



Gebruikersonderzoek Blauwe Knop Plus

Use case RDW-Verzmij

Colofon

DATUM 10 augustus 2020
VERSIE 1.0
PROJECT REFERENTIE P0289 Blauwe Knop 2020
VERTROUWELIJKHEID *Publiek*
STATUS Eerste versie
BEDRIJF InnoValor
AUTEUR(S) Liesbeth Hijink, Marlies Rikken

Inhoudsopgave

COLOFON	II
INHOUDSOPGAVE	III
MANAGEMENTSAMENVATTING	V
1 INLEIDING	1
1.1 DE BLAUWE KNOP	1
1.2 USE CASE RDW	1
1.3 CONTEXT VAN HET GEBRUIKERSONDERZOEK	2
1.3.1 <i>Blauwe Knop gebruikersonderzoek DUO</i>	2
1.3.2 <i>Blauwe Knop gebruikersonderzoek schuldhulpverlening</i>	2
1.4 ONDERZOEKSVRAGEN	3
1.4.1 <i>Hoofdvraag</i>	3
1.4.2 <i>Deelvragen</i>	3
1.5 LEESWIJZER	3
2 DEMO	4
2.1 ONTWERPKEUZES	4
2.2 OVERVIEW DEMONSTRATOR	4
3 METHODE	7
3.1 KWALITATIEF ONDERZOEK	7
3.2 ENQUÊTE	7
3.3 THINKING ALOUD	7
3.4 SEMI-GESTRUCTUREERD INTERVIEW	7
3.5 SELECTEREN VAN PARTICIPANTEN	8
3.5.1 <i>Enquête</i>	8
3.5.2 <i>Spreiding</i>	9
3.5.3 <i>Digitaal afnemen van gebruikersonderzoek</i>	10
4 WAARNEMINGEN	11
4.1.1 <i>Generalisatie en causale verbanden</i>	11
4.2 EERSTE INDRUK	11
4.3 TEKST EN TOELICHTING	12
4.3.1 <i>Algemene beoordeling van de teksten</i>	12
4.3.2 <i>RDW Detail pagina</i>	13
4.3.3 <i>RDW Detail Overzicht</i>	14
4.3.4 <i>Pop-ups</i>	14
4.4 VERTROUWEN	14
4.4.1 <i>Vertrouwen in Verzmij</i>	15
4.5 BEWUSTZIJN	15
4.6 CONTROLE	16
4.6.1 <i>Toestemming Inzien</i>	16
4.6.2 <i>Langer dan eenmalig datadelen</i>	16
4.7 PRIVACY	17
4.7.1 <i>Verhoogt Blauwe Knop gevoel van privacy</i>	17
5 AANBEVELINGEN	19
5.1 DEELVRAGEN	19
5.2 HOOFDVRAAG	20
5.2.1 <i>Wat gaat al goed?</i>	20
5.2.2 <i>Wat kan verbeterd worden?</i>	20

6	CONCLUSIE	22
6.1	BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN	22
6.2	VERVOLGONDERZOEK	22
7	BIJLAGE - OVEREENKOMST	24
7.1	TOELICHTING OP HET ONDERZOEK	24
7.1.1	<i>Gang van zaken tijdens het onderzoek</i>	24
7.1.2	<i>Vrijwilligheid</i>	25
7.1.3	<i>Vragen</i>	25
7.2	VERKLARING GEBRUIKERSONDERZOEK BLAUWE KNOP	25
8	BIJLAGE - ENQUÊTE VOORAF	26
8.1	DEEL 1	26
8.2	DEEL 2	27
8.3	DEEL 3	27
8.4	DEEL 4	28
9	BIJLAGE - INTERVIEW ACHTERAF	29
9.1	SUS VRAGEN	29
9.2	OPEN VRAGEN	29

Managementsamenvatting

Dit onderzoek test binnen een use case van RDW of in deze case participanten regie ervaren over hun eigen gegevens door het gebruik van de Blauwe Knop. Dit onderzoeken we aan de hand van gevoel van privacy, controle en vertrouwen. Omdat de gebruikerservaring hierop een belangrijk effect heeft wordt onderzocht welke verbeteringen in de gebruikerservaring (UX) nodig zijn om dit gevoel te vergroten.

De centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek is:

Welke ontwerpkeuzes zorgen ervoor dat mensen door middel van de Blauwe Knop Plus snel en makkelijk hun gegevens kunnen delen, terwijl ze zich tegelijkertijd realiseren welk proces ze doorlopen en in hoeverre zij regie op gegevens ervaren?

In deze case stelt de Blauwe Knop authentieke informatie die afkomstig is uit het kentekenregister beschikbaar aan de fictieve verzekeringsmaatschappij Verzmij, ten behoeve van het aanvragen en mogelijk afsluiten van een autoverzekering. Gebruikers krijgen de mogelijkheid om de voertuig- en persoonsgegevens, die nodig zijn voor het afsluiten van een autoverzekering, direct vanuit het RDW-register met de verzekeraar te delen. Ze kunnen persoons- en voertuiggegevens eenvoudig delen door in te loggen bij RDW en gebruiken om een offerte voor een autoverzekering aan te vragen.

Onderzoeksoptzet

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden is een kwalitatief gebruikersonderzoek ingericht, waaraan zestien participanten deelnamen. Het onderzoek bestond uit twee onderdelen. Een enquête waarin participanten voorafgaand aan een afspraak bevestigd werden over hun digitale vaardigheid en het privacy bewustzijn. Het tweede deel bestond uit het gebruikersonderzoek aan de hand van de clickable demo. De onderzoeker observeerde tijdens deze sessie hoe de participant de demo doorloopt. Participanten werd gevraagd om hierbij hardop te denken. Dit werd gevolgd door een korte vragenlijst waarin de eerste indrukken geregistreerd werden en een semigestructureerd interview waarin we dieper ingingen op de ervaringen van de participant. Aan de hand van een vooraf opgestelde vragenlijst werd gemak in gebruik, begrijpelijkheid van de aanwezige teksten, de betrouwbaarheid die men ervaart bij gebruik van de applicatie en de Blauwe Knop besproken.

Belangrijkste bevindingen:

- Het beeldmerk van de Blauwe Knop wordt geassocieerd met het uitwisselen van data. Vertrouwen wordt vooral nog ontleend aan het feit dat er ingelogd wordt met DigiD en dat de RDW overheidspartij betrokken is. Zoals te verwachten bij een nieuw geïntroduceerd beeldmerk is er nog weinig herkenning en vertrouwen in dit logo.
- Het overzicht waar toestemmingen ingezien kunnen worden, wordt gewaardeerd en vergroot het gevoel van controle. De huidige manier van weergave roept bij sommige participanten nog wel verwarring op.
- De user flow zoals ontworpen in deze variant van de Blauwe Knop (proces van inloggen, delen, toestemming geven), wordt als prettig ervaren. Het is niet te moeilijk, maar zorgt er wel voor dat de participanten stilstaan bij waar ze toestemming voor geven.
- De verzekeringsmaatschappij (in ons geval de fictieve maatschappij Verzmij) wordt beperkt vertrouwd door de participanten. Onder andere doordat het, ondanks dat benoemd wordt dat het delen eenmalig is, onduidelijk is of de gegevens wel of niet worden opgeslagen door Verzmij. Sommige participanten vermoeden dat er mogelijk toch meer mee wordt gedaan dan aangegeven.¹

¹ Gezien Verzmij een 'nieuwe' partij is kan het zo zijn dat dit het vertrouwen van de mensen in dit merk beïnvloed. Dit werd echter niet expliciet aangegeven door participanten. Wel liet men weten dat, wanneer ze een verzekeraar niet zouden vertrouwen, ze daar geen of nepgegevens zouden achterlaten wanneer het nog niet om een definitieve aanvraag gaat. Het zou voor vervolgonderzoek interessant zijn om te bekijken of verschillend gereageerd wordt op bekende versus of onbekende derde partijen.

- De zin bij het definitieve akkoord, wordt als zeer prettig ervaren. Het is voor sommige participanten het enige moment waarbij ze echt stilstaan waar akkoord voor gegeven wordt.

Aanbevelingen

- (a) Zet de eindgebruiker centraal. Bijvoorbeeld door behoud van de huidige UX waarin de gebruiker regelmatig niet verder kan doordat knoppen pas geactiveerd worden na een actie. Let erop dat zaken die in het oog moeten springen écht opvallen. (Zie ook A2, A5, A6, A14, A15, A16)
- (b) Zorg voor vertrouwen in de hele keten. Maak duidelijk wat de Blauwe Knop doet en wat er gebeurt zodra er toestemming gegeven wordt en of er wel of geen gegevens opgeslagen worden. (Zie A1, A9, A10, A13)
- (c) Zorg dat de zin, die verbonden is aan het definitief toestemming geven, volledig en duidelijk is, wat betreft termijn, organisatie en doelbinding. Maak op de belangrijke plekken (uitleg Blauwe Knop, aanvinken van gegevens) nog simpeler en duidelijker welke gegevens gedeeld worden. (Zie A4, A7, A8, A11, A12)
- (d) Zorg voor stimulans van de bekendheid van het Blauwe Knop beeldmerk zodra deze breed uitgerold wordt. Dit vergroot de herkenbaarheid en het gevoel van vertrouwen. (Zie A3)

A1. Leg kort en helder uit welke afspraken gemaakt zijn tussen Verzmij en RDW en wat dit betekent voor de gegevens die de persoon deelt.

A2. Bedenk of het voordeel in de beoogde casus, opweegt tegen het zetten van de extra stappen voor het delen van authentieke gegevens.

A3. Herhaling en zichtbaarheid van het beeldmerk is nodig, om vertrouwen en herkenning te stimuleren.

A4. Zorg dat de zin, die verbonden is aan het definitief toestemming geven, volledig en duidelijk is betreft termijn en doelbinding.

A5. Behoud de huidige flow in het proces van inloggen, toestemming geven en bieden van overzicht.

A6. Behoud het gebruik van 'niet-aanklikbare knoppen' (knoppen die pas actief worden wanneer bepaalde handelingen zijn verricht) en de meermaals controle van gegevens.

A7. Biedt een korte heldere tekst aan waarnaar verwezen kan worden, die uitlegt wat de Blauwe Knop doet.

A8. Biedt bij de Blauwe Knop in één heldere zin een korte toelichting.

A9. Zorg voor vertrouwen in de gehele keten. Onderzoek wat hierin wenselijk en haalbaar is.

A10. Maak duidelijker kenbaar welke informatie de datavrager (dienstverlener) nodig heeft in het proces.

A11. Zet de gegevens en de acceptatie-'vink' dicht bij elkaar.

A12. Wees expliciet en gebruik toegankelijk taalgebruik.

A13. Benadruk en geef meer duidelijkheid over of er gegevens opgeslagen worden, voor welke termijn en welke doeleinden.

A14. Gebruik geen 'signaalkleuren' (als rood of groen) als onderscheidende kleuren. Kies bijvoorbeeld liever de kleur uit het beeldmerk.

A15. Maak duidelijk onderscheid tussen de gedeelde en niet gedeelde gegevens in het toestemmingen overzicht.

A16. Onderzoek hoe notificaties en informatie over toestemming op een goede manier gedeeld kunnen worden met gebruikers.

Vervolgonderzoek

Een tweetal aspecten die nog onvoldoende getest zijn, maar wel op het ontwikkelpad van de Blauwe Knop liggen zijn de volgende:

1. Kunnen wijzigen van de gegeven toestemming in een toestemmingenoverzicht
2. Het delen van gegevens vanuit meerdere bronnen

Voor vervolgonderzoeken is dan ook de aanbeveling om use cases te gebruiken waarin deze aspecten centraal staan. Daarnaast raden we aan om in volgende onderzoeken, waar van toepassing, te experimenteren met geven van toestemming per datapunt (bijvoorbeeld, naam, adres, nummerplaat, etc. allemaal los van elkaar kunnen toestemmen).

