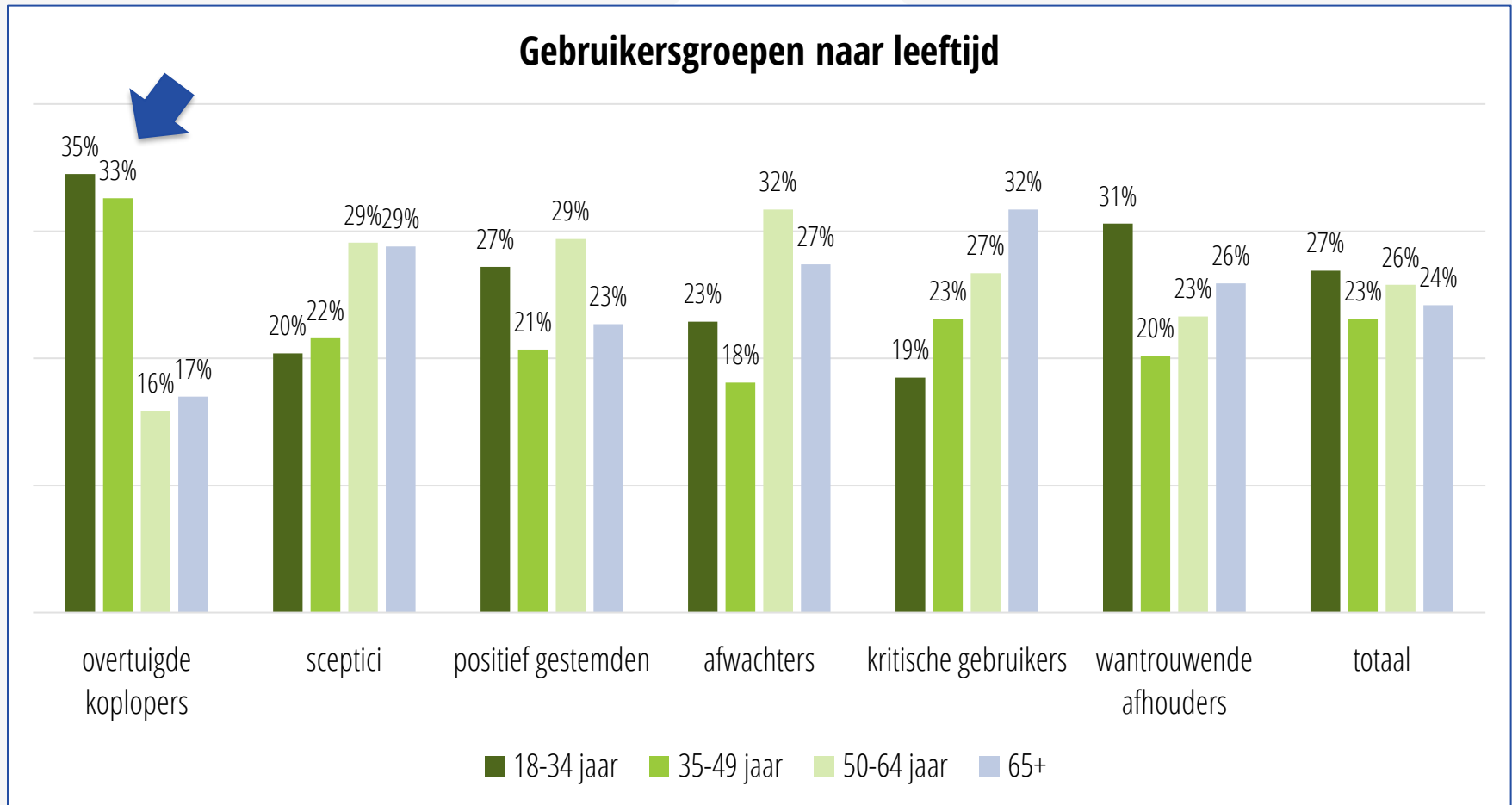
**Toelichting:** het onderzoek heeft niet als doel om het UTUAT-model te valideren en de onderlinge relaties exact te kwantificeren. Het model diende als raamwerk om de juiste vragen te stellen en het gebruikersperspectief vanuit de relevante invalshoeken in kaart te brengen.

# Verantwoording

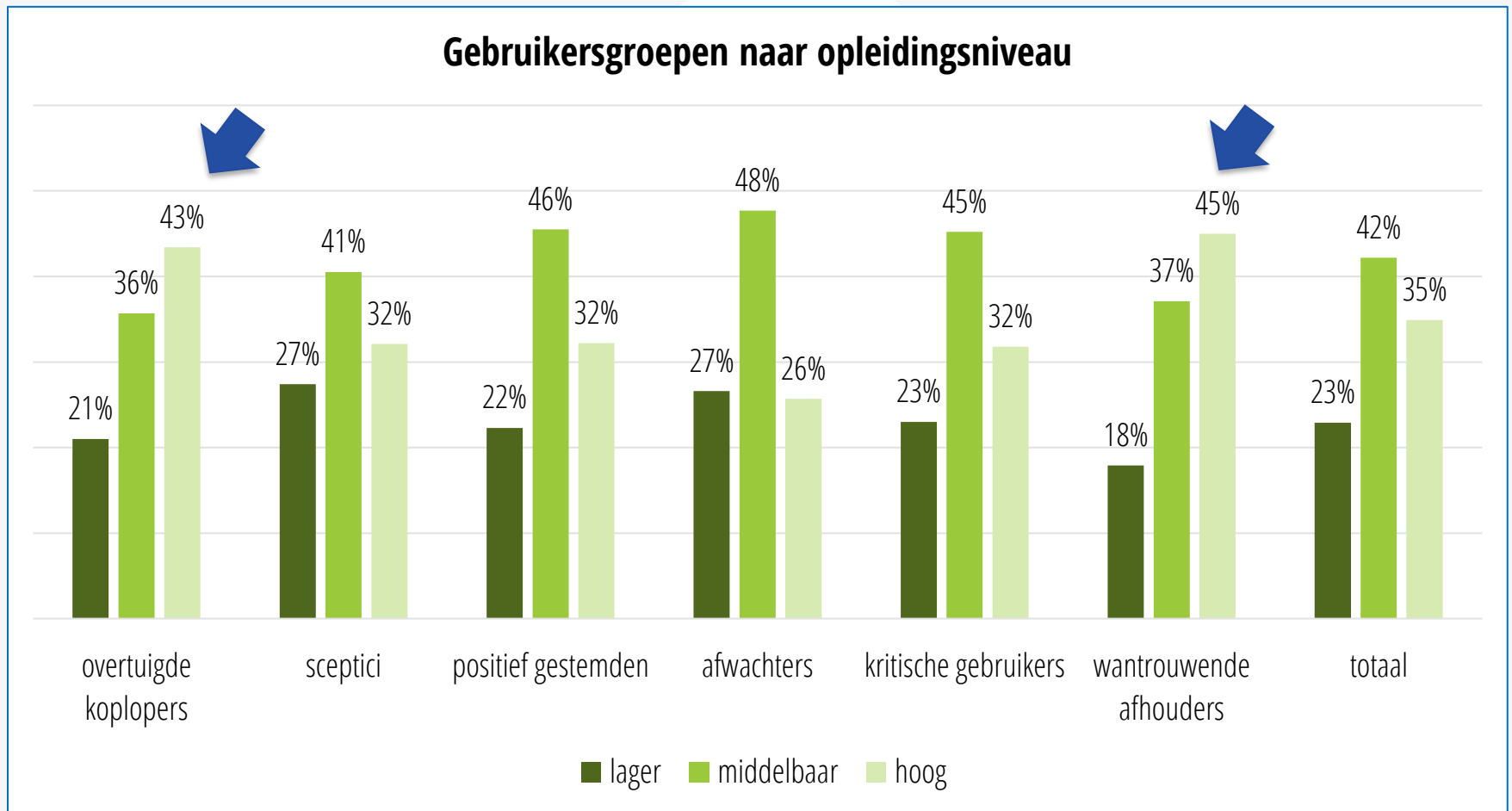
- Voor het onderzoek is gebruikt gemaakt van een groot landelijk online panel met het kwaliteitskeurmerk ISO-26362.
- Volgens het CBS is de internetpenetratie 97%. Dat betekent dat vrijwel alle Nederlanders van 18 jaar en ouder inmiddels toegang hebben tot internet. Het veldwerk via het bovengenoemde online panel biedt daarmee voldoende mogelijkheden om een representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking te ondervragen.
- De segmentatie is gebaseerd op 2 assen: gebruiksintentie en vertrouwen in de overheid m.b.t. het beheren van persoonsgegevens. Deze variabelen zijn als volgt gemeten:
  - **Gebruiksintentie: “U heeft nu een aantal voorbeelden gezien van de Blauwe Knop en heeft daarmee een wat breder beeld van wat de Blauwe Knop is toepassingen zijn in verschillende situaties. Nu u dit gezien heeft, in hoeverre zou u zélf overwegen om gebruik te gaan maken van de Blauwe Knop (in een voor u relevante situatie)?” (4 punts schaal van ‘zeker wel’ tot ‘zeker niet’)**
  - **Vertrouwen in de overheid is een combinatie van 2 enquêtevragen:**
    - **1) In hoeverre vertrouwt u de rijksoverheid bij het gebruik van uw persoonsgegevens? (5 punts schaal van ‘helemaal niet’ tot ‘helemaal wel’)**
    - **2) Mijn persoonsgegevens zijn bij de overheid in veilige handen (5 punts schaal van ‘helemaal oneens’ tot ‘helemaal eens’)**

