

Hoe beleven burgers de iSamenleving?
Een onderzoek naar kennis, bewustzijn en gedrag ten aanzien
van de iSamenleving
Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

Amsterdam, maart 2013
Projectnummer: Z2017
drs. Bram van der Lelij
drs. Jolande Otten



bezoekadres
Marnixkade 109
1015 ZL Amsterdam

postadres
Postbus 15262
1001 MG Amsterdam
E moti@motivaction.nl
T +31 (0)20 589 83 83
F +31 (0)20 589 83 00
W www.motivaction.nl



Bankrelatie: Rabobank 3447.44.817, IBAN: NL77 RABO 0344 744 817, BIC/SWIFT: RABONL2U. Dossiernummer Motivaction International B.V. bij KvK Amsterdam: 17090769. BTW: 0080.73.090.B.01. Prijsopgaven en leveringen geschieden conform de Leveringsvoorwaarden gedeponeerd ter Griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam.





Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Inhoudsopgave

1	Management summary	4
1.1	Algemeen beeld	4
1.2	Doelgroepen en de iSamenleving en iOverheid	5
1.3	Aandachtspunten met betrekking tot de iOverheid	6
2	Achtergrond, doel- en probleemstelling	1
2.1	Achtergrond	1
2.2	Doel- en probleemstelling	1
3	Methode en opzet	3
3.1	Methode	3
3.2	Steekproef en weging	3
3.3	Regressie-analyse	3
3.4	Vragenlijst	4
3.5	Dataverzameling	4
3.6	Leeswijzer	4
4	Burgers en de iSamenleving	6
4.1	Gebruik van internet onder burgers	6
4.2	Informatievergaring en vertrouwen	7
4.3	Attitude ten aanzien internet	8
5	Burgers en de iOverheid	10
5.1	Digitale dienstverlening door de overheid	10
5.2	Kenmerken van een digitale overheid	12
5.3	Vertrouwen, veiligheid en privacy	13
5.4	Delen van persoonlijke informatie op het internet	15
5.5	Welke condities zijn er verbonden aan een digitale overheid?	17
6	Segmentatie op basis van sociale milieus	19
6.1	Regressie-analyse	19
6.2	Het milieumodel	20
6.3	Traditionele burgerij	21
6.4	Moderne burgerij	25
6.5	Gemaksgeoriënteerden	28
6.6	Opwaarts mobiele	31
6.7	Postmaterialisten	34
6.8	Postmoderne hedonisten	37
6.9	Nieuwe conservatieven	40
6.10	Kosmopolieten	43
6.11	Doelgroepen en de iSamenleving en de iOverheid	45
6.11.1	De bezorgde burgerij	47
6.11.2	De enthousiaste zelfredzamen	48
6.11.3	De onverschillige consumenten	49
7	Samenvattende conclusies	50
7.1	Algemeen beeld	50
7.1.1	Burgers en de iSamenleving	50
7.1.2	Burgers en de iOverheid	50
7.2	Doelgroepen en de iSamenleving en de iOverheid	51
7.3	Aandachtspunten met betrekking tot de iOverheid	53

Bijlage I Regressie-analyse	55
Bijlage II Literatuurlijst	60
Bijlage III Tabellen: resultaten per sociaal milieu (%)	61

1 Management summary

In opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties - DGBK/beleidsdirectie B&I, heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de beleving van de iSamenleving en iOverheid onder de Nederlandse bevolking.

Mede aanleiding voor dit onderzoek was de constatering van de WRR dat in een digitaliserende samenleving de overheid zich bewust moet zijn dat zij steeds meer een 'iOverheid' wordt en hier een visie op ontwikkeld dient te worden. In dit onderzoek worden bouwstenen geleverd voor deze visie. De nadruk ligt in dit onderzoek op de volgende vragen:

- Hoe staan burgers tegenover de informatisering van de samenleving en de ontwikkeling van de iOverheid?
- Welke segmenten kunnen op dit gebied worden onderscheiden in de bevolking?
- Welke aandachtspunten vallen hieruit af te leiden voor digitale dienstverlening door de overheid?

Het kwantitatieve onderzoek heeft in de eerste week van januari 2013 plaatsgevonden onder het online respondentenpaneel van Motivaction: StemPunt. In totaal zijn 1.045 Nederlanders in de leeftijd van 16 tot 80 jaar bevroegd. De belangrijkste resultaten staan hieronder vermeld.

1.1 Algemeen beeld

Burgers en de iSamenleving

Een meerderheid van de burgers logt tegenwoordig meerdere keren per dag in op het internet. Sociale netwerksites, rondsurfen, emailen en het zoeken van informatie zijn veel genoemde redenen om online te gaan. Het merendeel van de burgers kan naar eigen zeggen zijn of haar weg goed vinden op het internet.

Volgens driekwart functioneert onze samenleving niet meer zonder internet. Een aanzienlijk deel van de burgers vindt echter wel, dat niet alles via het internet geregeld kan worden. Deze groep burgers stelt persoonlijk contact in sommige gevallen meer op prijs.

Burgers en de iOverheid

Een aanzienlijk deel van de burgers is niet op de hoogte van het bestaan van diverse digitale diensten van de overheid. Afgezien van de Belastingdienst.nl wordt er nog weinig gebruik gemaakt van de digitale dienstverlening.

Privacy is voor de meeste burgers erg belangrijk. De helft maakt zich zorgen over wat er over hen te vinden is op het internet. Over het delen van persoonlijke gegevens van burgers door de overheid met andere instanties is men doorgaans niet positief.

De helft van de burgers is positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet. Bijna een tiende staat hier negatief tegenover. Randvoorwaarden die burgers veelal stellen bij de iOverheid zijn het waarborgen van de privacy, zorgvuldig omgaan met persoonlijke gegevens van burgers en dat ook in een digitale toekomst persoonlijk contact met ambtenaren blijft voortbestaan.

1.2 Doelgroepen en de iSamenleving en iOverheid

Leeftijd, opleiding en sociaal milieu (de wijze waarop iemand in het leven staat, waardeoriëntatie) bepalen voor een belangrijk deel de mate waarin burgers participeren in de iSamenleving en de mate waarin zij positief staan tegenover de iOverheid. De iSamenleving en iOverheid worden met name omarmt door jongeren, hoger opgeleiden en door sociale milieus die sterk open staan voor nieuwe technologie, zelfredzaam zijn ingesteld en zich makkelijk bewegen in diverse sociale netwerken. Statistisch blijkt sociaal milieu het meest bepalend te zijn, nog iets meer dus dan leeftijd of opleiding.