1 Inleiding

Mensen moeten hun persoonlijke data kunnen gebruiken om hun leven te organiseren, terwijl ze er tegelijkertijd vanuit moeten kunnen gaan dat hun privacy goed geregeld en gewaarborgd is. De persoon waar het om gaat, moet digitaal centraal staan en gegevens betrouwbaar kunnen uitwisselen tussen overheden, private en maatschappelijke organisaties. Dat is het idee achter het programma regie op gegevens (digitaleoverheid.nl)

1.1 DE BLAUWE KNOP

De Blauwe Knop is een uitwerking voor regie op overheidsgegevens door de burger. De Blauwe Knop behelst een set van afspraken en implementatiehulpmiddelen waarmee gegevens die de overheid heeft van een burger, ingezien kunnen worden door de burger of met toestemming van de burger gedeeld kunnen worden met een andere (overheids)organisatie. Er zijn binnen deze context vier rollen te onderscheiden: burger, gegevenshouder, gegevensvrager en PDM-serviceprovider.

De Blauwe Knop richt zich op gegevens die de overheid van de burger heeft. Deze gegevens kunnen vervolgens door gebruik van de Blauwe Knop op verschillende manieren door de burger opgehaald en gebruikt worden. De Blauwe Knop kent hierin drie verschijningsvormen:

De **Blauwe Knop Basis**, een voorziening om een gewaarmerkte set persoonlijke gegevens bij één organisatie te downloaden naar het device van de burger. De **Blauwe Knop Basis 2.0**, 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.

De **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.

Dit rapport gaat in op het uitgevoerde gebruikersonderzoek, waarin de Blauwe Knop Plus centraal staat. Specifiek gaat het hier om een use case betreffende het aanvragen van een offerte voor en eventueel afsluiten van een autoverzekering, waarbij gegevens vanuit RDW worden gedeeld.

1.2 USE CASE RDW

De Blauwe Knop stelt authentieke informatie die afkomstig is uit het kentekenregister beschikbaar aan de fictieve verzekeringsmaatschappij Verzmij, ten behoeve van het afsluiten van een autoverzekering. Gebruikers krijgen de mogelijkheid om de voertuig- en persoonsgegevens, die nodig zijn voor het afsluiten van een autoverzekering, direct van RDW met de verzekeraar te delen.

In dit onderzoek testen we of we in deze case inderdaad de gehoopte meerwaarde voor burgers kunnen behalen. Het doel is dat zij meer regie ervaren over hun eigen gegevens. Ze kunnen persoons- en voertuiggegevens eenvoudig delen door in te loggen bij RDW. De gegevens worden vervolgens gebruikt om een offerte voor een autoverzekering aan te vragen. Om de meerwaarde voor de verzekeraar te bepalen zijn verkennende gesprekken gevoerd met SIVI en Verbond van Verzekeraars door de projectleiding van de Blauwe Knop. Deze gesprekken vallen buiten dit gebruikersonderzoek en zijn niet opgenomen in deze rapportage.

Er is een clickable demo uitgewerkt waarin de gebruiker een aantal stappen doorloopt:

- De 'homepagina' van Verzmij
- Inloggen bij RDW met DigiD
- Kiezen en accorderen van de gegevens die gedeeld moeten worden
- Doorlopen van het aanvraagproces.
- Inzien van gegeven toestemmingen

In deze front-end demo worden de gebruikerservaring, het gevoel van regie op gegevens en het vertrouwen in de Blauwe Knop getest. Hoofdstuk twee licht de demo verder in detail toe.

1.3 CONTEXT VAN HET GEBRUIKERSONDERZOEK

Dit onderzoek naar de Blauwe Knop Plus bouwt voort op eerdere gebruikersonderzoeken waarin de Blauwe Knop Basis werd onderzocht. Hoewel de Blauwe Knop Plus een andere verschijningsvorm van dit concept is, kan een deel van de gebruikersfeedback worden meegenomen. We kijken in dit hoofdstuk terug om een beeld te geven van de vorderingen en laten zien waar dit Blauwe Knop Plus onderzoek op ingaat. De onderzoeken hebben tot doel om de Blauwe Knop in verschillende contexten en met uiteenlopende eindgebruikers te testen, ten einde de herkenbaarheid en het gebruikersgemak van de Blauwe Knop zo veel mogelijk te kunnen garanderen. Op deze manier kan een tool ontwikkeld worden, waarmee de burger regie over zijn of haar eigen gegevens heeft en dat ook zo ervaart.

1.3.1 Blauwe Knop gebruikersonderzoek DUO

In de pilot is de Blauwe Knop DUO implementatie voor de studieschuld gegevens getoetst op gebruikersvriendelijk, privacy beleving en consent management. Resultaten van de eerste pilot casestudie duiden erop dat de gebruikersvriendelijkheid van de interface eigenlijk paradoxaal werkt. Met name het gebruiksgemak van de applicatie zorgt voor dat de gebruikers doorklikken zonder bewust na te denken over de consequenties van het delen van deze persoonlijke data. Dit terwijl ze wel de intentie hebben om voorzichtig te zijn met het delen van persoonlijke data.

De belangrijkste aanbevelingen waren:

- (a) De privacy informatie en consent explicieter te maken en voor het downloaden van eigen gegevens te plaatsen en een waarschuwing bericht voor de privacy statement te plaatsen;
- (b) Een dashboard-overzicht creëren om inzichtelijk te maken welke specifieke gegevens worden gedownload of gedeeld;
- (c) Meerdere download format opties aanbieden behalve pdf;
- (d) Het waarschuwingsbericht explicieter maken voor het informeren van gebruiker over het digitaal geldige gewaarmerkte pdf en de risico's van het downloaden van eigen gegevens op de openbare computer.

De belangrijkste bevinding was:

- Er is een privacy paradox, participanten geven aan dat zij hun privacy willen beschermen, maar klikken vervolgens snel door het proces van de Blauwe Knop en realiseren zich onvoldoende welke gegevens ze gedeeld hebben.

Op basis van deze aanbevelingen is een tweede demo van de Blauwe Knop ontwikkeld. Hierin zijn de verbeteringen doorgevoerd. Deze demo behelst een andere casus downloaden van een gewaarmerkt pdf of xml bestand met alle bij de gemeente beschikbare schuldeninformatie ten behoeve van schuldhulpverlening.

1.3.2 Blauwe Knop gebruikersonderzoek schuldhulpverlening

Een van de centrale use cases voor de Blauwe Knop is de 'intake voor de schuldhulpverlening'. Schuldenaren hebben vaak moeite om grip te krijgen op de verschillende schulden bij verschillende schuldeisers. Door de Blauwe Knop in te voeren bij verschillende schuldeisers kunnen de schuldenaren de openstaande schuld per schuldeiser downloaden. Dit schuldoverzicht kan vervolgens worden gebruikt tot een aanvraag tot schuldhulpverlening.

De belangrijkste aanbevelingen waren:

- (a) Maak de consent flow niet te eenvoudig, anders klikt de gebruiker door de flow zonder zich bewust te worden van de consequenties die het delen van deze persoonlijke data heeft.
- (b) Visualiseer welke gegevens specifiek worden gedownload/opgehaald/gedeeld om de regie op eigen gegevens te ondersteunen en de bewustwording over het delen van eigen gegevens te vergroten.
- (c) Vereenvoudig tekst en ontwerp. Gebruik kortere zinnen, puntsgewijze instructies en zet opties niet onder elkaar maar naast elkaar.

- (d) Vermijd onnodige stappen en laat de gebruiker in een keer de gegevens downloaden en/of delen, bijvoorbeeld door alle gelijk te laten zien.

De belangrijkste bevinding was:

- Online inzage in en download van het eigen schuldenoverzicht wordt als nuttig ervaren en leidt bij de doelgroep in de schuldhulpverlening tot een groter gevoel van zelfredzaamheid.

De aanbevelingen uit de eerdere onderzoeken zijn meegenomen in het ontwerp van de Blauwe Knop Plus demo. Hoe de Blauwe Knop Plus RDW – Vermij er precies uit ziet en welke ontwerpkeuzes er gemaakt zijn, is te lezen in hoofdstuk 2.

1.4 ONDERZOEKSVRAGEN

Het doel van de Blauwe Knop Plus is de regie op persoonsgegevens bij de burger vergroten, terwijl tegelijkertijd het proces van het delen van deze gegevens niet onnodig bemoeilijkt wordt. Om te testen of de Blauwe Knop Plus aan deze vereisten voldoet, worden in de volgende onderzoeksvragen gesteld.

1.4.1 Hoofdvrage

Welke ontwerpkeuzes zorgen ervoor dat mensen door middel van de Blauwe Knop Plus snel en makkelijk hun gegevens kunnen delen, terwijl ze zich tegelijkertijd realiseren welk proces ze doorlopen en in hoeverre zij regie op gegevens ervaren?

1.4.2 Deelvragen

- In hoeverre beïnvloedt de digitale vaardigheid en privacy bewustzijn van de participant of zij zich in regie voelt over eigen gegevens?
- In hoeverre beïnvloedt het ophalen en delen van gegevens via de RDW, of de participant zich in regie voelt over haar gegevens?
- In hoeverre beïnvloedt de gebruikerservaring (UX) of de gebruiker zich in regie voelt over haar gegevens?
- In hoeverre ervaart men voordeel van het gebruik van de Blauwe Knop Plus?
- Wat vindt men van het beeldmerk van de Blauwe Knop Plus?

1.5 LEESWIJZER

In hoofdstuk twee is te zien hoe de essentiële onderdelen clickable demo eruitzagen en welke ontwerpkeuzes ten grondslag lagen aan het ontwerp. Hoofdstuk drie gaat dieper in op de methodes van het onderzoek en de interviews die de basis vormen voor de waarnemingen die in hoofdstuk vier benoemd worden. Hoofdstuk vijf bevat de aanbevelingen voor het ontwerp van de Blauwe Knop, op basis van het onderzoek. Hoofdstuk zes bevat de conclusie en discussie.

2 Demo

2.1 ONTWERPKEUZES

Uit eerder onderzoek naar de Blauwe Knop Basis zijn adviezen gekomen die ook voor de Blauwe Knop Plus relevant zijn. We hebben zo veel mogelijk van de positieve punten te behouden. Er zijn tijdens het ontwerp van de clickable demo een aantal keuzes gemaakt die zorgen voor belangrijke verschillen ten opzichte van eerdere uitvoeringen van De Blauwe Knop. De belangrijkste benoemen we hier. Wat participanten hiervan vonden komt terug in de waarnemingen.

- De nieuwe versie van het logo van de Blauwe Knop is in deze demo voor het eerst gebruikt.
- Er is gekozen om na klikken op 'inloggen bij de RDW' mensen middels een 'pop-up' scherm te leiden naar DigiD.
- Bij de RDW moeten participanten expliciet toestemming geven voor het delen van de gegevens. Hierbij krijgen ze alle gegevens te zien die gedeeld worden, twee toelichtingen in een afwijkende kleur van de achtergrondkleur en moeten ze expliciet accorderen met een vinkje om de knop te activeren en om terug te keren naar de website van Verzmij.
- De zin bij het vinkje waarmee definitief akkoord wordt gegeven, bevat nogmaals samengevat het doel, de organisatie en de termijn waarvoor de informatie gedeeld wordt.
- Er is een toestemmingsoverzicht gemaakt in de MijnRDW omgeving, die de gebruiker kan inzien na het delen van gegevens.

2.2 OVERVIEW DEMONSTRATOR

De Blauwe Knop is getest aan de hand van een clickable demo. De applicatie is [hier](#) te bekijken. Voor de technische werking van de Blauwe Knop, verwijzen we naar de architectuurdocumentatie van de Blauwe Knop.

Aan de participanten wordt gevraagd de demo-applicatie te doorlopen, terwijl ze hardop denken, met de opdracht om naar de website van verzekering Verzmij te gaan. En daar met behulp van de Blauwe Knop een allriskverzekering af te sluiten voor een Volkswagen Golf. Hierbij worden niet de daadwerkelijke gegevens van de gebruiker weergegeven maar van een persona.

De participanten doorlopen verschillende stappen in de clickable demo (een deel van de belangrijkste screenshots van de schermen laten we hier zien als voorbeeld, voor de volledige demo, klik [hier](#)):

1. Verzmij homepagina
2. Verzmij overzicht van verzekeringsopties
3. Verzmij Detail 1 inloggen bij de RDW

Premie Veilig Rijden All Risk

Bereken snel en eenvoudig uw premie voor onze Veilig Rijden All Risk autoverzekering

The screenshot shows a step in a web application titled 'Uw RDW gegevens ophalen' (Step 1 / 5). The text explains that users can retrieve their vehicle and personal data from the RDW to use in an application for an All Risk insurance policy. It notes that this process is automatic and saves time by avoiding manual data entry. There is a prominent blue button labeled 'Inloggen bij de RDW' and a smaller icon of a person with a checkmark. Below the button is a link that says 'Overslaan en handmatig invullen'.