# Gebruikersgroepen

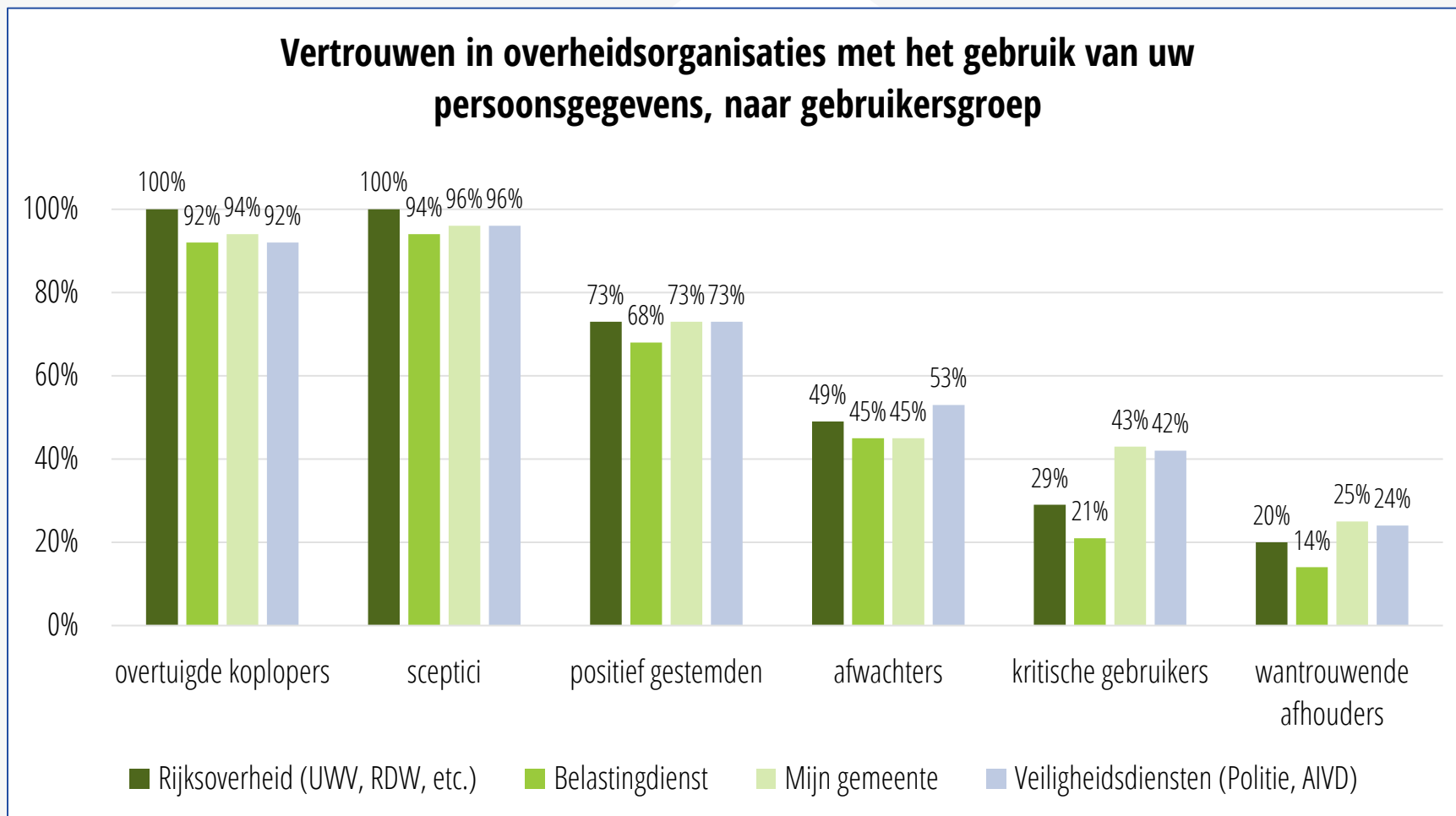
# De overtuigde koplopers zijn relatief gezien het jongst.



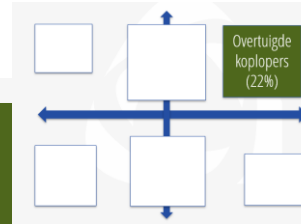
De 'koplopers' en 'afhouders' kennen het hoogste aandeel hogeropgeleiden.



# Het vertrouwen in overheidsorganisaties m.b.t het gebruik van persoonsgegevens verschilt sterk tussen de groepen.



“Overtuigde Koplopers”: relatief jong, hoogopgeleid, digitaal vaardig en hebben veel vertrouwen in de overheid.



## Demografie

Aandeel:  
**22%**

## Kennis & houding

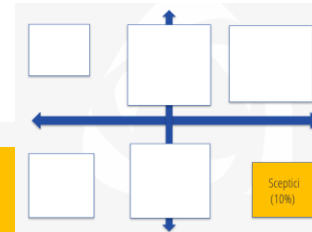
- Relatief **jong** (18-34 jaar: 35%)
- Gemiddelde leeftijd: **45 jaar**
- Relatief **vaker hoogopgeleid** (43%)
- Relatief vaak **werkzaam** (61%)

- Bovengemiddeld **digitaal vaardig** (97% is ervaren met digiD)
- Relatief vaak **goed op de hoogte van de AVG** (63%)
- **Vertrouwen** er (volledig) op dat hun persoonsgegevens bij de **overheid** in veilige handen zijn (100%).
- **Vertrouwen** er relatief vaak op dat er toezicht is op instanties die werken met persoonsgegevens (90%).
- Voelen zich bovengemiddeld vaak **afhankelijk van overheid** (56%)

## Blauwe Knop

- **Hoge gebruiksintentie BK**: 100% waarschijnlijk/zeker
- Zien **relatief vaak de meerwaarde voor de samenleving** (84%)

“Sceptici”: zijn niet overtuigd van het nut, zijn ouder en vaker laagopgeleid, zijn meer bezig met privacy, maar vertrouwen de overheid wél.