Globaal kan de Nederlandse bevolking worden ingedeeld in 3 segmenten (clusters van sociale milieus) met een eigen houding ten aanzien van de iSamenleving en iOverheid:

- De bezorgde burgerij;
- De enthousiaste zelfredzamen;
- De onverschillige consumenten.

De bezorgde burgerij

De bezorgde burgerij kenmerkt zich vooral doordat zij behoudend in de maatschappij staat, moeite heeft met veranderingen en minder zelfredzaam is ingesteld. Dit segment is minder digivaardig en grijpt nog vaak terug op traditionele middelen om zich te informeren. Men is vaak minder goed op de hoogte hoe het er precies aan toe gaat op het internet en heeft minder kennis hoe zij zich veilig op het internet kan begeven.

De bezorgde burgerij is weinig positief over de iOverheid, terughoudend wat betreft het delen van persoonlijke gegevens door de overheid en maakt nog weinig gebruik van de digitale diensten.

De enthousiaste zelfredzamen

De enthousiaste zelfredzamen kenmerken zich vooral doordat zij open staan voor nieuwe (technologische) ontwikkelingen in de samenleving en zelfredzaam zijn. Dit segment is (zeer) digivaardig en staat midden in de iSamenleving. Men weet hoe het er op het internet aan toegaat en hoe men zich moet beschermen op het internet. Dit segment heeft vaker vertrouwen in een veilig verkeer op het internet.

Dit segment is (zeer) positief over de iOverheid en maakt al (redelijk) vaak gebruik van de geboden digitale dienstverlening. Men is echter niet uitgesproken positief over het delen van persoonlijke gegevens door de overheid met andere instanties. Over het delen van deze gegevens met overheidsinstanties is men wel wat positiever. De enthousiaste zelfredzamen stellen vaker eisen aan de iOverheid, met name wat betreft het waarborgen van de privacy en het veilig omgaan met persoonlijke gegevens op het internet.

De onverschillige consumenten

Dit segment is vooral consumptie- en vermaakgericht en minder betrokken bij de samenleving en overheid. Men is wel (zeer) digivaardig en participeert volop in de iSamenleving. Men staat neutraal tegenover de iOverheid en maakt weinig gebruik van de digitale diensten. Men heeft weinig zorgen over hun privacy op het internet. Ook stelt men minder vaak randvoorwaarden aan een iOverheid.

1.3 Aandachtspunten met betrekking tot de iOverheid

De opmars van de informatiesamenleving wordt door verschillende segmenten in de bevolking heel anders ervaren. Bij de omschakeling naar een iOverheid is het dus belangrijk dat de overheid zich realiseert dat burgers op verschillende wijzen in het leven staan en anders aankijken tegen de iOverheid.

De bezorgde burgerij staat maar beperkt open voor de iSamenleving en heeft vaak nog een voorkeur voor traditionele communicatiemiddelen. Zij weten vaak niet precies hoe zij zich veilig op het internet kunnen begeven en men staat nogal wantrouwend met betrekking tot hun privacy op het internet. Deze groep burgers moet goed begeleid worden bij het digitaliseringsproces.

De onverschillige consumenten nemen volop deel aan de iSamenleving maar op dit moment nog in beperkte mate aan de iOverheid. Zij vormen een kwetsbare groep als het gaat om veiligheid en privacy op het internet, omdat ze er tamelijk laconiek tegenover staan. Het is de vraag of zij hun belangen op dit gebied voldoende zelf zullen behartigen. Hier zou een taak kunnen liggen voor overheidscommunicatie, maar gezien hun relatieve onverschilligheid ten opzichte van de (i)Overheid zijn zij moeilijk te bereiken door de overheid.

De enthousiaste zelfredzamen redden zichzelf doorgaans goed op het internet en hebben de weg naar de iOverheid al (redelijk) goed gevonden. Zij vinden privacy zeker niet onbelangrijk dus het is belangrijk dat de overheid hier nadruk op legt, ook in communicatie. Over het algemeen hebben zij al het vertrouwen dat de overheid zorgvuldig met de privacy van burgers omgaat.

2 Achtergrond, doel- en probleemstelling

2.1 Achtergrond

In opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties - DGBK/beleidsdirectie B&I - heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de beleving van de informatiesamenleving ('iSamenleving') onder de Nederlandse bevolking.

Aanleiding

Mede aanleiding voor dit onderzoek was de constatering van de WRR dat in een gedigitaliseerde samenleving de overheid daar logischerwijs onderdeel van uitmaakt. Dat betekent dat de overheid zich niet alleen bewust moet zijn dat zij steeds meer een 'iOverheid' is, maar dat dit ook om een visie vraagt hoe de iOverheid vorm moet krijgen.

Omdat internet en digitale interactie zo'n sterke opmars hebben gemaakt in onze samenleving is het logisch dat ook de overheid meer en meer gebruik maakt van digitale kanalen, zoals het internet om informatie te verschaffen aan burgers over beleid en dienstverlening via digitale loketten. Hierbij kan gedacht worden aan het aanvragen van documenten, subsidies en dergelijke, al dan niet met behulp van beveiligde protocollen (bijvoorbeeld: DigiD). De commotie rondom het Electronisch Patiënten-dossier (EPD) laat echter zien dat voor een aantal burgers in de Nederlandse samenleving digitale informatie-uitwisseling verre van vanzelfsprekend is.

Het is dan ook van belang volgens Motivaction dat de overheid zich rekenschap geeft van de sentimenten en percepties in de samenleving met betrekking tot de iSamenleving en de iOverheid. Daarbij is het van belang te weten in hoeverre deze sentimenten en percepties algemeen gedeeld worden danwel gelokaliseerd kunnen worden bij specifieke segmenten burgers.

2.2 Doel- en probleemstelling

De onderzoeksdoelstelling luidt:

Het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties inzicht geven in de beleving van de informatisering in de samenleving bij burgers en aandachtspunten formuleren voor digitale dienstverlening door de overheid.