4. Inloggen met DigiD
 - a. Inlog App

- b. Inlog Gebruikersnaam – wachtwoord
5. RDW Detail
- a. Persoonsgegevens – toestemmen
 - b. Voertuig Details – toestemmen

Gebruik uw gegevens bij Verzmij

Selecteer hieronder de RDW-gegevens die u wilt gebruiken in uw verzekeringsaanvraag bij verzekeringsmaatschappij Verzmij.

Uw Voertuigen

- Golf 8 GTE 8
- Ducati Diavel 1260s

Persoonsgegevens

- Gebruik mijn persoonsgegevens

Bekijk het overzicht van uw geselecteerde gegevens



6. RDW Detail Overzicht

Uw toestemming

Voordat **Verzmij** uw gegevens kan gebruiken dient u toestemming te verlenen. De veiligheid van uw persoonsgegevens staat bij ons voorop!

- Het gaat hier om een eenmalige toestemming, die alleen mag worden gebruikt voor het doen van een aanbieding en eventueel afsluiten van een verzekering bij **Verzmij**
- U kunt de door u verleende toestemming altijd inzien in Mijn RDW
- Ik geef RDW toestemming mijn gegevens eenmalig te delen met Verzmij, met als doel het aanbieden en eventueel afsluiten van een Autoverzekering bij Verzmij.

Mijn gegevens gebruiken en terugkeren naar Verzmij



7. Verzmij Detail overzichten
- a. Detail Voertuig
 - b. Detail Persoonsgegevens

Uw RDW gegevens ophalen Stap 1 / 5 ✓

Uw voertuiggegevens Stap 2 / 5 ✓

De volgende gegevens zijn met uw toestemming verkregen via de RDW. Ontbrekende gegevens kunt u tevens aanvullen. Wilt u een ander voertuig registreren bij deze verzekeringsaanvraag dan dient u uw kenteken aan te passen. Of kunt u opnieuw beginnen.

[Uw RDW toestemming inzien](#)

Kenteken auto		Wijzigen
Merk	<input type="text" value="Volkswagen"/>	
Model	<input type="text" value="GTE"/>	

8. Vermij Verzekeringsaanbod

Einde Demo

3 Methode

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden is een kwalitatief gebruikersonderzoek ingericht. Het onderzoek bestaat uit twee onderdelen. Een enquête waarin participanten voorafgaand aan een afspraak bevestigd worden over hun digitale vaardigheid en het privacy bewustzijn. Het tweede deel bestaat uit het gebruikersonderzoek aan de hand van de clickable demo. De onderzoeker observeert hoe de participant de demo doorloopt. Participanten worden gevraagd om hierbij hardop te denken (thinking aloud). Dit wordt gevolgd door een korte vragenlijst waarin de eerste indrukken geregistreerd worden en een semigestructureerd interview waarin we dieper ingaan op de ervaringen van de participant. Aan de hand van een vooraf opgestelde vragenlijst wordt gemak in gebruik, begrijpelijkheid van de aanwezige teksten, de betrouwbaarheid die men ervaart bij gebruik van de applicatie en de Blauwe Knop besproken.

3.1 KWALITATIEF ONDERZOEK

In deze fase van het ontwerp van de Blauwe Knop is bewust gekozen voor het kwalitatief onderzoek omdat dergelijke aanpak past bij het beoogde doel en, ondanks kleinere aantallen deelnemers, rijke inzichten levert dankzij diepte-interviews en observatie data. Bij het kiezen van de participanten is gestreefd naar een goede spreiding ten aanzien van leeftijd, opleidingsniveau, digitale vaardigheden en privacy bewustzijn. Echter, gezien een relatief beperkt aantal participanten (N=16) zijn resultaten niet zonder meer te extrapoleren naar een grotere populatie.

3.2 ENQUÊTE

Om zeker te zijn van een goede spreiding in de participanten is een enquête ontwikkeld waarin getoetst wordt op drie onderdelen:

- Digitale vaardigheid, getoetst aan de hand van comfort in gebruik van veelvoorkomende digitale applicaties.
- Privacy gerichtheid, dit wordt op twee manieren getoetst:
 - o Aan de hand van vragen die gaan over acties, zoals het verwijderen van cookies en verwijderen van internetgeschiedenis.
 - o Aan de hand van een viertal stellingen waarin gevraagd wordt naar bezorgdheid over privacy. Wordt gecontroleerd of acties die de persoon uitvoert en de privacy beleving met elkaar overeenstemmen.
- Leeftijd en opleidingsniveau

De volledige enquête is te vinden in bijlage 8.

3.3 THINKING ALOUD

Bij het doorlopen van de clickable demo worden de participanten aangemoedigd tot thinking aloud: direct uitspreken wat ze denken en doen bij alle handelingen die in de demo gedaan moeten worden. Deze methode verzekert het verkrijgen van de eerste indrukken van de participant.

Participanten vertellen wat duidelijk is, maar ook wanneer ze in de war zijn of er niet helemaal uit komen. De onderzoeker observeert en geeft zo min mogelijk feedback of hulp aan de participant. De bedoeling is om, ook als participanten in de war zijn, erachter te komen welke hulp zij van een app verwachten om weer verder te komen. Bij daadwerkelijk gebruik van de app zal er immers ook geen hulp van buitenaf zijn. Observaties die de onderzoeker maakt worden genoteerd en tijdens het interview geverifieerd en uitgediept.

3.4 SEMI-GESTRUCTUREERD INTERVIEW

Aan de basis van het interview staan de theorieën over acceptatie van technologie. *Technology Acceptance Methode* (TAM). Deze methode heeft als uitgangspunt dat het gebruiksgemak van een technologie en het waargenomen nu ervan de twee belangrijkste variabelen zijn voor de acceptatie van een technologie.

Gebruikersgemak wordt gemeten aan de hand van een vereenvoudigde versie van de *System Usability Score* (SUS) vragenlijst. Nut van de applicatie wordt gemeten aan de hand van vragen in het interview.

System Usability Scale

Direct na het doorlopen van de clickable demo wordt de participanten gevraagd een korte vragenlijst in te vullen over hun ervaring. System Usability Score bestaat uit een tiental vaste vragen die worden gescoord op de Likert schaal (een vijfpuntsschaal van sterk mee oneens tot sterk mee eens).

We kiezen voor dit onderzoek een selectie van de vragen. We willen bijvoorbeeld niet het inloggen bij RDW met DigiD toetsen. De focus dus niet moet liggen op het gebruikersgemak van DigiD. Ook zijn er vragen die ingaan op hoe vaak een participant van deze applicatie gebruik denkt te gaan maken. In deze casus zal het antwoord op die vraag geen relevante informatie opleveren, omdat het afsluiten van een autoverzekering een laagfrequente actie is. We kiezen ervoor om dit soort vragen mee te nemen in het interview, waar ze gerichter gesteld kunnen worden. Daar vragen we of participanten andere voorbeelden kunnen bedenken waar de Blauwe Knop van toepassing kan zijn en of ze zich kunnen voorstellen dat ze dan opnieuw gebruik zouden maken van de applicatie.

System Usability Scale vragen

1. I think that I would like to use this system frequently.
2. I found the system unnecessarily complex.
3. I thought the system was easy to use.
4. I think that I would need the support of a technical person to be able to use this system.
5. I found the various functions in this system were well integrated.
6. I thought there was too much inconsistency in this system.
7. I would imagine that most people would learn to use this system very quickly.
8. I found the system very cumbersome to use.
9. I felt very confident using the system.
10. I needed to learn a lot of things before I could get going with this system.

De vragen die gesteld worden leggen de focus op de integratie tussen Verzmij en RDW. Hoe ervaren mensen het om heen-en-weer gestuurd te worden tussen de verschillende web-omgevingen? Vinden ze het systeem goed geïntegreerd of juist omslachtig? Hadden ze vertrouwen in het systeem en zichzelf of voelden ze dat ze veel moesten leren om het systeem te begrijpen?

Tijdens het interview worden participanten nogmaals gevraagd om alle stappen van de demo te doorlopen. Per scherm wordt stilgestaan bij wat de participant daar heeft gedaan en of ze begrepen waarom bepaalde acties nodig waren. Op belangrijke of interessante opmerkingen wordt doorgevraagd.

3.5 SELECTEREN VAN PARTICIPANTEN

Er worden zestien participanten geselecteerd met uiteenlopende achtergronden op gebied van leeftijd, opleiding, digitale vaardigheid, en privacy bewustzijn en privacy perceptie. Bij privacy bewustzijn horen vragen die ingaan op acties die een participant onderneemt om privacy te beschermen, bijvoorbeeld regelmatig verwijderen van cookies. Privacy perceptie behandelt de ervaring van de participant; hebben zij het gevoel dat hun privacy steeds meer bedreigd wordt? Bijvoorbeeld doordat ze het gevoel hebben dat overheden en bedrijven steeds actiever persoonsgegevens verzamelen?

3.5.1 Enquête

Voorafgaand aan de test ontvangen alle participanten de enquête over digitale vaardigheden en privacy bewustzijn. Op deze manier kunnen we toetsen of de groep inderdaad is samengesteld uit mensen van uiteenlopende achtergronden, kennis en kunde.

De enquête werkt met de Likertschaal, waarbij ieder antwoord wordt gescoord op een schaal van 1 tot 5. Iedere vraag weegt even zwaar. Per onderdeel wordt vervolgens op basis van de gemiddelde score een niveau laag, medium of hoog toegekend.

Score	Niveau
0 > 3	Laag
>3 <4	Medium
4 =<	Hoog

3.5.2 Spreiding

In de onderstaande tabel zijn alle respondenten opgenomen. Respondenten zijn anoniem en hebben enkel een nummer gekregen. We hebben in voorgaande onderzoeken geen onderscheid gevonden tussen mannen en vrouwen, we kiezen er daarom in dit onderzoek voor deze data niet mee te nemen. In de spreiding zien we dat er één respondent was die jonger dan 25 is, negen respondenten zaten in de leeftijdscategorie 26 tot 35, er was één respondent met een leeftijd tussen 36 en 45, in de leeftijdscategorie 46 tot 55 hebben we twee respondenten geïnterviewd, in de categorie 55 tot 65 waren geen respondenten, drie respondenten waren 65+.

Qua opleidingsniveau zijn vier respondenten geïnterviewd met een mbo-opleiding als hoogst genoten opleiding, er waren zes respondenten met een hbo-opleiding en zes van de respondenten hadden een WO-opleiding.

Eén van de respondenten geeft aan over lage technologievaardigheid te beschikken, zes respondenten schalen zichzelf op medium als het gaat om technologievaardigheid en negen respondenten geven zichzelf een hoge score als het gaat om technologievaardigheid. Als het gaat om privacy bewustzijn hebben we elf respondenten die zichzelf een lage score geven, en vijf die zichzelf een medium score geven. Kijken we echter naar privacy perceptie dan zien we dat nog maar zes respondenten zichzelf een lage score geven, zes geven zichzelf een medium score en vier geven zichzelf een score hoog.

Hier zien we de nadelen van zelfbeoordeling in enquête. Het is duidelijk dat de privacy bewustzijn score die mensen zichzelf geven soms niet overeenkomt met hun privacy perceptie. We hebben ook geen respondenten hebben die zichzelf beoordelen met een hoog privacy bewustzijn. Dit onderstreept daarom het belang van de diepte-interviews. In de interviews merken we al snel dat sommige respondenten zichzelf onderschat hebben, hun overwegingen komen wel degelijk overeen met een hoog privacy bewustzijn profiel.

Over het geheel kan gezegd worden dat de spreiding van de respondenten goed is en in lijn met de doelen van het onderzoek om vooral onder een brede populatie, met verschillende achtergronden te onderzoeken wat men van de Blauwe Knop vindt. Voor een vervolgonderzoek is het mogelijk wenselijk meer spreiding op de categorie leeftijd toe te passen. Hoewel uit voorgaand onderzoek blijkt dat leeftijd niet direct een bepalende factor is (Nederlanders over Persoonlijke Data, 2015, InnoValor).