## Demografie

Aandeel:  
**10%**

- Ouder dan gemiddeld (gemiddeld: **54 jaar**)
- Relatief (iets) **vaker laagopgeleid** (27%)
- Relatief minder vaak werkzaam (46%)

## Blauwe Knop

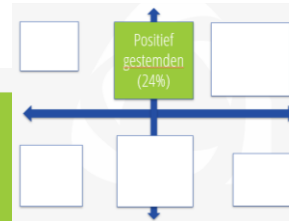
- **Lage gebruiksintentie BK**: 21% zeker niet, 47% waarschijnlijk niet
- Zien **beperkt meerwaarde voor de samenleving** (41%)

## Kennis & houding

- Bovengemiddeld **digitaal vaardig** (90% is ervaren met digiD)
- Is relatief **vaak bezig met privacy** op internet (85%)
- Hebben relatief vaak **behoefte aan regie en transparantie** (96%).
- Hebben **zeer veel vertrouwen in de overheid** met het gebruik van hun persoonsgegevens.
- Voelen zich bovengemiddeld vaak **afhankelijk van overheid** (60%)



“Positief gestemden”: geen uitgesproken demografisch profiel. Maken zich weinig zorgen over opslag en vertrouwen de overheid.



## Demografie

Aandeel:  
**24%**

## Kennis & houding

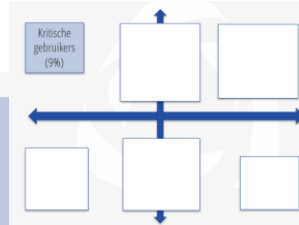
- Gemiddeld qua leeftijdsprofiel (gemiddeld: **51 jaar**)
- Gemiddeld qua opleidingsniveau (46% middelbaar opgeleid)
- Gemiddeld qua werkzaamheid (53%)

## Blauwe Knop

- **Hoge gebruiksintentie BK:** 100% waarschijnlijk/zeker
- Zien **bovengemiddeld vaak de meerwaarde voor samenleving** (72%)

- Gemiddeld **digitaal vaardig** (87% is ervaren met digiD)
- Minder dan gemiddeld **op de hoogte van de AVG** (43%)
- De opslag van persoonsgegevens geeft hen **minder vaak dan gemiddeld een onzeker gevoel** (44%).
- **Hebben in gemiddelde mate vertrouwen in de overheid** met het gebruik van hun persoonsgegevens (71%).
- Voelen zich minder vaak **afhankelijk van overheid** (43%)

“Kritische gebruikers”: vaker gepensioneerd en wantrouwend richting overheid. Hebben (veel) behoefte aan regie en transparantie.



## Demografie

Aandeel:  
**9%**

- **Relatief vaak 65+** (32%), gemiddeld: **53 jaar oud**
- Gemiddeld qua opleidingsniveau (45% middelbaar opgeleid)
- Iets vaker gepensioneerd (28%)

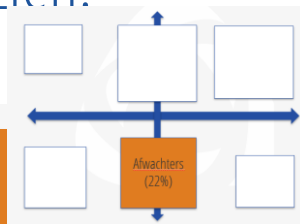
## Blauwe Knop

- **Hoge gebruiksintentie BK: 100%** waarschijnlijk/zeker
- Zien **bovengemiddeld vaak de meerwaarde voor samenleving** (73%)

## Kennis & houding

- Gemiddeld **digitaal vaardig** (88% is ervaren met digiD)
- Gemiddeld vaak **op de hoogte van de AVG** (50%)
- De opslag van persoonsgegevens geeft hen **vaker dan gemiddeld een onzeker gevoel** (69%).
- Hebben relatief vaak **behoefte aan regie en transparantie** (95%).
- Hebben relatief **weinig vertrouwen in de overheid** als het gaat om databeheer.
- Voelen zich bovengemiddeld vaak **afhankelijk van overheid** (57%).

“Afwachters”: veelal iets ouder en lager opgeleid, minder ‘digital minded’, hebben minder met de overheid af en moeten het eerst nog maar zien.



## Demografie

Aandeel:  
**22%**

- Relatief vaak 50-64 jaar (gemiddeld: **52 jaar**)
- Vaker **middelbaar of lager opgeleid** (48% middelbaar, 27% lager opgeleid)
- Gemiddeld qua werkzaamheid (50%)

## Blauwe Knop

- Lage gebruiksintentie BK: 29% zeker niet, 32% waarschijnlijk niet, **39% weet het niet**
- Zien **nog zeer beperkt de meerwaarde voor samenleving** (22%)

## Kennis & houding

- Minder **digitaal vaardig** (69% is ervaren met digiD)
- Minder dan gemiddeld **op de hoogte van de AVG** (40%)
- De opslag van persoonsgegevens geeft hen (veel) **minder vaak** dan gemiddeld een **onzeker gevoel** (39%).
- **Hebben weinig vertrouwen in de overheid** met het gebruik van hun persoonsgegevens.
- Voelen zich (veel) **minder vaak afhankelijk van overheid** (35%)

“Wantrouwende afhouders”: vaker hoogopgeleide mannen die overheid op het gebied van persoonsgegevens nauwelijks vertrouwen.

## Demografie

Aandeel:  
**13%**

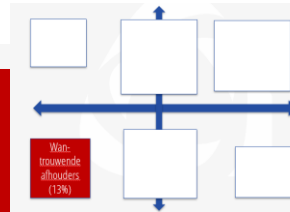
- Geen uitgesproken leeftijdsprofiel (gemiddeld: **51 jaar**)
- Relatief **vaker hoogopgeleid** (45%)
- Relatief vaker **man** (60%)

## Blauwe Knop

- **Zeer lage** gebruiksintentie BK: 46% zeker niet
- Zien **niet vaak de meerwaarde voor de samenleving** (25%)