Hiervan afgeleide probleemstellingen luiden:

- Welke houdingen, wensen, behoeften en zorgen hebben burgers op het gebied van de informatisering van de samenleving?
- Hoe gaan burgers om met informatie, en specifiek met informatie op internet?
- Welke aandachtspunten vallen hieruit af te leiden voor digitale dienstverlening door de overheid?
- Welke segmenten van burgers staan het meest positief of negatief tegenover digitale dienstverlening door de overheid?
- Hoe zijn deze segmenten nader te typeren op het gebied van houding (attitudes, wensen, behoeften en zorgen) en gedrag ten aanzien van informatie,



internet en digitale dienstverlening? En welke achtergrondkenmerken zijn verder typerend voor deze segmenten?

3 Methode en opzet

3.1 Methode

Om inzicht te krijgen in de probleemstelling heeft Motivaction een kwantitatief onderzoek uitgevoerd.

Daaraan voorafgaand heeft Motivaction een klein verkennend onderzoek verricht, bestaande uit deskresearch en een groepsdiscussie met burgers. De groepsdiscussie heeft op 3 december 2013 plaatsgevonden ten kantore van Motivaction in Amsterdam. In totaal namen zeven respondenten daaraan deel. De bevindingen zijn in een sepeeraat verslag weergegeven. Het doel van deze eerste fase was de belangrijkste aspecten en thema's die een rol spelen boven tafel te krijgen om deze vervolgens te toetsen met kwantitatief onderzoek.

Vervolgens is een vragenlijst afgenomen onder een steekproef van de ruim 67.000 deelnemers van het online respondentenpaneel van Motivaction: StemPunt. Aangezien volgens de meest recente cijfers 94% van de Nederlanders over een internetverbinding beschikt en bovendien gebruik is gemaakt van geavanceerde technieken voor steekproeftrekking en statistische weging achteraf, kunnen op basis van deze aanpak representatieve uitspraken worden gedaan over de Nederlandse bevolking.

3.2 Steekproef en weging

Uit het StemPunt-paneel is een representatieve steekproef getrokken van $n=1.045$ Nederlanders tussen 16 en 80 jaar. Om tot een zo representatief mogelijke steekproef te komen, is bij de steekproeftrekking en de statistische weging daarvan achteraf gebruik gemaakt van propensity-technieken. Daarmee kunnen scheefheden in online panels ten opzichte van de bevolking beter worden gecorrigeerd dan bij traditionele RIM-weging. De propensity-technieken zorgen voor een representatieve afspiegeling van de resultaten voor een groter aantal achtergrondkenmerken, in dit onderzoek leeftijd, geslacht, opleiding, regio (Nielsen-indeling) en sociaal-culturele oriëntaties (Mentality-milieu), waarbij ook interacties tussen deze variabelen zijn meegenomen. Het daarbij gehanteerde ijkbestand betreft de Mentality-metingen van 2010 en 2011, een representatief schriftelijk onderzoek dat jaarlijks wordt uitgevoerd onder ruim 1.200 Nederlanders tussen 15 en 80 jaar. Dit ijkbestand is wat betreft de sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

3.3 Regressie-analyse

Om in kaart te brengen welke typologie van burgers het meest relevant is en welke achtergrondkenmerken dominant zijn in de houding en het gedrag ten aanzien van ontwikkelingen in de iSamenleving heeft Motivaction de volgende vragen beantwoord aan de hand van regressie-analyses:

- 1) In hoeverre zijn diverse achtergrondkenmerken/typologieën verklarend voor de mate waarin burgers gebruik maken van de iSamenleving?
- 2) In hoeverre zijn diverse achtergrondkenmerken/typologieën verklarend voor de mate waarin burgers positief of negatief staan tegenover de iOverheid?

Van alle achtergrondvariabelen (leeftijd, opleiding, geslacht, sociaal milieu (waardeoriëntatie) en stedelijkheidsgraad) blijkt sociaal milieu het meest bepalend te zijn met betrekking tot de attitude van burgers ten opzichte op de iSamenleving en de iOverheid. In deze rapportage zijn daarom segmenten burgers onderscheiden op basis van hun sociale milieus.

Zie bijlage I voor nadere informatie.

3.4 Vragenlijst

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een online kwantitatieve vragenlijst. De bevindingen van de kwalitatieve fase zijn gebruikt voor het opstellen van de kwantitatieve vragenlijst.

De vragenlijst is opgesteld door Motivaction, in samenwerking met de betrokken personen van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.

In totaal bestaat de vragenlijst uit 21 gesloten vragen.

De vragenlijst bevat de volgende onderwerpen:

- Frequentie gebruik internet
- Digitale informatie behoefte
- Informatiegedrag
- Attitude t.a.v. internet
- Kennis over en gebruik van digitale dienstverlening overheid
- Attitude t.a.v. iOverheid
- Vertrouwen, veiligheid en privacy m.b.t. internet
- Attitude t.a.v. koppelen/delen persoonlijke gegevens door overheid
- Randvoorwaarden iOverheid
- Achtergrondgegevens

3.5 Dataverzameling

De dataverzameling heeft plaatsgevonden van 2 tot en met 7 januari 2013.

3.6 Leeswijzer

Na de management summary en de inleidende hoofdstukken wordt er in de daaropvolgende hoofdstukken ingegaan op de onderzoeksresultaten. In hoofdstuk 4 en 5 wordt ingegaan op de twee onderzoeksvragen, die gaan over de houdingen, wensen, behoeften en zorgen van burgers op het gebied van de informatisering van de samenleving en op de wijze waarop burgers omgaan met informatie en dan specifiek met informatie op het internet.

De twee onderzoeksvragen met betrekking tot welke segmenten van burgers het meest positief of negatief staan tegenover digitale dienstverlening door de overheid en hoe deze segmenten nader te typeren zijn op het gebied van houding en gedrag

ten aanzien van informatie, internet en dienstverlening komen in hoofdstuk 6 aan bod. In dit hoofdstuk wordt eerst ingegaan op de resultaten van de regressie-analyses, waarbij sociale milieus naar voren komen als de meest bepalende achtergrondkenmerken. Vervolgens wordt nader ingegaan op dit milieumodel en worden de belangrijkste resultaten per segment beschreven.