NR.	Digitaal of fysiek	Leeftijd	Hoogst genoten opleiding	Technologievaardigheid	Privacy bewustzijn	Privacy perceptie
1	Fysiek	26-35	HBO	medium	medium	medium
2	Digitaal	26-35	HBO	hoog	laag	laag
3	Fysiek	46-55	HBO	medium	laag	hoog
4	Fysiek	26-35	WO	hoog	laag	laag
5	Digitaal	26-35	WO	hoog	medium	hoog
6	Digitaal	46-55	HBO	medium	laag	medium
7	Fysiek	18-25	WO	hoog	medium	hoog
8	Digitaal	26-35	WO	medium	laag	medium
9	Fysiek	65+	MBO	laag	laag	medium
10	Fysiek	65+	MBO	medium	laag	laag
11	Digitaal	26-35	MBO	medium	laag	hoog
12	Digitaal	26-35	WO	hoog	laag	laag

13	Digitaal	36-45	HBO	hoog	laag	medium
14	Digitaal	26-35	WO	hoog	medium	laag
15	Digitaal	26-35	MBO	hoog	laag	medium
16	Digitaal	65+	HBO	hoog	medium	laag

3.5.3 Digitaal afnemen van gebruikersonderzoek

Dit onderzoek vond plaats in het voorjaar van 2020. Als gevolg van de uitbraak van Covid-19 hebben we daarom te maken met afwijkende regelgeving. Niet noodzakelijk reizen en bij elkaar op bezoek gaan wordt afgeraden, ook geldt dat men op 1,5 meter afstand van elkaar moet blijven. Om aan de veiligheidsnormen te voldoen kiezen we ervoor om een groot deel van de interviews digitaal af te nemen. In sommige gevallen kan een veilig fysiek interview gedaan worden. Soms kiezen we voor een fysiek interview omdat het installeren en werken met videobellen en scherm delen voor respondenten een probleem is. We willen de feedback van deze groep wel graag meenemen, ook hier staat veiligheid voorop.

Als onderzoekers hebben we het digitaal afnemen van de demo als positief ervaren. Door het delen van het scherm konden we veel directer meekijken op het scherm van de gebruiker dan wanneer we ernaast zitten. Dit, in combinatie met de thinking aloud methode zorgde ervoor dat we heel nauwkeurig konden volgen hoe participanten met de app omgingen. De resultaten van het gebruikersonderzoek zijn naar verwachting niet beïnvloed door het digitaal afnemen van het interview.

4 Waarnemingen

Dit hoofdstuk beschrijft de waarnemingen die gedaan zijn gedurende het onderzoek. Deze waarnemingen zijn afkomstig uit de zestien interviews die afgenomen zijn. Wat ons daarbij als onderzoekers meteen opvalt is de veelheid aan ideeën en meningen die naar voren komen. Voor iedere positieve ervaring krijgen we ook kritische opmerkingen en voor iedere participant die geen teksten leest spreken we iemand die alles minutieus uitpluist.

Deze veelheid aan observaties en antwoorden hebben we leesbaar gemaakt door per ‘thema’ de waarnemingen op een rij te zetten:

- Eerste indruk
- Tekst en toelichting
- Vertrouwen
- Bewustzijn
- Controle
- Privacy

In hoofdstuk 5 wordt samengevat wat deze waarnemingen betekenen voor de ontwerpkeuzes.

4.1.1 Generalisatie en causale verbanden

Hoewel we er naar gestreefd hebben een zo gevarieerd mogelijke groep te creëren (participanten komen uit verschillende leeftijdscategorieën, hebben verschillende opleidingsniveaus, uiteenlopende digitale vaardigheid en verschillende privacy beleving), kunnen uit dit onderzoek geen causale conclusies getrokken worden. Ook kan niet gesproken worden van een representatie van de Nederlandse samenleving. Dankzij de onderzoeksmethode (zie hoofdstuk 3) is de groep is wel voldoende groot en gevarieerd om een goede basis te bieden voor de adviezen over de ontwerpkeuzes voor de Blauwe Knop. De adviezen kunnen bijdragen aan een ontwerp van de Blauwe Knop Plus, die mensen snel en makkelijk hun gegevens laat delen, terwijl ze zich tegelijkertijd realiseren welk proces ze doorlopen en welke impact dit heeft op hun privacy.

4.2 EERSTE INDRUK

Nadat we de clickable demo² met de participanten hebben doorlopen, vragen we hen over hun algemene indruk. Wat ging goed? Wat kon beter? Snapt men waarom bepaalde handelingen, zoals inloggen met DigiD, verricht moeten worden?

In het algemeen kan gezegd worden dat men de applicatie als gebruiksvriendelijk ervaart. De Blauwe Knop is eenvoudig in gebruik, mooi geïntegreerd, makkelijk en scheelt een hoop gedoe met invullen van persoonsgegevens en/of opzoeken van de voertuiggegevens. Ook geven alle participanten in de aan dat ze zich zelfverzekerd voelen in het gebruik van de Blauwe Knop.

Iedereen ziet het DigiD logo als een teken van veiligheid en betrouwbaarheid. Men is bekend met DigiD en iedereen snapt waarom inloggen met DigiD nodig is. Sommige gebruikers geven hier wel aan weerstand te voelen.

“Ik moet mijn wachtwoord zoeken want die ben ik altijd vergeten.”

Op de vraag wat de Blauwe Knop gedaan heeft komt in de meeste gevallen een juist antwoord. “De Blauwe Knop heeft de gegevens opgehaald bij RDW en bij de verzekeraar erin gezet.” of “Blauwe Knop slaat de brug”, “[De Blauwe Knop] was de connectie tussen RDW en Verzmij.” Voor enkele participanten is het onduidelijk dat de Blauwe Knop enkel dat doet, of ze vragen zich af waarom een “nieuwe partij” geïntroduceerd wordt. Of de Blauwe Knop ook informatie opslaat.

² Voor meer informatie over de demo, zie Hoofdstuk 2

“Als DigiD erbij zit dan is het van jezelf, vanuit je eigen kluis.”

Hoewel alle participanten de clickable demo geheel doorlopen, geven een aantal wel aan dat ze de Blauwe Knop nog niet vertrouwen. Dit zou ertoe kunnen leiden dat mensen afhaken in het proces. In de onderzoekssetting kiest geen van de participanten ervoor om de aanvraag te staken, één respondent maakt duidelijk ongenoegen kenbaar. Opvallend is ook dat we een aantal keer de reactie krijgen dat men de Blauwe Knop vertrouwt omdat deze met DigiD verbonden is. Alle participanten laten weten dat, nu ze de Blauwe Knop een keer gebruikt hebben, ze er wel voor open staan om hem te gebruiken als ze hem ergens tegen zouden komen. Voor een aantal participanten is grotere bekendheid, van de Blauwe Knop hierbij wel een must.

“Je zou ook eerst meer bekendheid moeten creëren, door een reclamecampagne bijvoorbeeld.”

Grotere bekendheid is ook belangrijk voor herkenbaarheid van het beeldmerk. Dit wordt door participanten vaak niet direct opgemerkt. Wanneer we vragen stellen over het beeldmerk geven participanten aan in het beeldmerk wel het idee van veilig gegevens delen of van persoonlijke gegevens delen herkennen.

4.3 TEKST EN TOELICHTING

In deze clickable demo testen we opnieuw de teksten en toelichting die gegeven worden bij het doorlopen van het proces van data delen. Eerder onderzoek toonde aan dat teksten te lang of te complex waren. Dit leidde tot het niet lezen van teksten of instemmen met voorwaarden zonder goed te snappen wat er gebeurt. Wat afbreuk geeft aan gevoel van regie. In deze nieuwe demo hebben we de teksten korter en eenvoudiger gemaakt. Met het doel dat participanten zich zelfverzekerder voelen in het gebruik van de Blauwe Knop.

4.3.1 Algemene beoordeling van de teksten

Over het algemeen geeft men aan dat er voldoende informatie aanwezig is om een beslissing te nemen over het delen van de voertuig- en de persoonsgegevens. Wanneer er toch iets niet duidelijk is gaan participanten op zoek naar aanvullende informatie binnen de demo. We hoeven gedurende de demo niemand te helpen om het proces te doorlopen.

“Vanwege privacy. Ik wil gewoon weten wat er gebeurt”

Leesgedrag is erg verschillend tussen participanten. Een aantal mensen geeft aan alles door te (willen) lezen. Vijf participanten geven aan de aanvullende informatie over de Blauwe Knop te willen lezen “dat staat er niet voor niets” aldus één van de participanten. Andere participanten laten weten dat ze altijd weinig lezen, ook als het gaat om (delen van) persoonsgegevens, ook wanneer het niet gaat om een demo. Zij lezen alleen het hoognodige. Een tweetal participanten die niet graag lezen geven aan dat ze zeer doelgericht door het proces lopen. Ze weten hoe ze door de applicatie heen moeten klikken, als ze vastlopen gaan ze opzoek naar de snelste manier om door te kunnen.

“Oudere mensen lezen daarbij misschien ook meer, wij (jongeren) klikken eerst.”

Dergelijk gedrag komt vaker terug in observaties. Dit merken we bijvoorbeeld op de RDW detail pagina, waar een aantal wel invullen dat voertuiginformatie gedeeld mag worden, maar het hokje voor persoonlijke informatie leeglaten. Als we vragen waarom blijkt niet een weloverwogen beslissing, maar hebben ze het niet zien staan. Participanten geven aan dat de knop om door te gaan naar de volgende pagina was geactiveerd, wat werd ervaren als een melding dat het op deze pagina ‘klaar’ was.

4.3.2 RDW Detail pagina

Op deze pagina was het voor participanten vaak onduidelijk welke informatie er gedeeld zou worden met Verzmij. Het was voor de participanten in eerste instantie ook onvoldoende duidelijk dat ze op de volgende pagina nog een overzicht zouden krijgen van de data die gedeeld wordt. Een aantal participanten twijfelt hierdoor bij het aanvinken.

Het zou wel beter zijn als je bijvoorbeeld zegt. "Gebruik de bovenstaande persoonsgegevens."

Wanneer we participanten erop wijzen dat ze hier enkel een selectie van de gegevens zien die RDW heeft wordt het vaak duidelijker dat ze hier enkel de gegevens zien die ze gaan delen. Een tip die gegeven wordt is, om expliciet aan te geven dat het gaat om de bovenstaande data. Een andere participant geeft aan dat het voor hem een verbetering zou zijn wanneer de informatie en het vakje voor aanvinken bij elkaar te gezet worden. Zo ontstaat een koppeling tussen de informatie en de actie van het delen.

"De gegevens en vinkjes zou ik bij elkaar zetten, zodat je dan meteen kan geven dat je het wilt delen. Het stond nu wat ver van elkaar af, dat was wat onduidelijk."

Daarnaast waren er vragen over de dataset. Participanten die meer of recent ervaring hebben met verzekering afsluiten, geven vaker aan dat ze de gegevens die gedeeld moeten worden logisch vinden. Anderen nemen aan dat het delen van de gegevens wel goed geregeld zal zijn door de Blauwe Knop, DigiD of vanwege de AVG.

The screenshot shows a web interface with a dark orange header. Below it, there are three main sections:

- Uw voertuigen**: A section titled "Uw bij de RDW geregistreerde voertuigen" containing two dropdown menus. The first is set to "Volkswagen Golf GTE" and the second to "Ducati Diavel 1260S".
- Uw persoonsgegevens**: A section displaying personal information: "Joost Willem Dijkstra", "Geboortedatum: 10-10-1980", "J. van Doornstraat 23", "5432 AH Amsterdam", "Nederland".
- Gebruik uw gegevens bij Verzmij**: A section with the instruction "Selecteer hieronder de RDW-gegevens die u wilt gebruiken in uw verzekeringsaanvraag bij verzekeringsmaatschappij Verzmij." It contains two checkboxes: "Uw Voertuigen" (with sub-items "Golf 8 GTE 8" and "Ducati Diavel 1260s") and "Persoonsgegevens" (with sub-item "Gebruik mijn persoonsgegevens"). Below these is a button labeled "Deel het overzicht van uw geselecteerde gegevens" with a share icon.

At the bottom, there is a section titled "Over de RDW" with a small paragraph of text.