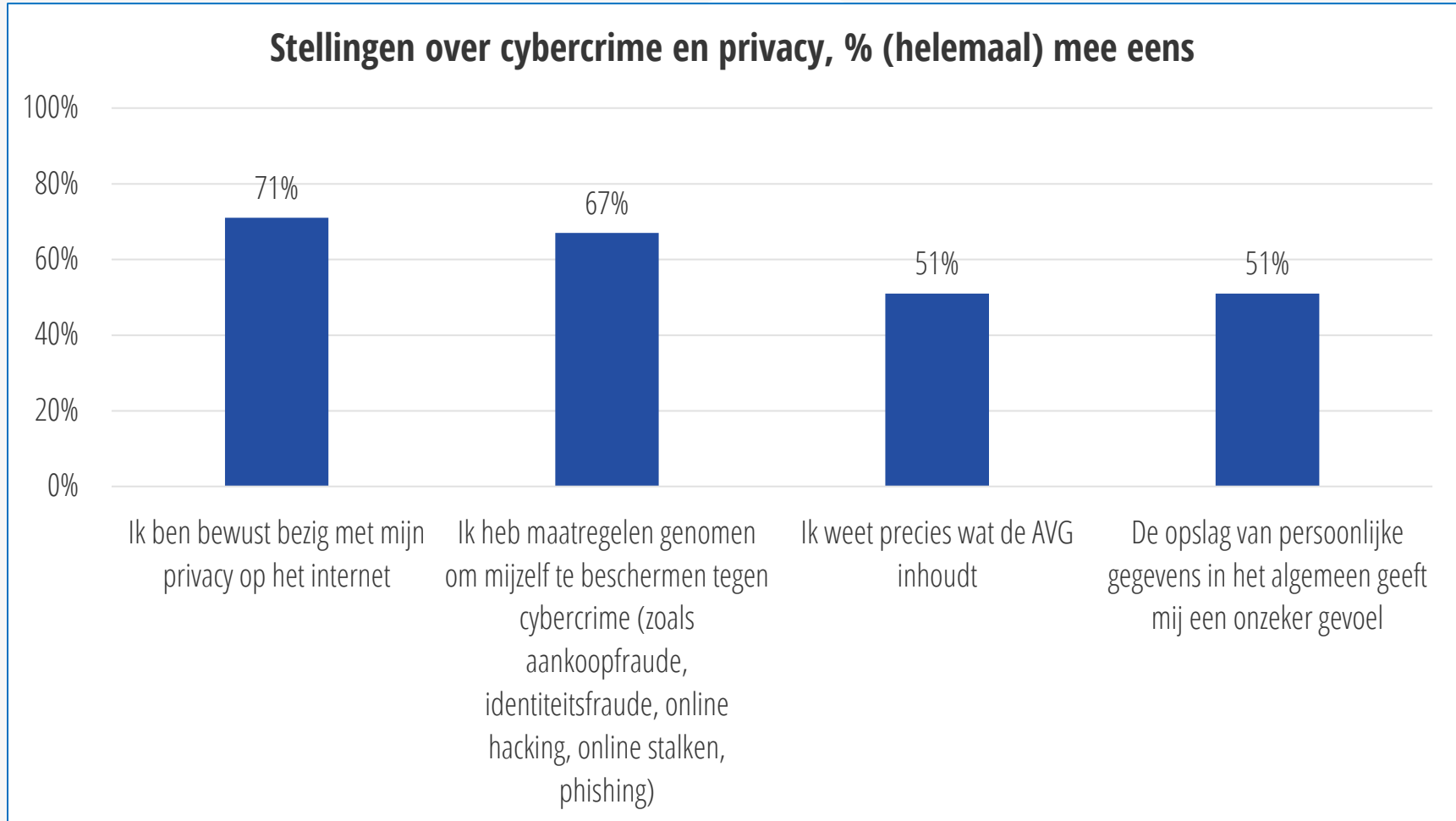
## Kennis & houding

- Gemiddeld **digitaal vaardig** (85% is ervaren met digiD)
- Bovengemiddeld **goed op de hoogte van de AVG** (56%)
- Bovengemiddeld vaak **bewust bezig met privacy** op internet (80%).
- De opslag van persoonsgegevens geeft hen **relatief vaak een onzeker gevoel** (66%).
- **Zeer weinig vertrouwen** dat hun persoonsgegevens bij de **overheid** in veilige handen zijn (8%).
- Voelen zich iets vaker **afhankelijk van overheid** (54%).



# Grondhouding

# 7 op de 10 Nederlanders is met online privacy en bescherming tegen cybercrime bezig.

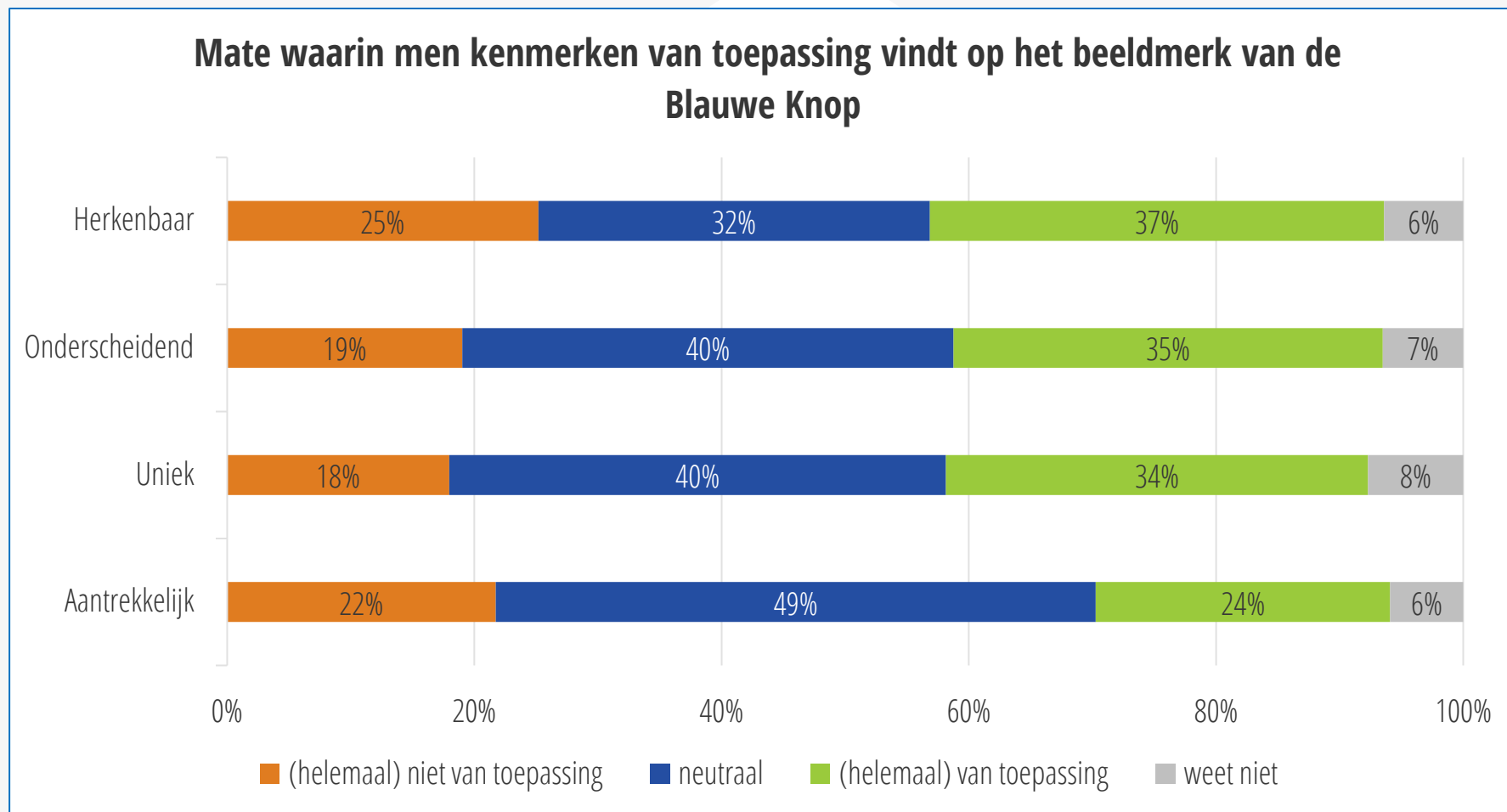


# Het concept Blauwe Knop





# Bijna 4 op de 10 Nederlanders vinden het beeldmerk van de Blauwe Knop herkenbaar.





Na het zien van de video, heeft men wel een beeld van wat de Blauwe Knop doet.

### Wat doet de Blauwe Knop volgens u?

"Zorgen dat je in control blijft over jouw gegevens."

"Verbindt persoonlijke gegevens met openbare bedrijven als je op deze knop drukt"

"Geeft toegang tot mijn persoonlijke gegevens."

"Slaat alles op op een veilige plek in de cloud, zodat je er altijd over kunt beschikken."