In het laatste hoofdstuk volgen de conclusies gebaseerd op de resultaten van dit onderzoek. Eerst worden de conclusies gebaseerd op de resultaten van de gehele bevolking gepresenteerd en daarna de conclusies gebaseerd op de doelgroepanalyse. Aansluitend worden de aandachtspunten voor de digitale overheid toegelicht.

Bijlage I: Bevindingen regressie-analyse

Bijlage II: Literatuurwijzer

Bijlage III: Tabellen waarin de resultaten per sociaal milieu worden weergegeven

4 Burgers en de iSamenleving

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de onderzoeksvragen die gaan over de houdingen, wensen, behoeften en zorgen van burgers op het gebied van de informatisering van de samenleving en op de wijze waarop burgers omgaan met (internet)informatie. Aan de orde komen onder meer de mate waarin burgers digitaal zijn ingesteld en de redenen waarom men online gaat. Ook wordt ingegaan op het informatiegedrag van burgers: naar welk type informatie zoekt men vooral en hoe beoordeelt men de verkregen informatie? Verder worden de houding en het gedrag van burgers op het internet besproken.

4.1 Gebruik van internet onder burgers

Vaak online

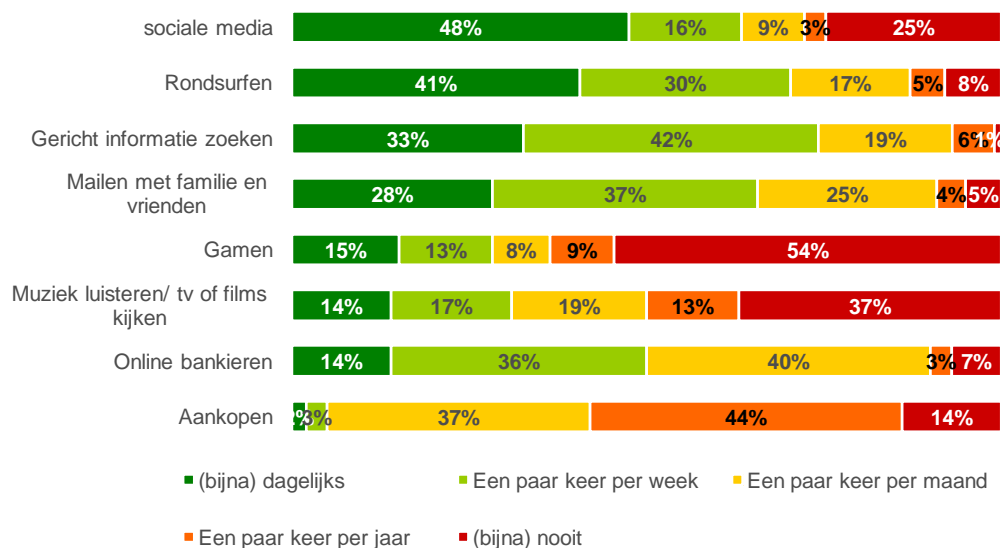
De meeste burgers maken bijna elke dag gebruik van het internet. Twee derde logt zelfs meerdere keren per dag in. Een minderheid (5%) gaat slechts een paar keer per week of nog minder vaak het internet op.

Sociale media en rondsurfen meest populair

Een substantiële groep is (bijna) dagelijks actief op sociale netwerksites of surft in het algemeen rond op het internet. Het gericht zoeken naar informatie of emailen met vrienden of familie wordt, zij het door een kleinere groep, ook bijna dagelijks gedaan. Voor online bankieren gaat 90% van de burgers ten minste een paar keer per maand online.

Voor online gamen, muziek luisteren of een film of televisie kijken, geldt dat dit door een grote groep burgers niet of nauwelijks wordt gedaan.

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet?
(Basis: allen, n= 1045)



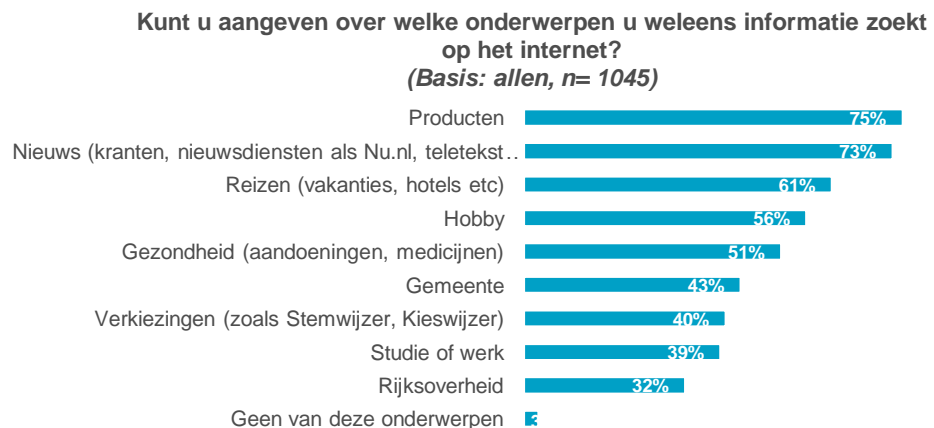
Facebook meest bezochte sociale netwerksite

Onder burgers die gebruik maken van sociale media (n= 748) is Facebook verreweg het meest populair. Maar liefst 92% is actief op deze sociale netwerksite. Op de tweede plaats staat LinkedIn (30%), daarna Hyves (28%) en Twitter (26%).

Meest gezocht naar informatie over producten en nieuws in het algemeen

Aan de burgers is een aantal onderwerpen voorgelegd en per onderwerp is gevraagd hoe vaak zij hiervan gebruik maken op het internet. Het vaakst wordt gezocht naar informatie over producten. Gevolgd door nieuwsvergaring in het algemeen en informatie over reizen.

Circa een derde zoekt weleens naar informatie van of over de Rijksoverheid. Burgers bezoeken iets vaker het internet om informatie in te winnen over de gemeente waarin zij wonen.