4.3.3 RDW Detail Overzicht

← Terug vorige pagina

Uw overzicht

Hieronder ziet u welke gegevens met Verzmij gedeeld worden

Uw voertuiggegevens

Kenteken	58-PZH-4
Merk	Volkswagen
Handelsbenaming	Golf GTE
Uitvoering	Business Edition
Brandstof	Benzine / Elektrisch
Bouwjaar	2020
Gewicht	1.499 kg
Cataloguswaarde	€44.699,00
Voertuigcategorie	Personenauto
APK-vervaldatum	22-09-2020
Jaar laatste registratie	2020

Uw persoonsgegevens

Aanhef	Dhr.
Voorletters	J.W.
Achternaam	Dijkstra
Geboortedatum	10-10-1980
Straatnaam	J. van Doornstraat
Huisnummer	23
Postcode	5432 AH
Plaats	Amsterdam

Uw toestemming

Voordat Verzmij uw gegevens kan gebruiken dient u toestemming te verlenen. De veiligheid van uw persoonsgegevens staat bij ons voorop!

- Het gaat hier om een eenmalige toestemming, die alleen mag worden gebruikt voor het doen van een aanbieding en eventueel afsluiten van een verzekering bij Verzmij
- U kunt de door u verleende toestemming altijd inzien in Mijn RDW
- Ik geef RDW toestemming mijn gegevens eenmalig te delen met Verzmij, met als doel het aanbieden en eventueel afsluiten van een Autoverzekering bij Verzmij.

Mijn gegevens gebruiken en terugkijken naar Verzmij

Over de RDW
De RDW is een publieke dienstverlener in de mobiliteitsketen. De RDW beschikt over een grote expertise door jarenlange ervaring met de uitvoering van wettelijke en opgedragen taken. Taken op het gebied van toelating van voertuigen en onderdelen daarvan, toezicht en handhaving, registratie.

Deze pagina wordt door alle participanten als duidelijk en overzichtelijk ervaren. Over het algemeen is men positief over de elementen. De participanten die op de vorige pagina onduidelijk vonden welke gegevens ze gingen delen waren blij dat ze deze hier konden controleren.

Er wordt vaak gezegd dat de groene blokjes duidelijke informatie geven. Hoewel niet iedereen ze leest. Een tip is om de blokken een titel te geven. Twee participanten zijn minder positief over de vormgeving, ze geven aan dat de groene kleur en de vinkjes hen een gevoel geven dat het allemaal OK is en dat ze het laatste vinkje zonder zorgen kunnen aanklikken.

Onderaan de pagina vinden we opnieuw het Blauwe Knop logo, het teken dat we hier daadwerkelijk de data gaan delen. De tekst hierbij is voor onze participanten duidelijk. Het feit dat je niet zomaar door kunt en dat er geen dingen vooraf ingevuld zijn ervaart men als positief. Zelfs de participanten die weinig lezen, lezen deze laatste zin. Het is dus belangrijk deze goed te formuleren.

“Ik verwacht eigenlijk dat de tekst waar ik het vinkje voor zet alle informatie bevat die ik nodig heb om de keuze te maken voor het delen.”

In eerste instantie lijken de participanten te snappen dat het gaat om eenmalig delen van de informatie en voelen zich zelfverzekerd in het zetten van deze stap. Een van de vragen die nog we krijgen is: “Kun je ook meerdere sessies tegelijkertijd open hebben staan om een vergelijking te maken tussen aanbiedingen?”

4.3.4 Pop-ups

Een andere wijziging ten opzichte van de vorige demo's zijn pop-ups. Deze hebben we ingevoerd om de transitie tussen

de webomgeving van Verzmij en DigiD (en terug) duidelijker inzichtelijk te maken. Het grootste deel van de participanten ervaart de pop-ups ook zo en vindt ze positief en informatief. Een van de participanten is dyslectisch en geeft aan dat teksten die slechts voor een bepaalde periode te lezen zijn een no-go zijn. Het lukt eigenlijk nooit om de teksten te lezen voordat ze weer verdwenen zijn.

4.4 VERTROUWEN

Essentieel bij de Blauwe Knop is het creëren van vertrouwen in het proces waarin een gebruiker toestemming geeft voor het downloaden of delen van data. In de ontwikkeling van de clickable demo hebben we veel aandacht besteed aan het creëren van bewustzijn rondom het toestemming geven. Onder andere door barrières op te werpen zodat mensen niet zonder nadenken kunnen doorklikken. Participanten geven expliciet aan welke datasets ze willen delen, krijgen vervolgens de kans om deze in een overzicht nog eens te controleren en aanpassen.

Participanten hebben dus een zekere invloed op de data die gedeeld wordt. Echter, de dataset wordt niet door hen bepaald. Uiteindelijk kunnen participanten dus kiezen om wel of niet hun voertuig- en/of persoonsgegevens te delen. Dit vraagt een zeker vertrouwen van de participanten ten opzichte van de Blauwe Knop, RDW en Verzmij.

Een drietal participanten laat expliciet weten dat ze normaal regelmatig de URL van de website checken of zelfs de certificaten van Verzmij en RDW zouden checken voordat ze de data zouden delen.

4.4.1 Vertrouwen in Verzmij

Vooral het vertrouwen in DigiD is groot en de Blauwe Knop profiteert hiervan, als direct gelieerde partij. Een aantal participanten geeft aan dat ze Verzmij vertrouwen omdat het de Blauwe Knop op de website heeft. Vaak houdt het vertrouwen echter op bij de verzekeraar. Deze wordt als een “zwart gat” ervaren, onbetrouwbaar genoemd. We krijgen we enkele vragen over tracking cookies bij Verzmij en mogelijkheden om analyses uit te voeren op de ingevulde data. Een participant wil weten of Verzmij de informatie ook kan gebruiken om reclame te sturen? We krijgen meerdere keren de vraag, hoe lang is eenmalig? Worden de gegevens bij Verzmij opgeslagen? Wat betekent het dat Verzmij een aanbieding doet?

“Als de offerte een week geldig is, dan slaan ze die gegevens toch een week op. Daar heb ik natuurlijk geen akkoord voor gegeven, maar dat kan ik ook niet zien of ze het niet doen.”

Participanten noemen DigiD en Blauwe Knop als vertrouwde partijen die in de gaten moeten houden dat er niet te veel informatie gedeeld wordt. Eén participant vindt dat Verzmij hier ook bij betrokken moet worden. Vraag Verzmij op voorhand wordt om zelf goed en kritisch over na te denken over de data die ze nodig hebben in plaats van de data die ze willen hebben.

“Ik ga ervan uit dat RDW alleen deelt wat noodzakelijk is, omdat zij info niet verkopen. Dus dat RDW ook echt de vinger aan de pols houdt wat betreft correctheid van de gegevensset.”

Na een aantal van de vele interviewvragen over data delen, begint een aantal kritische participanten de hoeveelheid gegevens die ze moesten delen in twijfel te trekken. Ze geven bijvoorbeeld aan dat ze vinden dat ze te veel informatie moeten geven voor een aanbieding. Een drietal laat weten dat ze liever eerst een (indicatieve) prijs hadden gezien voordat ze persoonlijke informatie moesten delen. Verzmij zou voor de offerte toch moeten kunnen volstaan met een kleine set autogegevens en minimale set aan persoonsgegevens. Eén participant geeft aan enkel data te delen wanneer het gaat om het afsluiten van de verzekering.

“Hebben ze echt het volledige adres nodig? Zouden ze met alleen de postcode niet genoeg hebben?”

Anderen vinden het prima om alle gegevens te delen, “ze komen er toch wel achter”. Enkele participanten hebben op dit vlak ook veel vertrouwen in de AVG en dat Verzmij deze correct zal navolgen.

4.5 BEWUSTZIJN

De meeste participanten voelen zich bewust met betrekking tot het geven van toestemming voor het delen van hun data. Hier doen we ook een interessante ontdekking. Participanten definiëren ‘toestemming’ geven verschillend, sommigen benoemen het drukken op de Blauwe Knop en inloggen met DigiD als toestemmen. Eén participant geeft aan: bij het aanvinken van de gegevens die je gaat delen (RDW Detail) geef je toestemming aan RDW. Bij het tweede scherm geef je toestemming aan de Verzekeringsmaatschappij om de gegevens te gebruiken. Nog een ander geeft aan “ik moest drie keer ‘Ja’ zeggen”. Dit had invloed op het bewustzijn rondom het delen van data.

“Ik was me erg bewust van het feit dat ik data aan het delen was. Ik moest eerst al drie keer ‘Ja’ zeggen.”

Verder horen we verschillende meningen als het gaat om hoe makkelijk men data deelt. De ene groep participanten geeft aan niet het gevoel te hebben dat ze hun data te makkelijk deelden. Je gaat niet naar zomaar een website “...je bent bij de overheid.” Anderen ervaren juist dat ze te snel toestemming gaven. Deze participanten geven aan dat ze DigiD vertrouwen en daardoor makkelijker delen of makkelijker doorklikken. Deze groep ervaart dus precies het tegenovergestelde en ze geven in het interview aan dat ze liever wat kritischer hadden nagedacht.

“Eigenlijk ging het iets te makkelijk.”

We willen ook graag van participanten horen hoe zij denken dat we bewustzijn over de data kunnen vergroten. We leggen daarom een ander voorstel voor. Wat zou men ervan vinden om per datapunt, zelf zouden kunnen

bepalen welke data ze willen delen. Hierop geven twee participanten aan dat ze hierin geïnteresseerd zouden zijn en dat dit voor hen het gevoel van controle zou vergroten. De meeste anderen geven echter aan dat dit het proces dermate zou vertragen dat ze dan zouden opteren om de informatie zelf in te vullen omdat het 'niet de moeite' is om de Blauwe Knop te gebruiken. Wellicht in meer complexere casussen, maar voor dit voorbeeld lijkt deze oplossing niet van toepassing.

Je doet het voor gemak. Als dit evenveel werk is als opzoeken en handmatig invullen, dan kun je dat net zo makkelijk doen

4.6 CONTROLE

Over het algemeen kan gezegd worden dat participanten tevreden zijn met de controle die ze ervaren in het doorlopen van de stappen in de clickable demo. Juist de stappen in de demo waar we de participant expliciet vragen om gegevens te controleren worden door veel participanten als positief ervaren.

“Het feit dat je kunt uitvinken [welke data je deelt] dat geeft wel controle.”

Participanten geven aan dat ze door de Blauwe Knop het gevoel krijgen de baas te zijn over hun eigen gegevens. “Bij iedere stap wordt er gedeeld wat er gedeeld wordt en dat geeft een gevoel van controle.” Men ervaart ook controle omdat ze zelf kunnen aangeven welke gegevens ze willen delen, of omdat ze het vonden dat het duidelijk was. Een enkeling zou meer invloed willen hebben op het datadelen “Nu kon ik accorderen of niet accorderen.” Voor sommige participanten gaf inzicht in het proces ook een gevoel van controle. In dit geval wordt expliciet gemaakt welke gegevens allemaal gedeeld worden.

“Bij iedere stap wordt er gedeeld wat er gedeeld wordt en dat geeft een gevoel van controle.”

4.6.1 Toestemming Inzien

De clickable demo introduceert voor participanten ook de mogelijkheid om hun toestemmingen in te zien. Met welke partijen is data van de RDW gedeeld, hoe lang, is het delen nog actief, de optie om delen stop te zetten, etc. We geven in deze demo nog niet al deze opties, maar onderzoeken hoe participanten het ervaren om de gedeelde data tussen RDW en Verzmij terug te kunnen zien. Het inzien van de toestemming geeft participanten, over het algemeen, een groter gevoel van controle.

Voor enkele participanten was het onduidelijk hoe ze weer in de 'MijnRDW'-omgeving terecht waren gekomen. Er was ook verwarring doordat de rijbewijsgegevens binnen MijnRDW getoond werden. Hierdoor dachten meerdere participanten deze gedeeld te hebben. Toch is men over het algemeen positief over de optie. We krijgen de feedback terug dat het goed is dat men op deze manier kan inzien welke data gedeeld is, hoe lang en met welke partijen. “Als er dan een gekke partij tussen staat, waar je geen toestemming hebt gegeven, dan kun je dat zien.” Aldus een van de participanten.

“Ik kan nu ook bij de RDW inzien dat ik het [de data] ooit gedeeld heb. Als je het zelf invult, dan moet je je dat ook maar weer herinneren.”