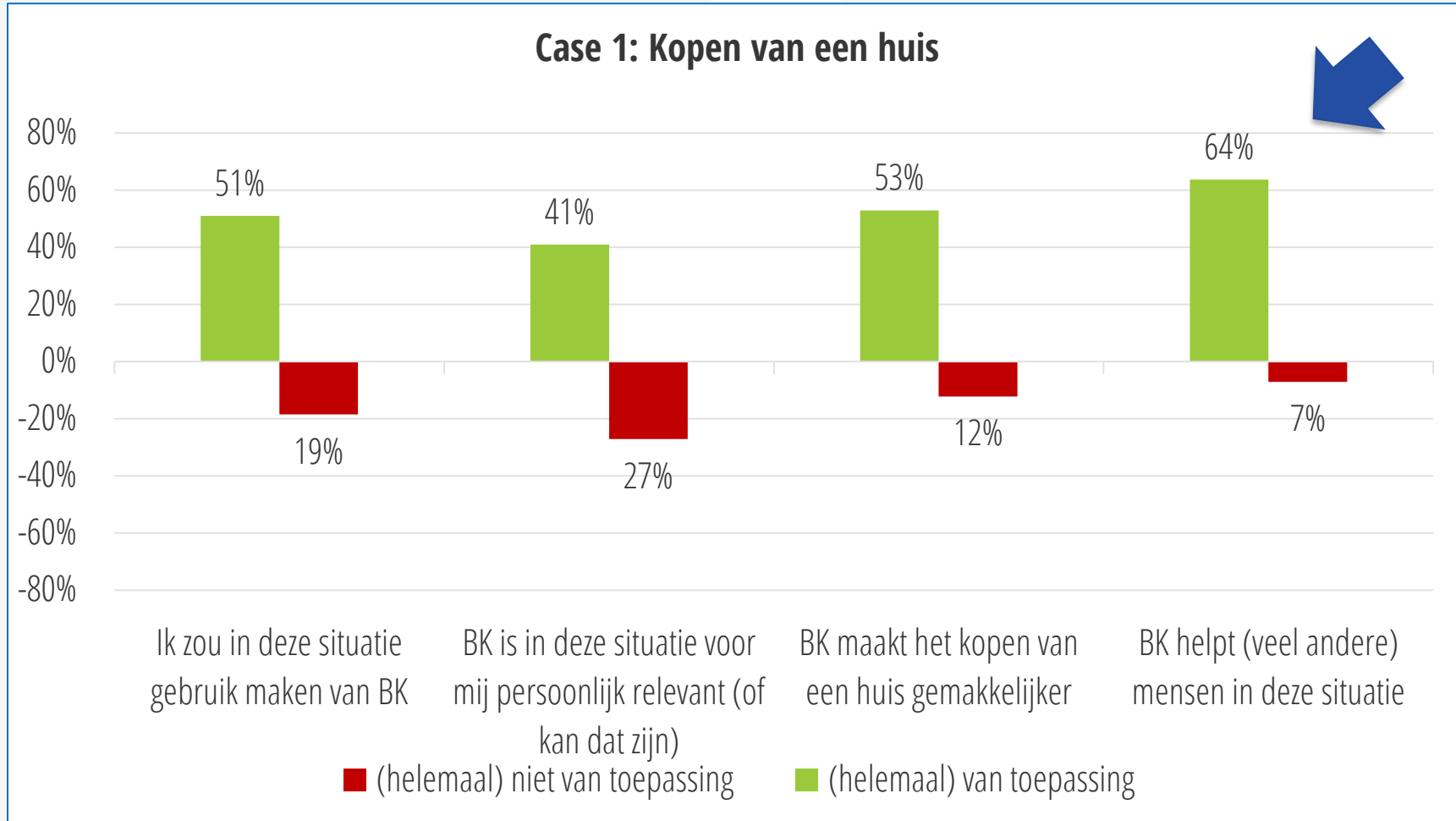
"Al je persoonlijke gegevens bewaren voor je. Zodat alles bij elkaar staat en je er gemakkelijk gebruik van kan maken voor alle instanties die het nodig hebben?"

"Daarmee kun je controleren wat er van jou bekend is bij verschillende bedrijven."

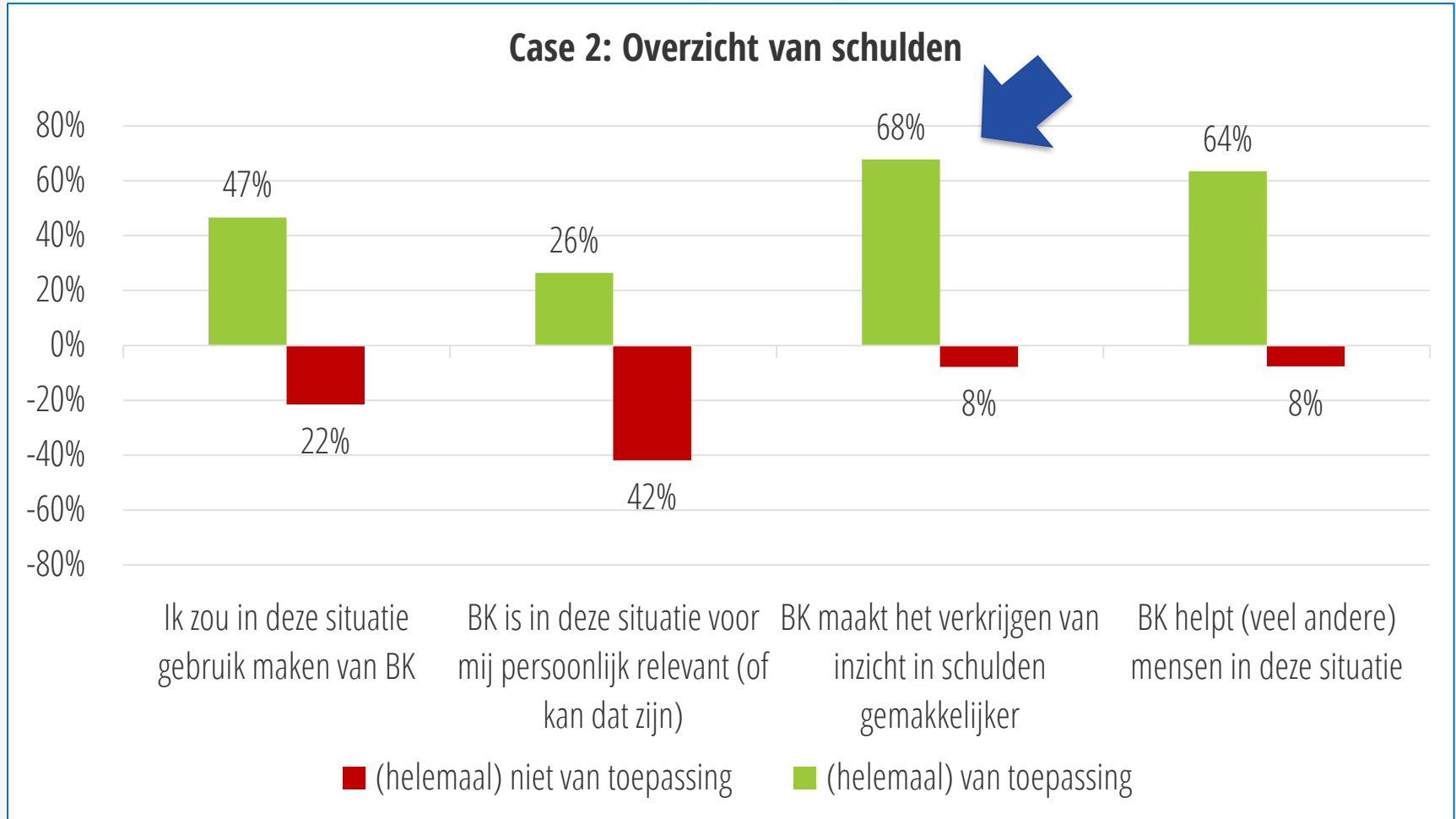
"De blauwe knop zorgt ervoor dat je zelf de regie hebt over je gegevens."