4.2 Informatievergaring en vertrouwen

Aan de burgers is een drietal voorbeelden voorgelegd met het verzoek om per onderwerp aan te geven op wie zij het meest vertrouwen als zij over dit onderwerp informatie of advies nodig hebben. Er kon per vraag gekozen worden uit een aantal antwoordcategorieën. Vervolgens is gevraagd op welke wijze men dan geïnformeerd of geadviseerd wil worden. Ook hier kon gekozen worden uit een aantal antwoordcategorieën.

Aankoop televisie

In het eerste voorbeeld gaat het om de **aankoop van een televisie**. Burgers hebben het meeste vertrouwen in informatie ingewonnen via consumentenorganisaties.(40%). Gevolgd door informatie van familie en vrienden (22%). Fora staan op de derde plaats (15%).

Hierboven is al vastgesteld dat burgers vaak online op zoek gaan naar informatie over producten. Bijna de helft blijkt dan ook bij de aanschaf van een televisie het liefst via het internet geïnformeerd te worden. Maar voor circa een derde geldt, dat zij bij voorkeur deze informatie in een persoonlijk gesprek ontvangen.

Epidemie

Als men informatie of advies wil hebben over **een epidemie** zoals bijvoorbeeld de vogelgriep, dan heeft de helft van de burgers het meeste vertrouwen in de overheid. Een aanzienlijk kleiner deel gaat ten rade bij fora, ervaringsdeskundigen, lotgenoten (15%) of bij belangenorganisaties (13%).

Bijna twee derde wordt in dit geval het liefst via het internet geïnformeerd. 17% heeft een voorkeur om schriftelijk geïnformeerd te worden.

Verhuizing doorgeven aan de gemeente

Driekwart van de burgers gaat af op de informatie van de overheid als zij een **verhuizing aan de gemeente moeten doorgeven**. Familie of vrienden worden voor dit onderwerp weinig om advies gevraagd (7%) en dat geldt ook voor bijvoorbeeld belangenorganisaties (5%).

Iets meer dan de helft (60%) wil ook over dit onderwerp geïnformeerd worden via het internet. Gevolgd door schriftelijk (17%) of in een persoonlijk gesprek (12%). Bellen naar de gemeente om te vragen hoe men een verhuizing moet doorgeven, wordt slechts door 8% van de burgers gedaan.

4.3 Attitude ten aanzien internet

Meeste burgers goed thuis op internet

Een ruime meerderheid geeft aan zijn of haar weg goed te kunnen vinden op het internet (86%). Ook het vinden van de informatie waar men op zoek naar is, is voor bijna twee derde geen probleem.

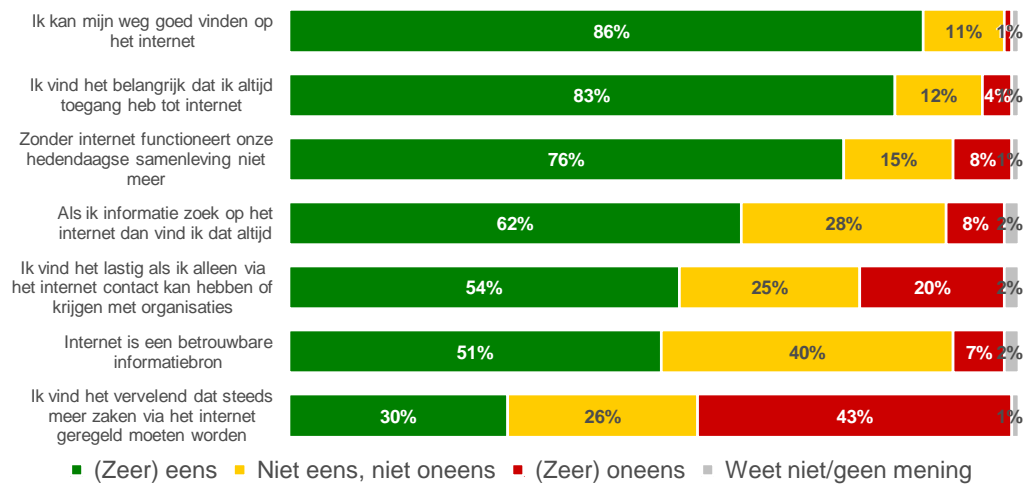
Voor de helft geldt dat zij het internet een betrouwbare informatiebron vinden. Opvallend is dat 40% geen uitgesproken mening heeft of zij de informatie op internet wel of niet betrouwbaar vinden.

Maar ook behoefte aan persoonlijk contact

Driekwart vindt dat onze samenleving niet meer functioneert zonder internet. Maar liefst 83% vindt het dan ook belangrijk om *altijd* toegang te hebben tot het internet.

Toch blijkt niet iedereen het prettig te vinden als er alleen via internet contact kan worden gekregen met organisaties. De helft laat weten dit lastig te vinden en circa een derde laat weten het vervelend te vinden dat steeds meer zaken via het internet geregeld moeten worden.

Stellingen: houding t.a.v. internet en informatie
(Basis: allen, n= 1045)



5 Burgers en de iOverheid

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de onderzoeksvragen die gaan over de houdingen, wensen, behoeften en zorgen van burgers op het gebied van de informatisering van de overheid. In kaart wordt gebracht in welke mate burgers al ervaring hebben met de huidige digitale dienstverlening van de overheid. Daarnaast wordt vastgesteld welke kenmerken burgers vinden passen bij een digitale overheid. Vervolgens wordt ingegaan op de aspecten veiligheid, betrouwbaarheid en privacy op het internet: hoe gaan burgers hier mee om en in welke mate vindt men dat de overheid hier een rol in moet spelen? Ook wordt ingegaan op de houding van burgers ten aanzien van het delen en koppelen van persoonlijke gegevens door de overheid. Tot slot wordt besproken welke randvoorwaarden burgers stellen aan een iOverheid.

5.1 Digitale dienstverlening door de overheid

De overheid, zowel de gemeenten als de Rijksoverheid, biedt de burgers steeds meer digitale diensten aan. Aan de respondenten is gevraagd in hoeverre zij op de hoogte zijn van deze diensten en in hoeverre zij er al gebruik van hebben gemaakt. Eerst wordt ingegaan op de gemeentelijke digitale dienstverlening en vervolgens op deze dienstverlening geleverd door de Rijksoverheid.