4.6.2 Langer dan eenmalig datadelen

Daarnaast spreken we met participanten over de mogelijkheid om gegevens langere tijd te delen. Dit is nu in de demo nog niet mogelijk.

Over delen voor onbepaalde tijd zijn de meningen verdeeld. Sommige mensen twijfelen, ze hebben vaak onvoldoende beeld van de voordelen of de gevolgen van langer delen van de data. Anderen zijn zeer stellig. Het lijkt hen onverstandig of ze denken dat het onoverzichtelijk wordt wie toegang heeft tot de data. Eén participant geeft aan in de app liever meer gemak te hebben dan privacy, onder de voorwaarde dat het delen altijd eenmalig is. Een derde groep participanten is nieuwsgierig naar de mogelijkheden van langer delen van de data. Zij staan er wel voor open om hun data ook langer te delen.

Eerste ervaringen met het inzien van de gedeelde data lijken dus positief. Wel is het zo dat veel participanten gewezen moeten worden op de optie. Ze hebben soms helemaal niet gezien dat de mogelijkheid er is, of ze hebben het wel ergens gelezen, maar niet gezien/onthouden waar. Eén van de participanten geeft aan dat we hier goed gebruik kunnen maken van de Berichtenbox die MijnOverheid al gebruikt.

“Ik zou wel een berichtje in de berichtenbox willen hebben, dat ik die toestemming heb gegeven.”

Een voordeel van langer data delen, of makkelijker datadelen dat wordt genoemd door één van de participanten is: het scheelt een stuk als je niet bij iedere partij je adres opnieuw hoeft door te geven. In geval van een klantrelatie met Verzmij zou het voor deze participant best denkbaar zijn dat, wanneer de overheid een adreswijziging verwerkt, ze opnieuw een voorstel doen voor datadelen met bekende partijen, enkel voor de gewijzigde gegevens.

4.7 PRIVACY

Naast gevoel van controle willen we toetsen dat participanten bij het gebruik van Blauwe Knop privacy ervaren. Wanneer we participanten vragen wat ze in het algemeen belangrijker vinden, privacy of gemak, krijgen we ook verschillende antwoorden. Enkele participanten geven aan dat ze eigenlijk altijd makkelijk hun gegevens delen. Anderen geven toe dat ze eerder voor gemak kozen maar onder invloed van nieuws of mensen in hun omgeving in recente jaren hun gedrag veranderd hebben en hun gegevens meer beschermen. Een derde groep verteld ons dat ze voor de ervaring van gemak wel privacy zouden opgeven. Daarnaast is er een groep die aangeeft juist privacy heel belangrijk te vinden “ik zit ook niet op Facebook.” Eén van de participanten laat weten: “Ik zie eigenlijk alleen voordeel voor de verzekeraar, geen kans op fouten en een makkelijke manier om veel data te verzamelen.”

“Over het algemeen heb ik liever meer gemak. Ik denk dat ik wel misleid zou kunnen worden.”

Het verschilt echt per persoon wat men belangrijk vindt. Het zal daarom moeilijk zijn om een ‘one size fits all’ oplossing te realiseren waarmee iedereen een gevoel van privacy ervaart. In deze iteratie lijkt het aantal stappen in combinatie met het overzicht dat RDW geeft van de dataset die gedeeld wordt en het feit dat men toestemmingen kan inzien, in sterke mate bij te dragen aan een gevoel van controle en privacy.

Andere voordelen of gemak van de Blauwe Knop, naast het automatisch invullen van de gegevens, dat participanten noemen is: het helpt tegengaan van verzekeringsfraude (grotere kans dat de juiste gegevens ingevuld worden) en het voorkomt typfouten.

“Privacy. Niet iedereen hoeft alles te weten.”

4.7.1 Verhoogt Blauwe Knop gevoel van privacy?

Vier participanten geven aan dat ze minder privacy voelen bij gebruik van de Blauwe Knop dan wanneer ze de gegevens handmatig / zelfstandig ingevuld zouden hebben. Een participant geeft het voorbeeld dat ze bij zelfstandig invullen altijd precies kijkt welke velden verplicht zijn en welke niet. Echter, “als het standaard staat ingevuld dan ga je het niet meer weghalen.”

Aan de andere kant spreken we echter vijf participanten die aangeven dat de Blauwe Knop, voor hun gevoel, niet meer of minder privacy geeft dan wanneer ze de gegevens handmatig ingevuld hadden. “Het zijn dezelfde gegevens.”

Wat opvalt als het gaat over privacy is de impact van het feit dat er onduidelijkheid is over de dataset die gedeeld wordt. Participanten geven aan dat het logisch lijkt dat deze gegevens nodig zijn voor het afsluiten van een verzekering.

“Ik ben hier misschien ook wel naïef in, maar het lijkt de info die je nodig hebt voor deze aanvraag dus dan lijkt het wel prima.”

Sommige participanten geven aan recent een auto verzekerd te hebben, waardoor ze met zekerheid kunnen zeggen dat de gegevens die worden uitgevraagd kloppen met hun ervaring. Anderen hebben echter niet recent of nog niet een autoverzekering afgesloten, waardoor er onzekerheid is over de gegevens-set die RDW deelt met Verzmij.

Positief is dat de meeste participanten toch aangeven de Blauwe Knop in de toekomst wel weer te zullen/willen gebruiken. Verschillende gebruikers zullen verschillende redenen hebben om voor de Blauwe

Knop te kiezen. Uit ons onderzoek komt naar voren dat zowel het vertrouwen in de Blauwe Knop en DigiD, als het gemak dat de Blauwe Knop kan brengen een belangrijke rol speelt in deze beslissing.

5 Aanbevelingen

Om de bevindingen en aanbevelingen te structureren geven we eerst antwoord op de deelvragen en vervolgens de hoofdvraag, zoals gesteld voorafgaande aan het onderzoek.

5.1 DEELVRAGEN

- In hoeverre beïnvloedt de digitale vaardigheid en privacy bewustzijn van de participant of zij zich in regie voelt over eigen gegevens?

De verwachting was dat hier een correlatie zichtbaar zou worden. Op deze schaal is echter moeilijk te bepalen in hoeverre de eigenschappen elkaar beïnvloeden.

Uit de interviews en observaties komt naar voren dat met name het privacy-bewustzijn van de participant een rol speelt. Participanten die gemak verkiezen boven privacy, klikken door de applicatie zonder er lang bij stil te staan. Terwijl mensen die aangeven privacy bewust te zijn, met name meer lezen en controleren. In beide groepen geven participanten aan dat het gebruik van de Blauwe Knop gemakkelijk is. Digitale vaardigheid, leeftijd of opleiding lijken het gevoel van regie in dit geval minder te beïnvloeden.

Deze waarnemingen zouden getest moeten worden op grote schaal om te kunnen bevestigen.

- In hoeverre beïnvloedt het ophalen van gegevens bij de RDW of de gebruiker zich in regie voelt over haar gegevens?

Regie wordt met name gevoeld door de mogelijkheid om meermaals te controleren welke gegevens men deelt. Ook de mogelijkheid achteraf de toestemming in te zien draagt hier sterk aan bij. Het gevoel van regie is niet zozeer specifiek verbonden aan de RDW, maar komt met name voort uit het gebruik van het DigiD beeldmerk en de associatie die de participanten hebben met betrekking tot 'de overheid'. Deze roepen een gevoel van vertrouwen op. Een van de genoemde voorwaarden voor vertrouwen, voor sommige participanten, is dat er afspraken gemaakt zijn tussen RDW en de verzekeraar met betrekking tot de data. Dat er bijvoorbeeld niet meer persoonsgegevens worden uitgevraagd dan noodzakelijk. Hierbij wordt verwacht dat er een controle heeft plaatsgevonden door de vertrouwde partij, in dit geval RDW, en dat die zorgen dat het goed zit.

A1. Leg kort en helder uit welke afspraken gemaakt zijn tussen Verzmij en RDW en wat dit betekent voor de gegevens die de persoon deelt.

- In hoeverre beïnvloedt de gebruikerservaring (UX) of de gebruiker zich in regie voelt over haar gegevens?

De invloed van de gebruikerservaring op het gevoel van regie is groot. Hierbij gaat het om de teksten en toelichting, evenals de manier waarop deze worden weergegeven. We benoemen de belangrijkste aanbevelingen betreft de UX in de hoofdvraag.

- In hoeverre ervaart men voordeel van het gebruik van de Blauwe Knop Plus?

Er wordt door diverse deelnemers aangegeven dat ze voordeel zien in het gebruik van de Blauwe Knop. Voor zichzelf, om fouten te voorkomen en vanuit gemak. En voor de andere partij, tegen verzekeringsfraude en ook hier om tyfouten te voorkomen. Door een aantal personen wordt echter aangegeven dat ze de gegevens gemakkelijk zelf kunnen invullen in deze specifieke situatie. Participanten geven aan voordeel te zien wanneer er vanuit meerdere plaatsen gegevens opgehaald moet worden. Genoemde voorbeelden zijn onder andere een hypotheekaanvraag of bijstandsaanvraag.

A2. Bedenk of het voordeel in de beoogde casus, opweegt tegen het zetten van de extra stappen voor het delen van authentieke gegevens.

⦿ Wat vindt men van het beeldmerk van de Blauwe Knop Plus?

Het beeldmerk roept op zichzelf nog geen gevoel van vertrouwen of herkenning op voor de participanten. Het wordt als een 'nieuwe' partij gezien. Zeker wanneer we dit vergelijken met de reactie op het beeldmerk van DigiD, een oude vertrouwde. Dit is begrijpelijk gezien het beeldmerk nieuw is voor de participanten. Men geeft aan dat, wanneer het beeldmerk vaker terug zou komen in andere situaties en processen, het wel herkend zou worden.

Het beeldmerk is wel duidelijk en wordt begrepen. Woorden als keurmerk, (beveiligd) gegevens delen en persoon worden in bij navraag genoemd. Dit komt overeen met de intentie waarmee het beeldmerk is ontworpen.

A3: Herhaling en zichtbaarheid van het beeldmerk is nodig, om vertrouwen en herkenning te stimuleren.

5.2 HOOFDVRAAG

Welke ontwerpkeuzes zorgen ervoor dat mensen door middel van de Blauwe Knop Plus snel en makkelijk hun gegevens kunnen delen, terwijl ze zich tegelijkertijd realiseren welk proces ze doorlopen en welke impact dit heeft op hun privacy?

5.2.1 Wat gaat al goed?

In sommige gevallen is de informatie bij de vinkjes de enige informatie die gelezen wordt. Wanneer mensen alleen dit lezen moeten ze nog steeds weten wat er gebeurt met de gegevens. De tekst en acties die nodig zijn bij de laatste 'vink' om toestemming te geven is daarom zeer belangrijk.

A4. Zorg dat de zin, die verbonden is aan het definitief toestemming geven, volledig en duidelijk is, wat betreft termijn en doelbinding.

Het proces van inloggen en toestemming geven werd als gemakkelijk ervaren. De pop-up die getoond werd droeg bij aan het begrip dat er verschillende partijen betrokken zijn. Daarnaast gaven participanten aan het fijn te vinden dat er meermaals een overzicht van de te delen gegevens werd getoond.

A5. Behoud de huidige flow in het proces van inloggen, toestemming geven en bieden van overzicht.

De vormgeving en interactie worden over het algemeen positief ontvangen. Met name het feit dat knoppen zijn niet geactiveerd voordat personen een actie ondernemen lijkt effectief. Het voorkomt onbewust doorklikken en draagt daardoor bij aan het gevoel van regie. Hierdoor gaat men ook daadwerkelijk gegevens meerdere controleren.

A6. Behoud het gebruik van niet-aanklikbare knoppen en de meermaals controle van gegevens.

5.2.2 Wat kan verbeterd worden?

Het was niet voor alle participanten duidelijk wat ze gingen doen door op de Blauwe Knop te klikken. De mogelijkheid om meer te lezen over de werking van de Blauwe Knop was een wens. De intentie bestaat al om in een dergelijke tekst te voorzien, echter is dit in deze clickable demo nog niet gerealiseerd of getoetst.

A7. Biedt een korte heldere tekst aan waarnaar verwezen kan worden, die uitlegt wat de Blauwe Knop doet.