"Een knop die mij in staat stelt, te weten te komen, wat een organisatie van mij weet. En ik kan er mee 'spelen'."

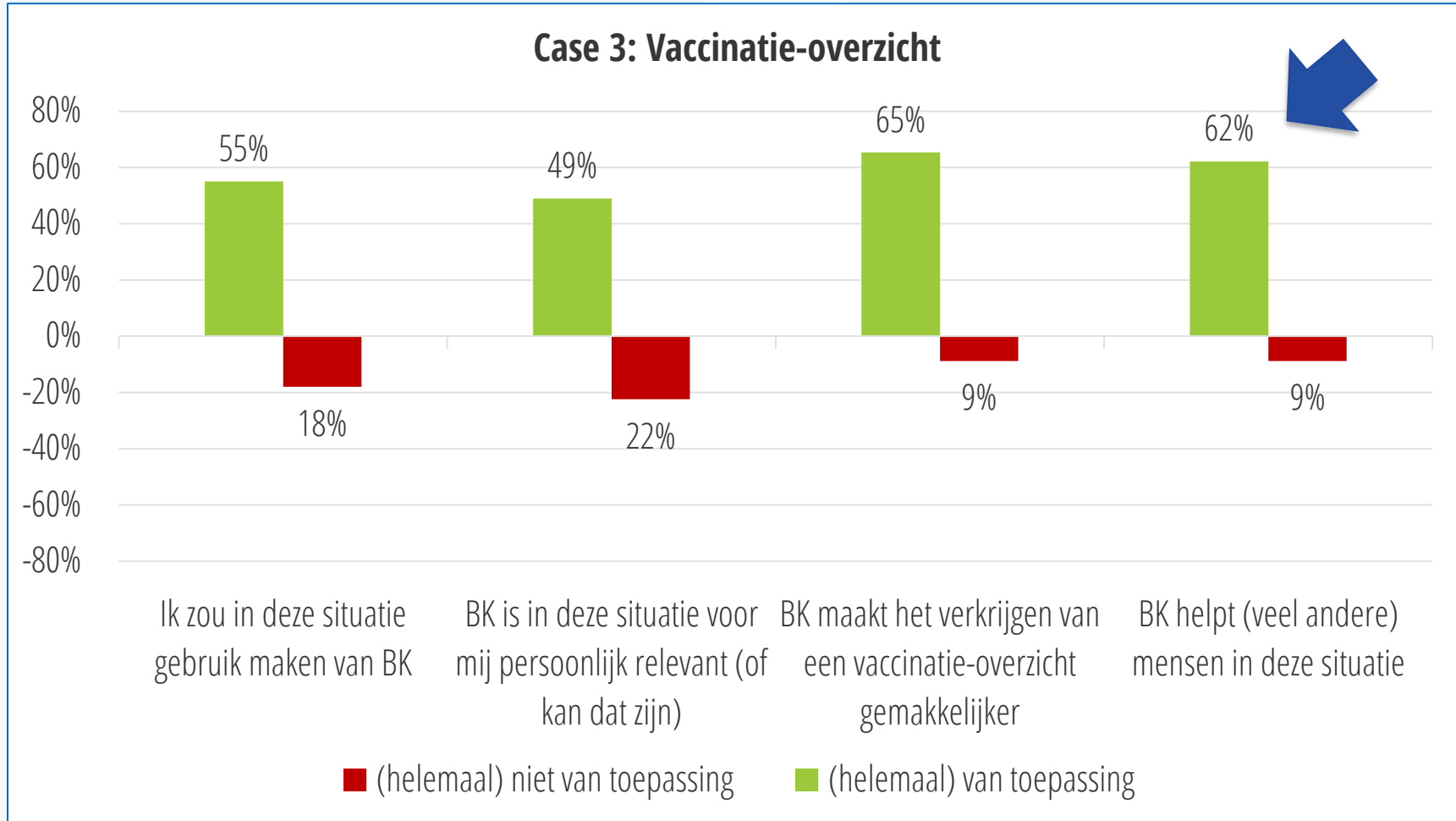
# 2 op de 3 Nederlanders ziet de meerwaarde van Blauwe Knop bij het kopen van een huis.



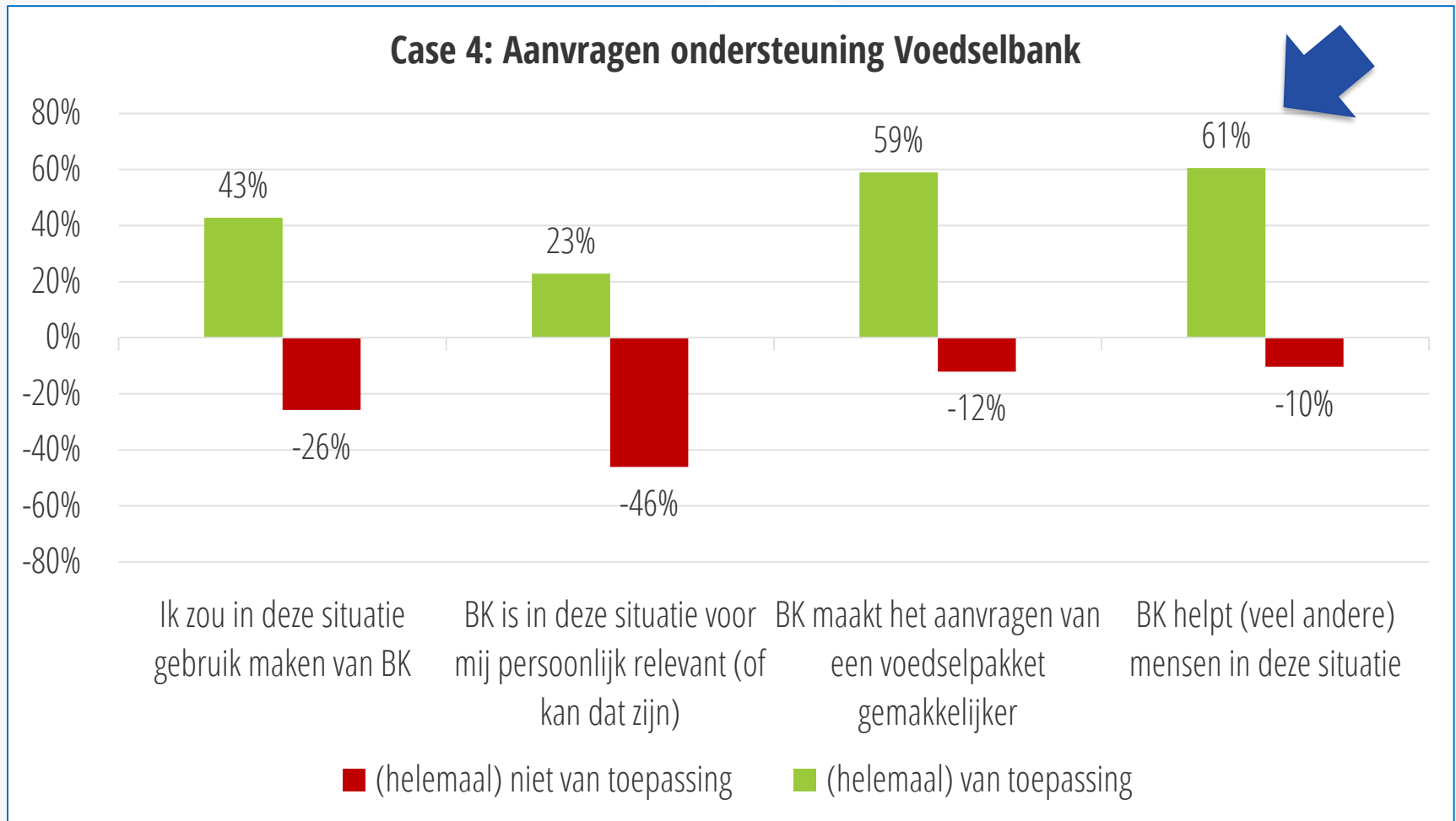
# De Blauwe Knop maakt inzicht in schulden eenvoudiger volgens tweederde van de Nederlanders.