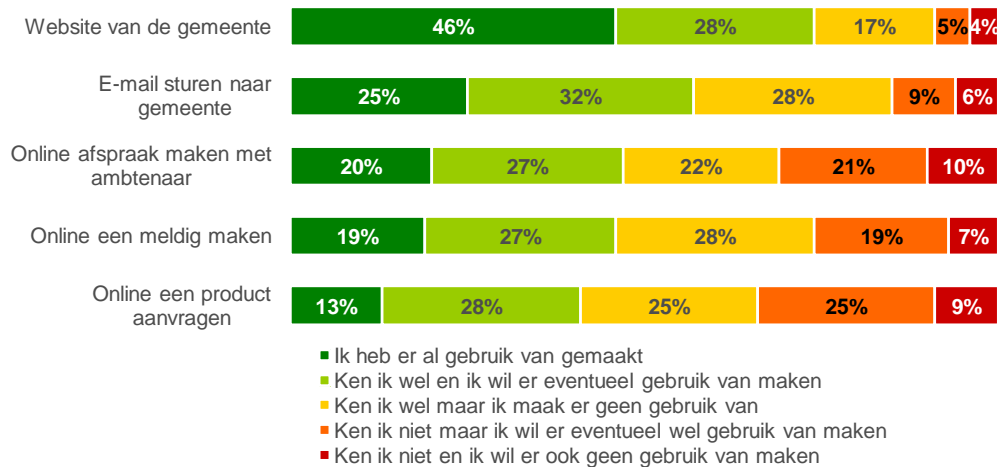
Websites gemeenten beter bekend dan overige gemeentelijke digitale dienstverlening

Een ruime meerderheid kent de **website** van zijn of haar gemeente (91%). Iets minder dan de helft heeft inmiddels wel eens een gemeentelijke website geraadpleegd. Circa een derde van de burgers, die nog nooit de website van hun gemeente heeft bezocht, geeft aan de intentie te hebben om dit in de toekomst te gaan doen.

Dat burgers een **email** kunnen sturen naar de gemeente is eveneens goed bekend (85%). Een kwart heeft daadwerkelijk ook wel eens een email gestuurd. Voor de overigen geldt, dat een deel dit overweegt en dat een iets kleiner deel dit niet van plan is.

Minder bekend is dat men bij de gemeente online een **product kan aanvragen**, een **afspraak kan maken met een ambtenaar** of een **melding kan maken**. Voor deze diensten geldt, dat tot nog toe, een kleine minderheid hier daadwerkelijk gebruik van heeft gemaakt. Het valt op dat een aanzienlijk deel van de burgers, die niet op de hoogte is van deze drie digitale diensten, aangeeft dat zij hiervan wel gebruik willen maken.

Kennis en gebruik digitale diensten en producten van gemeente (Basis: allen, n= 1045)

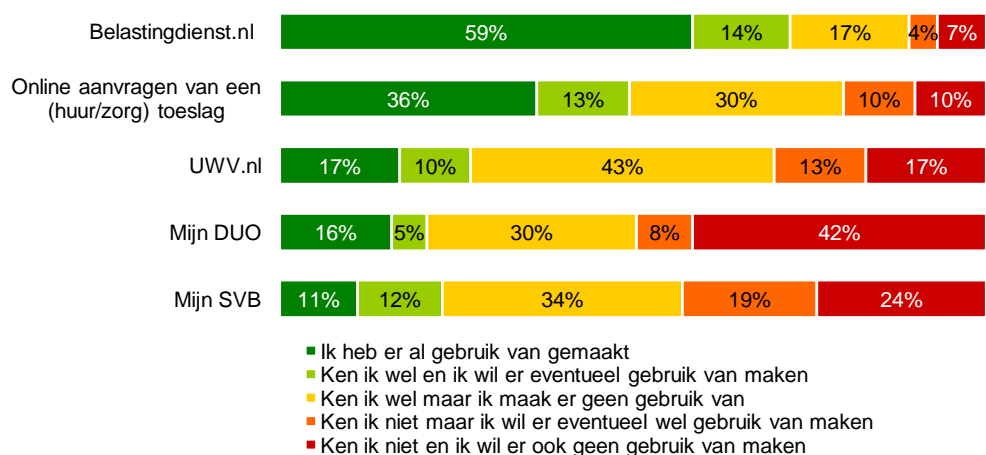


Digitale diensten Rijksoverheid redelijk tot goed bekend

Ook de Rijksoverheid maakt steeds meer gebruik van digitale dienstverlening. Voor de meeste van onderstaande voorbeelden geldt, dat zij bedoeld zijn voor specifieke doelgroepen. Daarom zal niet iedereen even goed op de hoogte zijn van het bestaan ervan of zal niet iedereen er voor kiezen om hier (eventueel) gebruik van te gaan maken.

Ondanks dat deze digitale diensten vaak toegespitst zijn op specifieke doelgroepen, is de bekendheid hierover toch redelijk tot zelfs goed te noemen. Het is niet verwonderlijk dat de meest algemene digitale dienstverlening, de Belastingdienst.nl, het meest bekend is (90%). Van deze digitale dienstverlening is ook het meest gebruik gemaakt.

Kennis en gebruik digitale diensten en producten van Rijksoverheid (Basis: allen, n= 1045)



Van Mijn SVB wordt het minst gebruik gemaakt. Dit is op zich niet opmerkelijk want via deze site kunnen burgers ondermeer hun AOW en nabestaandenpensioenen regelen. Mijn SVB is dus niet voor alle burgers relevant. Als gekeken wordt naar een

van de doelgroepen van Mijn SVB, in dit geval 65-plussers, dan blijkt het gebruik van deze site aanmerkelijk populairder te zijn. Bijna een op de vier ouderen gebruikt Mijn SVB. Onder de doelgroep van Mijn DUO, de site waar scholieren en studerende ondermeer hun studiefinanciering kunnen regelen, is het gebruik nog intensiever. Van de jongeren tot 24 jaar maakt 61% gebruik van Mijn DUO.