Participanten willen graag meer weten over de Blauwe Knop. Een korte introducerende zin kan helpen in het scheppen van een helder beeld van de Blauwe Knop en wat het doet en niet doet.

A8. Biedt bij de Blauwe Knop in één heldere zin een korte toelichting.

DigiD en overheid staan bekend als betrouwbaar en wekken vertrouwen. Als we kijken naar de kritische vragen die we krijgen, dan gaan deze in veel van de gevallen over Verzmij. Mocht de dienstverlener waar gegevens mee uitgewisseld worden deze onverhoopt toch misbruiken, dan kan dit mogelijk negatief uitstralen op de uitvoerder of gemeente die betrokken is in het proces.

A9. Zorg voor vertrouwen in de gehele keten. Onderzoek wat hierin wenselijk en haalbaar is.

Er is onduidelijkheid welke gegevens precies gedeeld worden en waarom. In de huidige demo is ervoor gekozen een voorgeselecteerde gegevensset te laten delen. Er wordt nu dus tegen een set gegevens 'ja' gezegd, maar er wordt geen toelichting gegeven over hoe deze set tot stand is gekomen. Hierdoor ontstaat wantrouwen.

A10. Maak duidelijker kenbaar welke informatie de datavrager (dienstverlener) nodig heeft in het proces.

A11. Zet de gegevens en de acceptatie-'vink' dicht bij elkaar.

Daarnaast was niet voor alle participanten duidelijk wat 'eenmalig' precies betekend en er werd aangenomen dat er gegevens mogelijk alsnog voor langere tijd worden opgeslagen.

A12. Wees expliciet en gebruik toegankelijk taalgebruik.

Het is onduidelijk voor participanten dat Verzmij geen gegevens opslaat. Ondanks dat het eenmalig is en de verantwoordelijkheid om de AVG op te volgen bestaat.

A13. Benadruk en geef meer duidelijkheid over of er wel of geen gegevens opgeslagen worden en voor welke termijn.

We merken dat het gebruik van onderscheidende kleuren de aandacht trekt. Dit is echter niet altijd positief: de groene kleur en de vinkjes worden geassocieerd voorkomen dat mensen kritisch nadenken en stimuleert juist het onbewust doorklikken.

A14. Gebruik geen 'signaalkleuren' (als rood of groen) als onderscheidende kleuren. Kies bijvoorbeeld liever de kleur uit het beeldmerk.

Het moet duidelijker zijn voor gebruikers dat zij hun toestemmingen kunnen inzien en waar dit kan. Ook moet het onderdeel beter ingericht worden. Deze optie zorgde nu voor verwarring onder gebruikers, omdat er veel meer gegevens getoond werden dan die die gedeeld waren. Dit leidde bijvoorbeeld tot de aanname dat rijbewijsgegevens ook verstuurd waren.

A15. Maak duidelijk onderscheid tussen de gedeelde en niet gedeelde gegevens in het toestemmingen overzicht.

De Berichtenbox wordt genoemd als een optie om notificaties en informatie over toestemmingen te ontvangen. Dit lijkt echter geen haalbare oplossing. Dat betekent wel dat meer bekendheid rondom het 'toestemming inzien' noodzakelijk is, zodat mensen weten dat dit de bron is met alle informatie over door hen gedeelde data.

A16. Onderzoek hoe notificaties en informatie over toestemming op een goede manier gedeeld kunnen worden met gebruikers.

6 Conclusie

6.1 BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

De clickable demo zoals getoetst in dit onderzoek heeft geleid tot een veelvoud aan nieuwe inzichten in de ervaring met de Blauwe Knop en het delen van gegevens. De belangrijkste bevindingen en aanbevelingen vatten we hier nogmaals samen.

De belangrijkste bevindingen:

- Het beeldmerk van de Blauwe Knop wordt begrepen. Er is echter nog geen herkenbaarheid en ook nog geen vertrouwen in het beeldmerk. Dit wordt vooralsnog ontleend aan het feit dat er ingelogd wordt met DigiD en de RDW een overheidspartij is.
- Het overzicht waar toestemmingen ingezien kunnen worden, wordt gewaardeerd en vergroot het gevoel van controle. Hoewel de huidige manier van weergave bij sommige participanten verwarring oproept.
- De user flow zoals ontworpen in deze variant van de Blauwe Knop (proces van inloggen, delen, toestemming geven), wordt als prettig ervaren. Het is niet te moeilijk, maar zorgt er wel voor dat de participanten stilstaan bij waar ze toestemming voor geven.
- Verzmij wordt beperkt vertrouwd door de participanten. Onder andere doordat het, ondanks dat benoemd wordt dat het delen eenmalig is, onduidelijk is of de gegevens wel of niet worden opgeslagen door Verzmij. Sommige participanten vermoeden dat er mogelijk toch meer mee wordt gedaan dan aangegeven.³
- De zin bij het vinkje waarmee definitief akkoord wordt gegeven, wordt als zeer prettig ervaren. Het is voor sommige participanten het enige moment waarbij ze echt stilstaan waar akkoord voor gegeven wordt.

De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- (e) Zet de eindgebruiker centraal. Behoud de huidige UX waarin de gebruiker regelmatig niet verder kan doordat knoppen pas geactiveerd worden na een actie. Let erop dat zaken die in het oog moeten springen écht opvallen. (Zie A2, A5, A6, A14, A15, A16)
 - Onderzoek of hiervoor ook beelden of iconen voor ingezet kunnen worden.
- (f) Zorg voor vertrouwen in de hele keten. Maak duidelijk wat de Blauwe Knop doet en wat er gebeurt zodra er toestemming gegeven wordt en of er wel of geen gegevens opgeslagen worden. (Zie A1, A9, A10, A13)
- (g) Zorg dat de zin, die verbonden is aan het definitief toestemming geven, volledig en duidelijk is betreft termijn, organisatie en doelbinding. Maak op de belangrijke plekken (uitleg Blauwe Knop, aanvinken van gegevens) nog begrijpelijker welke gegevens gedeeld worden. (Zie A4, A7, A8, A11, A12)
- (h) Zorg voor stimulans van de bekendheid van het Blauwe Knop beeldmerk zodra deze breed uitgerold wordt. Dit vergroot de herkenbaarheid en het gevoel van vertrouwen. (Zie A3)

6.2 VERVOLGONDERZOEK

Een tweetal aspecten die nog onvoldoende getest zijn, maar wel in het ontwikkelpad van de Blauwe Knop liggen zijn de volgende:

- Mogelijkheid tot wijzigen van de gegeven toestemming in een toestemmingsoverzicht
 - o Dit is met name van toepassing bij een toestemming die voor een langere periode uitgegeven wordt. Daarnaast moet het om een casus gaan waarbij de niet bij wet verplicht is.

³ Gezien Verzmij een 'nieuwe' partij is kan het zo zijn dat dit het vertrouwen van de mensen in dit merk beïnvloed. Dit werd echter niet expliciet aangegeven door participanten. Wel liet men weten dat, wanneer ze een verzekeraar niet zouden vertrouwen, ze daar geen of nepgegevens zouden achterlaten wanneer het nog niet om een definitieve aanvraag gaat. Het zou voor vervolgonderzoek interessant zijn om te bekijken of verschillend gereageerd wordt op bekende versus of onbekende derde partijen.

- Onderzoek hierbij ook hoe notificaties en informatie over toestemming op een goede manier gedeeld kunnen worden met gebruikers.
- Experimenteer met verschillende varianten van het toestemmingenoverzicht (zie ook A15).
- Het delen van gegevens vanuit meerdere bronnen
 - Tot op heden zijn relatief eenvoudige use cases getest, waarbij het delen tussen twee partijen centraal stond. Met het oog op de complexere use cases, zoals hypotheek aanvraag of schuldhelpverlening, moet getoetst worden hoe het delen vanuit meerdere bronnen gerealiseerd kan worden.

Voor vervolgonderzoeken is dan ook de aanbeveling om use cases te gebruiken waarin deze aspecten centraal staan. Daarnaast raden we aan om in volgende onderzoeken te experimenteren met het toestemming geven per attribuut. Of dit van toepassing is, is afhankelijk van de betreffende use case, maar kan naar verwachting ook een rol spelen in de privacy beleving van participanten.

Tot slot is het van belang voor verdere ontwikkeling van de Blauwe Knop, om te onderzoeken in hoeverre het mogelijk en wenselijk is om vertrouwen in de gehele keten te stimuleren. Dit brengt diverse vragen met zich mee. In hoeverre kan de databron (uitvoerder of gemeente) hierover garanties bieden? Welke verwachting scheidt dit bij de gebruiker? Zowel juridisch- als gebruikersperspectief zijn hierin van belang en kunnen middels verdiepend deskresearch en expertinterviews verder onderzocht worden.

7 Bijlage - Overeenkomst

Beste,

Bedankt dat je een bijdrage wilt leveren aan ons onderzoek naar de Blauwe Knop. Voordat we echt kunnen starten willen we je wat meer informatie geven over het onderzoek. Het onderzoek heeft als doel op de werking van de Blauwe Knop te testen in de context van de RDW. Meer achtergrond over het onderzoek en wat we precies gaan doen vind je op de volgende pagina. Voor het onderzoek hebben we een verklaring opgesteld, deze vind je aan het eind van dit document. Graag ontvangen we deze ingevuld en getekend van je retour.

Mocht je nog vragen hebben neem dan gerust contact met me op.

Met vriendelijke groeten,

Marlies Rikken

Adviseur InnoValor - *Value through Innovation*

marlies.rikken@innovalor.nl | +31 6 10418028

Liesbeth Hijink

Adviseur bij InnoValor - *Value through Innovation*

liesbeth.hijink@innovalor.nl | +31 6 574 680 87

7.1 TOELICHTING OP HET ONDERZOEK

In opdracht van VNG en RDW doet InnoValor onderzoek naar de Blauwe Knop. De Blauwe knop is een manier waarop je persoonsinformatie kunt downloaden, of kunt doorgeven tussen twee organisaties. De overheid is erg geïnteresseerd in de Blauwe Knop en wil deze daarom uitvoerig testen.

Het doel van dit onderzoek is om de gebruikersbeleving en interactie met de Blauwe Knop in de context van de RDW te onderzoeken en waar nodig te verbeteren.

7.1.1 Gang van zaken tijdens het onderzoek

Het onderzoek bestaat uit twee onderdelen. Een vragenlijst met, onder andere vragen over achtergrondgegevens en persoonlijke eigenschappen. En een afspraak waarbij je een demo-applicatie test en over je ervaringen geïnterviewd wordt.

Tijdens de afspraak vragen we je een demo-applicatie te gebruiken en daarbij hardop te denken. Vertel zo veel mogelijk wat je doet, waarom je dat doet en welke dingen onduidelijk zijn. Tijdens deze interactie met de demo-applicatie word je geobserveerd door de onderzoeker. Hierna krijg je korte vragen waarin we jouw eerste indrukken vastleggen. Gevolgd door een interview. Tijdens het interview wordt, aan de hand van een vragenlijst, dieper ingegaan op hoe je de omgang met de demo-applicatie hebt ervaren.

Vertrouwelijkheid van je gegevens

Tijdens het onderzoek verzamelen we veel data. We maken audio-opnames van het interview en we maken natuurlijk veel aantekeningen. Daarnaast heb je een aantal vragenlijsten ingevuld. Je hebt het recht om je data op te vragen, te corrigeren en te laten verwijderen. Jouw data wordt alleen gebruikt voor dit onderzoek en eventuele vervolgonderzoeken. Door deel te nemen aan dit onderzoek geef je toestemming om jouw gegevens op te slaan voor de hierboven bedoelde doeleinden. De informatie en gegevens zullen conform de AVG

behandeld worden. Dat houdt in dat alle data wordt geanonimiseerd en dat geluidsopnames na afloop van het onderzoek worden vernietigd. Niets waar jouw naam aan verbonden is wordt naar buiten gebracht in rapporten of publicaties. Wel zullen we je vragen anonieme quotes van je gebruikt mogen worden in het eindrapport.

7.1.2 Vrijwilligheid

Deelname aan het onderzoek is geheel vrijwillig. Om deel te nemen dien je minstens 18 jaar te zijn. Wil je toch afzien van medewerking aan het onderzoek laat het dan weten.