# 6 op de 10 Nederlanders vindt dat Blauwe Knop het verkrijgen van een vaccinatie-overzicht makkelijker kan maken.



# De Blauwe Knop biedt volgens 6 op de 10 meerwaarde bij het aanvragen van een voedselpakket.



# Beter begrip van de Blauwe Knop leidt tot meer overwegers en (iets) minder 'niet-overwegers'.

Verwacht gebruik Blauwe Knop in het algemeen



Zeker  
wel:  
**11%**

Waarschijnlijk  
wel:  
**37%**

Waarschijnlijk  
niet  
**21%**

Zeker niet  
**13%**

Weet niet  
**19%**

Na extra toelichting - 4 cases

- 1) Kopen van een huis
- 2) Overzicht schulden
- 3) Vaccinatie-overzicht
- 4) Aanvragen voedselpakket

Zeker  
wel:  
**16%**

Waarschijnlijk  
wel:  
**40%**

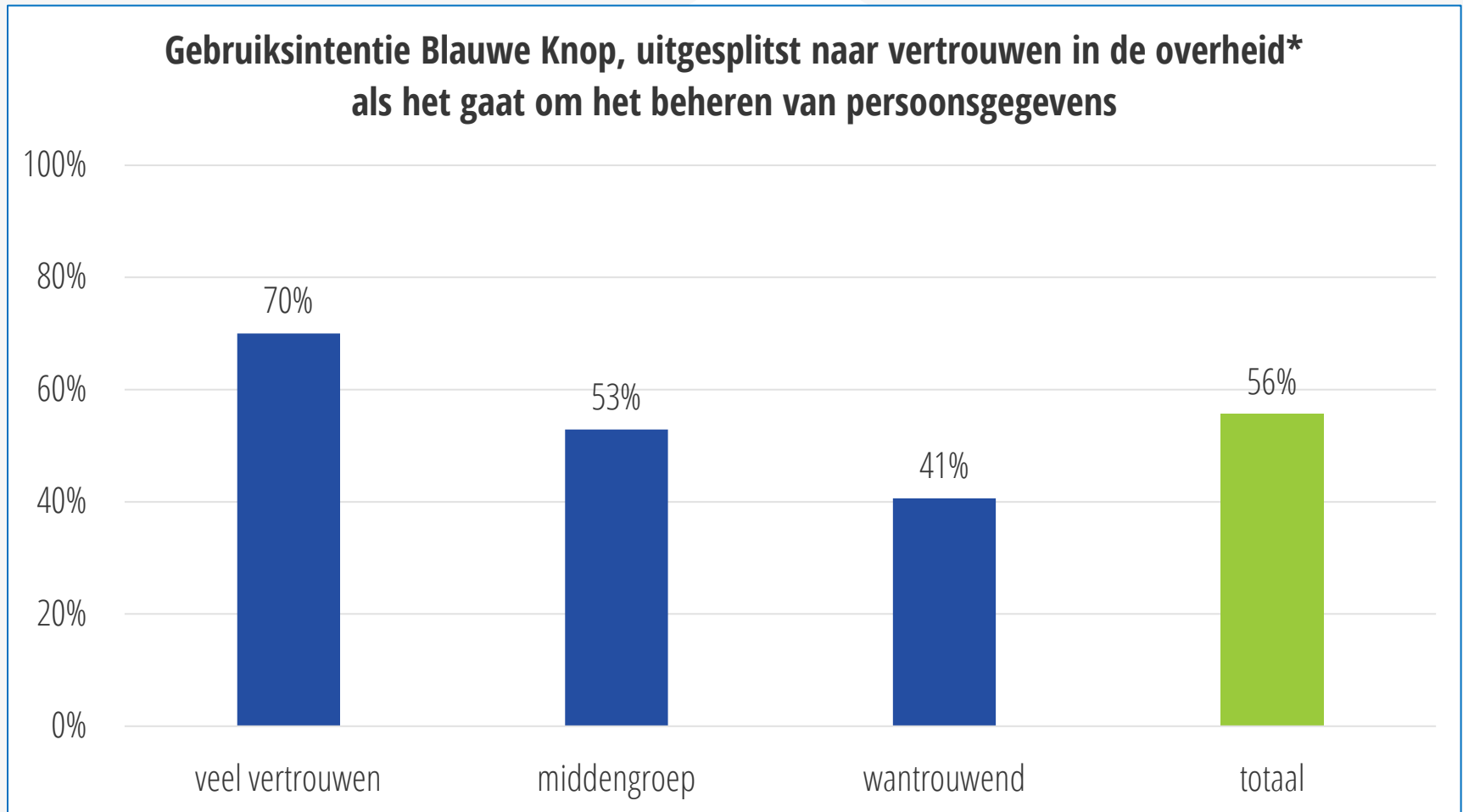
Waarschijnlijk  
niet  
**15%**

Zeker niet  
**14%**

Weet niet  
**15%**

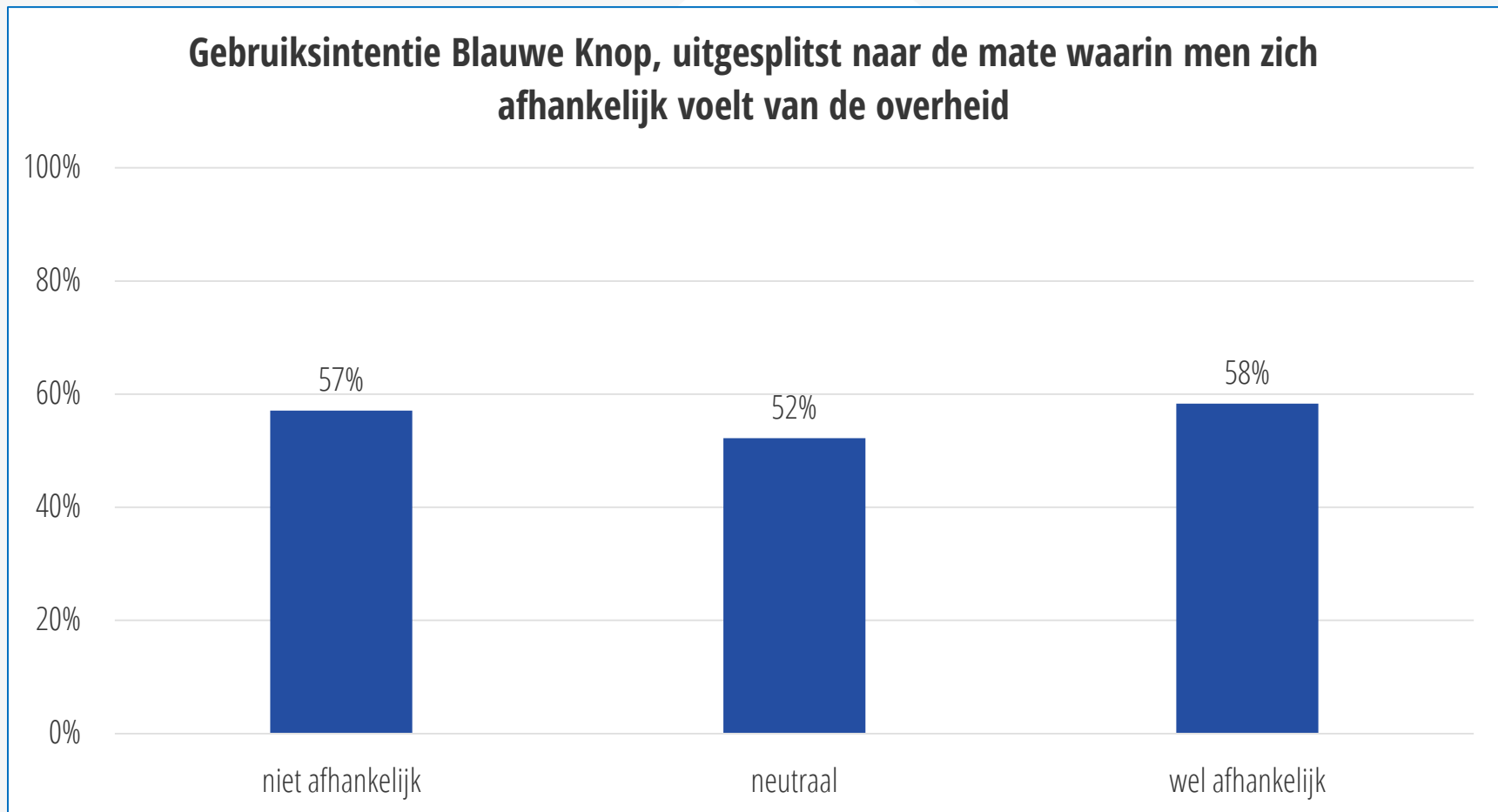


Vertrouwen in de overheid en verwacht gebruik van de Blauwe Knop hangen met elkaar samen, maar vertrouwen is geen voorwaarde.

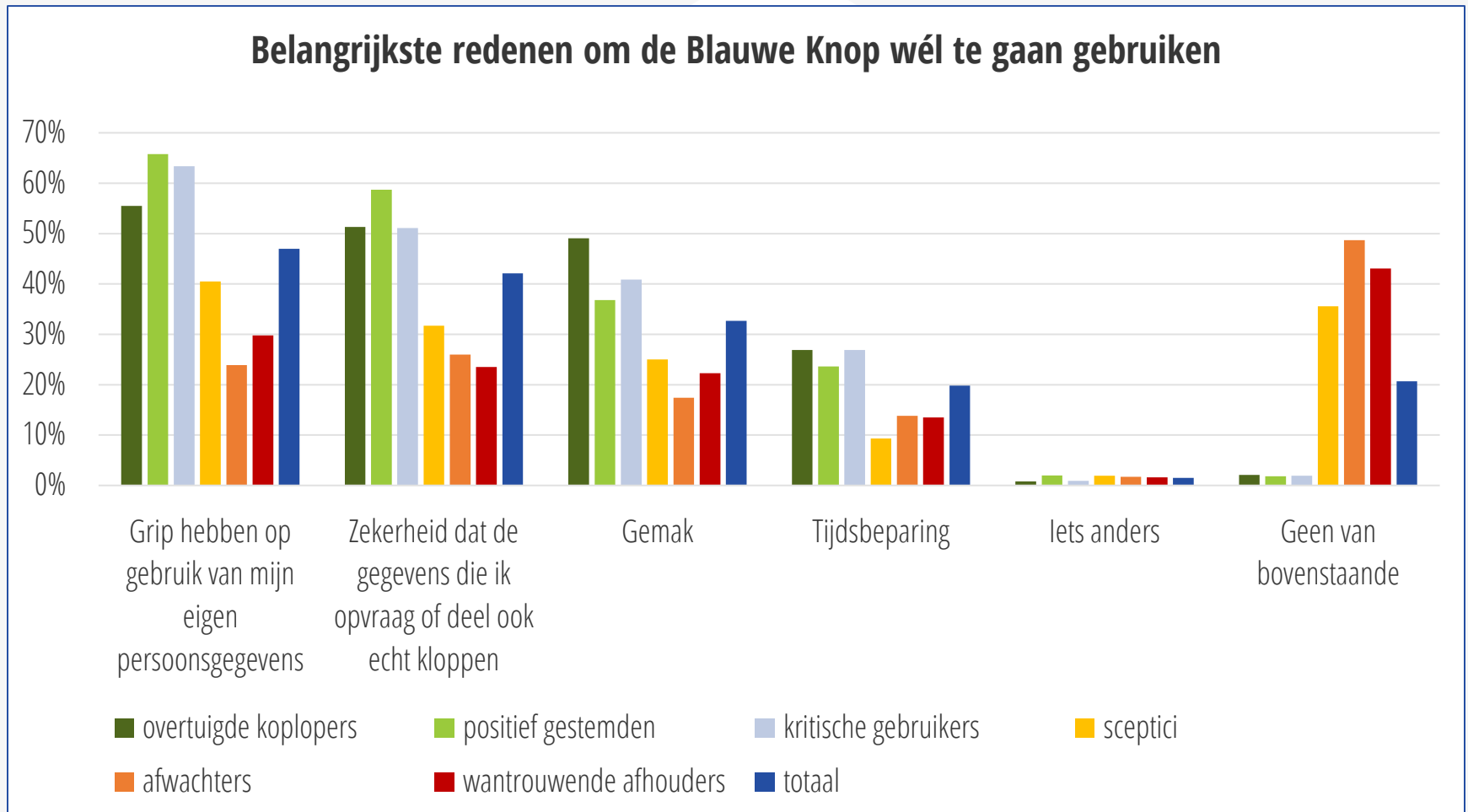


Basis: totale steekproef. \* Vertrouwen in overheid is gebaseerd op 2 enquêtevragen over vertrouwen in de overheid m.b.t. persoonsgegevens (zie bijlage).

Het gevoel van afhankelijkheid van de overheid heeft (vrijwel) geen invloed op de gebruiksententie.