Kennis van en over MijnOverheid beperkt

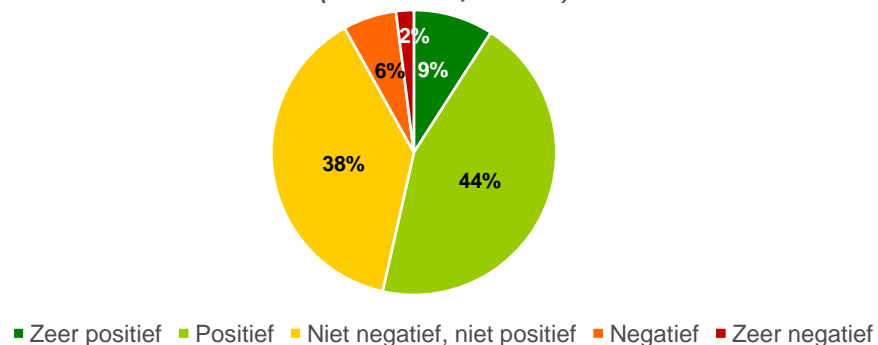
MijnOverheid is een persoonlijke website voor overheidszaken. Op deze site hebben burgers inzage hoe zij geregistreerd staan bij de overheid. MijnOverheid bevat ook een persoonlijke Berichtenbox. In deze box kunnen burgers digitale post van de overheid ontvangen.

Slechts een klein deel geeft aan de website Mijn Overheid goed te kennen (9%), 44% kent het alleen van naam en iets minder dan de helft kent deze website niet (47%).

Positief over digitale overheid

De helft is (zeer) positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie via het internet aanbiedt. Slechts 8% staat hier (zeer) negatief tegenover. Een derde heeft hierover geen uitgesproken mening.

In hoeverre staat u negatief of positief tegenover een overheid die steeds meer diensten en informatie via het internet aanbiedt?
(Basis: allen, n= 1045)



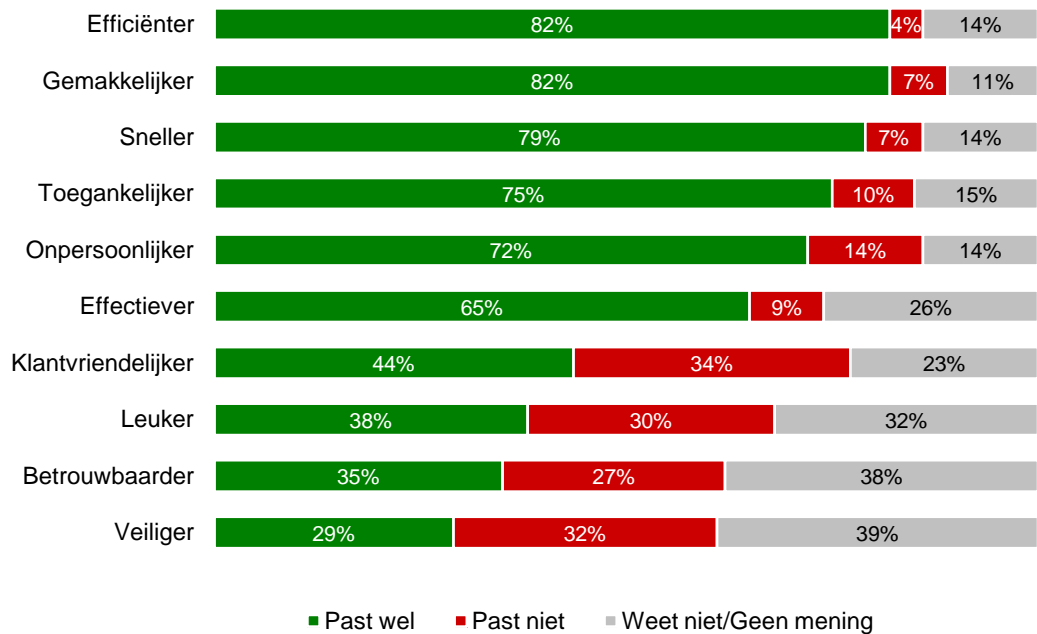
5.2 Kenmerken van een digitale overheid

Digitale overheid efficiënter maar ook onpersoonlijker

Aan de burgers zijn tien kenmerken voorgelegd en per kenmerk is gevraagd in hoeverre men dit kenmerk bij een iOverheid vindt passen. Efficiënter, gemakkelijker, sneller, toegankelijker en effectiever zijn kenmerken die volgens een ruime meerderheid van de burgers passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet. Driekwart vindt wel, dat een digitale overheid ook onpersoonlijker is.

Over de kenmerken veiliger, betrouwbaarder, leuker en klantvriendelijker zijn de meningen meer verdeeld. Bovendien is er een substantiële groep die over deze kenmerken geen uitgesproken mening heeft.

**Kenmerken die wel of niet passen bij een digitale overheid
(Basis: allen, n= 1045)**



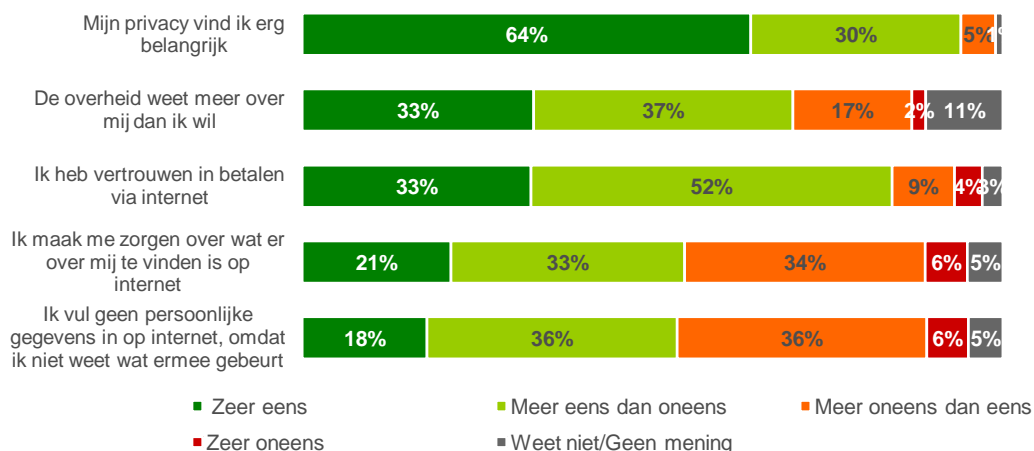
5.3 Vertrouwen, veiligheid en privacy

Privacy erg belangrijk

Onderstaande grafiek toont duidelijk aan dat het merendeel van de burgers zijn of haar privacy belangrijk vindt. Bijna twee derde laat zelfs weten dit aspect *erg* belangrijk te vinden.