Tevens kun je tot 5 werkdagen na het interview je toestemming intrekken om gebruik te maken van jouw gegevens. Hierna zijn je gegevens waarschijnlijk verwerkt. Je kunt dan wel laten weten dat je je deelname stopt, zodat wij geen aanvullende gegevens meer van je verzamelen of gebruiken.

7.1.3 Vragen

Vragen zijn er om gesteld te worden. Als er nog iets onduidelijk is, of je voelt je ergens onzeker over neem dan contact op met Liesbeth Hijink (liesbeth.hijink@innovalor.nl)

7.2 VERKLARING GEBRUIKERSONDERZOEK BLAUWE KNOP

Onderstaande is van toepassing op jouw deelname aan onderzoek

Ik heb voldoende informatie ontvangen over het onderzoek en heb de mogelijkheid gehad om vragen te stellen over onduidelijkheden. Ik begrijp hierdoor de informatie volledig. Ja. Nee

Ik ben ouder dan 18 op het moment dat het onderzoek wordt afgenomen
Ik neem vrijwillig deel aan dit onderzoek en begrijp dat ik het recht heb vragen niet te beantwoorden en mijn deelname stop te zetten. Ja. Nee

Ik begrijp dat deelname in het onderzoek audio opnames met zich mee brengt en dat er tijdens de observatie aantekeningen worden gemaakt over mijn gedrag. De audio opnames worden enkel tijdens het onderzoek gebruikt worden daarna verwijderd. Ja. Nee

Ik begrijp dat de informatie die ik verstrek wordt gebruikt voor onderzoek naar de verbetering van de Blauwe Knop. Ja. Nee

Ik begrijp dat de verzamelde persoonlijke informatie die mij kunnen identificeren niet worden gedeeld buiten het onderzoeksteam. Ja. Nee

Ik ga akkoord met het gebruiken van mijn informatie als anoniem citaat in het uiteindelijke rapport. Ja. Nee

Naam participant	Handtekening	Datum
------------------	--------------	-------

Ik, de onderzoeker, heb ervoor gezorgd dat de participant het informatie formulier heeft gelezen en volledig begrijpt en vrijwillig mee doet aan het onderzoek.

Naam onderzoeker	Handtekening	Datum
------------------	--------------	-------

8 Bijlage - Enquête vooraf

De enquête bestaat uit 4 onderdelen. Vul bij ieder vraag slechts 1 antwoord in.

8.1 DEEL 1

In hoeverre voel je je comfortabel met de volgende technologie? Vul niet van toepassing in als je geen gebruik

#	Vraag	Antwoord
1.	Internetbankieren	<input type="checkbox"/> Helemaal niet comfortabel <input type="checkbox"/> Niet comfortabel <input type="checkbox"/> Comfortabel <input type="checkbox"/> Erg comfortabel <input type="checkbox"/> Heel erg comfortabel <input type="checkbox"/> N.v.t.
2.	DigiD	<input type="checkbox"/> Helemaal niet comfortabel <input type="checkbox"/> Niet comfortabel <input type="checkbox"/> Comfortabel <input type="checkbox"/> Erg comfortabel <input type="checkbox"/> Heel erg comfortabel <input type="checkbox"/> N.v.t.
3.	Digitale zoekmachines (bijvoorbeeld Google)	<input type="checkbox"/> Helemaal niet comfortabel <input type="checkbox"/> Niet comfortabel <input type="checkbox"/> Comfortabel <input type="checkbox"/> Erg comfortabel <input type="checkbox"/> Heel erg comfortabel <input type="checkbox"/> N.v.t.
4.	Online / digitaal belastingaangifte doen	<input type="checkbox"/> Helemaal niet comfortabel <input type="checkbox"/> Niet comfortabel <input type="checkbox"/> Comfortabel <input type="checkbox"/> Erg comfortabel <input type="checkbox"/> Heel erg comfortabel <input type="checkbox"/> N.v.t.

maakt van de technologie

8.2 DEEL 2

Hoe ga je om met de volgende zaken?

#	Vraag	Antwoord
1.	Ik ga bewust om met de nieuwsbrieven waarvoor ik ingeschreven sta.	<input type="checkbox"/> Nooit <input type="checkbox"/> Soms <input type="checkbox"/> Regelmatig <input type="checkbox"/> Vaak <input type="checkbox"/> Altijd
2.	Ik verwijder cookies	<input type="checkbox"/> Nooit <input type="checkbox"/> Soms <input type="checkbox"/> Regelmatig <input type="checkbox"/> Vaak <input type="checkbox"/> Altijd
3.	Ik verwijder mijn internet geschiedenis?	<input type="checkbox"/> Nooit <input type="checkbox"/> Soms <input type="checkbox"/> Regelmatig <input type="checkbox"/> Vaak <input type="checkbox"/> Altijd
4.	Ik blokkeer berichten/emails die ik niet wil ontvangen	<input type="checkbox"/> Nooit <input type="checkbox"/> Soms <input type="checkbox"/> Regelmatig <input type="checkbox"/> Vaak <input type="checkbox"/> Altijd

8.3 DEEL 3

In hoeverre ben je het eens met de volgende beweringen?

#	Vraag	Antwoord
1.	Ik ben erg bezorgd om mijn privacy omtrent mijn digitale persoonlijke data.	<input type="checkbox"/> Helemaal niet <input type="checkbox"/> Niet <input type="checkbox"/> Geen mening / weet niet <input type="checkbox"/> Erg <input type="checkbox"/> Heel erg
2.	Bedrijven zijn te actief bezig met het verzamelen van mijn persoonlijke informatie.	<input type="checkbox"/> Helemaal niet <input type="checkbox"/> Niet <input type="checkbox"/> Geen mening / weet niet <input type="checkbox"/> Erg <input type="checkbox"/> Heel erg

3.	Overheidsinstanties willen steeds meer persoonlijke informatie weten en schenden hierbij mijn privacy.	<input type="checkbox"/> Helemaal niet <input type="checkbox"/> Niet <input type="checkbox"/> Geen mening / weet niet <input type="checkbox"/> Erg <input type="checkbox"/> Heel erg
4.	Ik heb steeds minder controle over hoe en door wie mijn persoonlijke data wordt behandeld.	<input type="checkbox"/> Helemaal niet <input type="checkbox"/> Niet <input type="checkbox"/> Geen mening / weet niet <input type="checkbox"/> Erg <input type="checkbox"/> Heel erg

8.4 DEEL 4

Ter afsluiting nog twee laatste vragen

Leeftijd:

- 18-25 jaar
- 26-35 jaar
- 36-45 jaar
- 46-55 jaar
- 56-65 jaar
- 65+

Hoogst genoten opleiding

- Middelbare school
- MBO
- HBO
- WO
- PhD

9 Bijlage - Interview achteraf

9.1 SUS VRAGEN

#	Vraag	Antwoord
1.	Ik vond dat de verschillende functies in dit systeem goed op elkaar aansloten.	<input type="checkbox"/> Sterk mee eens <input type="checkbox"/> Mee eens <input type="checkbox"/> Neutraal <input type="checkbox"/> Mee oneens <input type="checkbox"/> Sterk mee oneens
2.	Ik vond dat de verschillende systemen te weinig samenhang vertoonden.	<input type="checkbox"/> Sterk mee eens <input type="checkbox"/> Mee eens <input type="checkbox"/> Neutraal <input type="checkbox"/> Mee oneens <input type="checkbox"/> Sterk mee oneens
3.	Ik vond de Blauwe Knop erg omslachtig in gebruik.	<input type="checkbox"/> Sterk mee eens <input type="checkbox"/> Mee eens <input type="checkbox"/> Neutraal <input type="checkbox"/> Mee oneens <input type="checkbox"/> Sterk mee oneens
4.	Ik voelde me zelfverzekerd in het gebruik van de Blauwe Knop.	<input type="checkbox"/> Sterk mee eens <input type="checkbox"/> Mee eens <input type="checkbox"/> Neutraal <input type="checkbox"/> Mee oneens <input type="checkbox"/> Sterk mee oneens
5.	Ik moest veel dingen leren voordat ik met de Blauwe Knop aan de slag kon.	<input type="checkbox"/> Sterk mee eens <input type="checkbox"/> Mee eens <input type="checkbox"/> Neutraal <input type="checkbox"/> Mee oneens <input type="checkbox"/> Sterk mee oneens

9.2 OPEN VRAGEN

1. Hoe vond je de applicatie in gebruik?
2. Snap je wat de Blauwe Knop heeft gedaan?
3. Kun je me uitleggen waarom je met DigiD moest inloggen?
4. Wat vind je van het beeldmerk?
5. Herken je het als functie om gegevens door te delen?
6. Heb je het gevoel dat er genoeg uitleg aanwezig was? Waren er dingen niet duidelijk?

Pak de demonstrator erbij

7. Kun je mij bij elke stap vertellen of je snapte wat je hier aan het doen was en waarom dit nodig was?
8. Heb je de uitleggende teksten op deze pagina's gelezen? Waarom wel/niet?

9. Wat vind je van de hoeveelheid informatie die je hebt gekregen?

Einde demonstrator

10. Ben je nu bewust van de informatie die je hebt gedeeld? >> Hoe voel je je hierover?
11. Heb je het gevoel dat je meer grip hebt op de informatie? Waarom denk je dat?
12. Vind je de het delen van gegevens vanuit de RDW met Verzmij betrouwbaar? >> Waar ligt dit aan? Wat zou dit kunnen verbeteren?
13. Heb je persoonlijke informatie gedeeld die je niet had verwacht dat je zou moeten delen? >> Zo ja welke informatie en hoe voel je je hier bij?
14. Was het het waard om die informatie toch te delen? >> Waarom wel? >> Zo niet, welke onderdelen niet?
15. Wat dacht je toen je zelf nog persoonsgegevens moest aanvullen in her formulier?
16. Heb je het gevoel dat je meer controle over je data hebt nu je de Blauwe Knop hebt gebruikt? >> Waardoor komt dit?
17. Heb je het gevoel dat je meer privacy hebt nu je de Blauwe Knop hebt gebruikt in tegenstelling tot wanneer je de informatie zelf ingevuld zou hebben?
18. Droeg het bekijken van de toestemming bij aan het gevoel van privacy? >> waarom voelde je dat zo?
19. Wat vond je ervan dat je kon terugkijken waar je toestemming voor gegeven had?
20. Waarom denk je dat je de toestemmingen kunt inkijken?
21. Heb je het gevoel dat je persoonsgegevens beter beschermd zijn door het gebruik van de Blauwe Knop? >> Waardoor komt dat? >> Zou dit nog verder verbeterd kunnen worden?
22. Ben je blij met de resultaten omtrent controle, privacy, beveiliging en/of inzicht? Of wegen deze niet op tegen de tijd en moeite die ervoor nodig was om de Blauwe Knop te gebruiken?
23. Heb je liever meer gemak of meer privacy? >> Waarom?
24. Heb je het gevoel dat je makkelijk toestemming gaf om je data te delen? >> Waardoor kwam dit denk je?
25. Heb je het gevoel dat je goed hebt nagedacht over de gevolgen van de toestemming voordat je je data deelde?
26. Vind je dat het moeilijker moet zijn om toestemming te geven om de data te delen? >> Hoe zou het verbeterd kunnen worden?
27. Vind je dat er meer informatie gegeven moet worden over het delen van je data? >> Wat voor informatie zou je hier graag willen lezen?
28. Wat vind je van de tijd dat je data gedeeld wordt? Wat denk je dat er daarna met je data gebeurt?
29. Heb je de informatie die gedeeld werd goed doorgelezen op fouten? >> Waarom wel/niet
30. Denk je dat meer inzicht in wat er met de data gebeurt ervoor zorgt dat je gemakkelijk toestemming geeft?
 - >> Heb je voor je gevoel dat je meer controle hebt op het delen van gegevens?
 - >> Wanneer wel en wanneer niet?
 - >> Denk je dan nog bewust na over de gevolgen van je toestemming?
 - >> Wordt dit versterkt of verminderd als we deze manier van regie op je gegevens overal op toe zouden passen in de toekomst?
31. Zou je minder controle willen over de data die gedeeld wordt als daardoor het proces makkelijker of sneller loopt? >> Zou je meer controle willen ook als dat het proces vertraagt?
32. Wat zou je aan de applicatie willen veranderen? Weghalen, toevoegen?
33. Zou je de applicatie vaker gebruiken? Zo ja waarbij?