# Grip en zekerheid zijn de belangrijkste gebruikersmotieven binnen alle gebruikersgroepen.



# Meer informatie? Neem contact met ons op!

**Newcom Research & Consultancy B.V.**

[www.newcom.nl](http://www.newcom.nl) | [service@newcom.nl](mailto:service@newcom.nl)



## Vestiging Amsterdam

Herengracht 564

1017 CH Amsterdam

## Vestiging Enschede

Hengelosestraat 221

7521 AC Enschede

T: 088 – 7704 600



- Wij geloven dat succesvolle organisaties in nauw contact staan met hun doelgroep. Dit betekent dat succesvolle organisaties de doelgroep écht kennen en begrijpen. Alleen dan zijn organisaties in staat de beste klantervaring te geven.
- [www.exploratio.nl](http://www.exploratio.nl) is een label van Newcom.

- Newcom Research & Consultancy is een onafhankelijk bureau dat organisaties met full-service marktonderzoek inzicht geeft in hoe zij optimaal kunnen aansluiten bij de wensen van de doelgroep. Denk aan het testen van concepten, onderzoek naar de behoeften en tevredenheid van klanten en imago onderzoek.
- Newcom werkt vanuit kantoren in Enschede en Amsterdam.
- Newcom is aangesloten bij de MarktOnderzoekAssociatie (MOA), bestempeld als een Fair Data Company en bovendien is Newcom, NEN-ISO 9001 en ISO27001 gecertificeerd.



\* De certificering van ISO272001 is geregistreerd onder nummer 1281702 en met de scope 'Het leveren, ontwikkelen en de support van de SAAS-oplossingen onderzoekstool.nl en explora-zorg.nl en het uitvoeren van klant- en marktonderzoek.'