Het valt op dat 11% geen uitgesproken mening heeft over de stelling 'de overheid weet meer over mij dan ik wil'. Een ruime meerderheid (70%) denkt overigens wel dat de overheid meer over hem of haar weet dan men zou willen. De helft van de burgers maakt zich zorgen over wat er over hem of haar te vinden is op het internet. Eveneens de helft is het (zeer) eens met de stelling 'Ik vul geen persoonlijke gegevens in op internet, omdat ik niet weet wat ermee gebeurt'.

Stellingen: Vertrouwen, veiligheid en privacy mbt internet (1)
(Basis: allen, n= 1045)

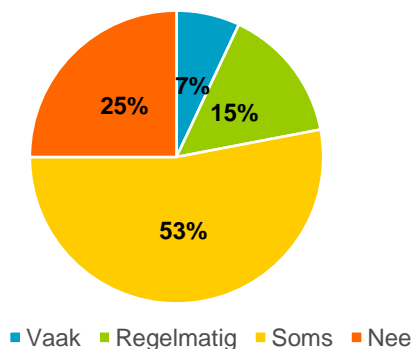


Kwart vraagt zich regelmatig tot vaak af wat de overheid over hen weet

Een kwart van de burgers vraagt zich regelmatig tot vaak af welke persoonlijke gegevens de overheid over hen heeft opgeslagen in databases. Een bijna evengrote groep staat hier nooit bij stil. De overigen laten weten hier soms over na te denken.

Opmerkelijk is wel, dat we hierboven zagen dat 70% vermoedt dat de overheid meer over hen weet dan dat zij zouden willen, maar kennelijk vraagt er maar een kwart zich regelmatig tot vaak af om welke persoonlijke gegevens het dan gaat.

Vraagt u zich weleens af welke persoonlijke gegevens de overheid over u heeft opgeslagen in databases?
(Basis: allen, n= 1045)

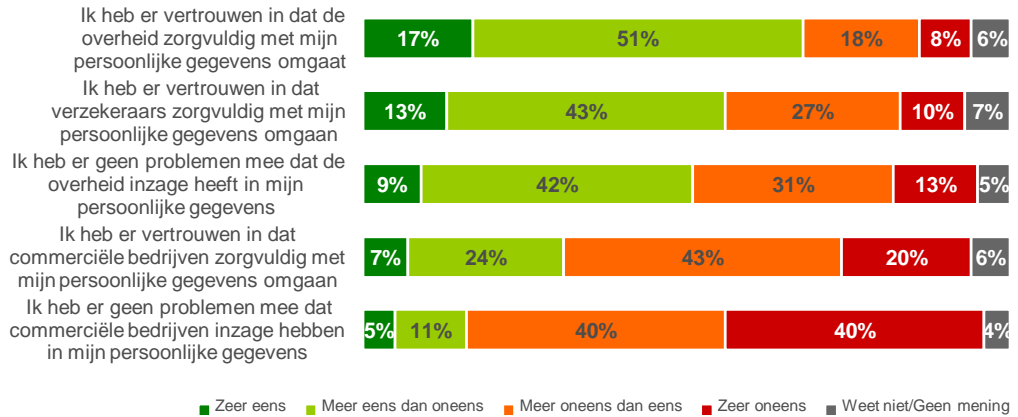


Redelijk vertrouwen dat overheid zorgvuldig omgaat met persoonlijke gegevens

Hoewel men de overheid in vergelijking met commerciële bedrijven en verzekeraars het meest vertrouwd als het gaat om het zorgvuldig omgaan met persoonlijke gegevens, blijkt toch dat een kwart van de burgers hierover ook twijfels heeft bij de overheid.

Een ruime meerderheid wil niet dat commerciële bedrijven inzage hebben in hun persoonlijke gegevens. Met betrekking tot de overheid zijn de meningen meer verdeeld.

Stellingen: Vertrouwen, veiligheid en privacy mbt internet (2)
(Basis: allen, n= 1045)



Helft burgers vindt cookies hinderlijk

De helft van de respondenten vindt cookies hinderlijk.¹ Circa een op de vijf heeft zelfs maatregelen getroffen om cookies te weren. Een kleine groep (13%) geeft aan cookies juist wel prettig te vinden. De overigen maakt het niet uit, hebben nooit over cookies nagedacht of hebben hierover geen mening.²

Overheid is verantwoordelijk voor veilig internet

Een ruime meerderheid (91%) vindt dat de overheid er (enigszins) verantwoordelijk voor is, dat er op het internet veilig wordt omgegaan met de persoonlijke gegevens. Iets meer dan de helft vindt zelfs dat de overheid hiervoor *in grote mate* verantwoordelijk voor is. Slechts 6% legt de verantwoordelijkheid hiervoor niet bij de overheid.

5.4 Delen van persoonlijke informatie op het internet

Hieronder wordt ingegaan op het delen van persoonlijke gegevens. Eerst is aan burgers gevraagd hoe zijzelf op sociale netwerksites omgaan met het delen van deze informatie en daarna wat zij ervan vinden als de overheid persoonlijke gegevens van burgers deelt met andere (overheids-) instanties.

Delen persoonlijke gegevens op sociale media vaak met privacyfilter

Aan respondenten die actief zijn op sociale media is gevraagd of zij zelf persoonlijke informatie als naam, adres, foto's of statusupdates op deze netwerksites delen. Iets meer dan een kwart deelt geen persoonlijke informatie. De overigen delen wel deze informatie met de buitenwereld maar twee derde heeft wel een privacyfilter ingesteld en bepaalt dus zelf wie welke informatie kan zien.

¹ Voorafgaand aan deze vraag is in de vragenlijst een korte uitleg gegeven over cookies.

² Op 1 januari 2013 is een nieuw deel van de cookiewet in werking getreden. Door deze nieuwe wetgeving verschijnen er sinds 1 januari aanzienlijk meer pop ups op het beeldscherm van bezoekers van website. Het veldwerk van dit onderzoek heeft plaatsgevonden in de eerste week van januari. Dus net op het moment dat deze nieuwe wetgeving van kracht werd.

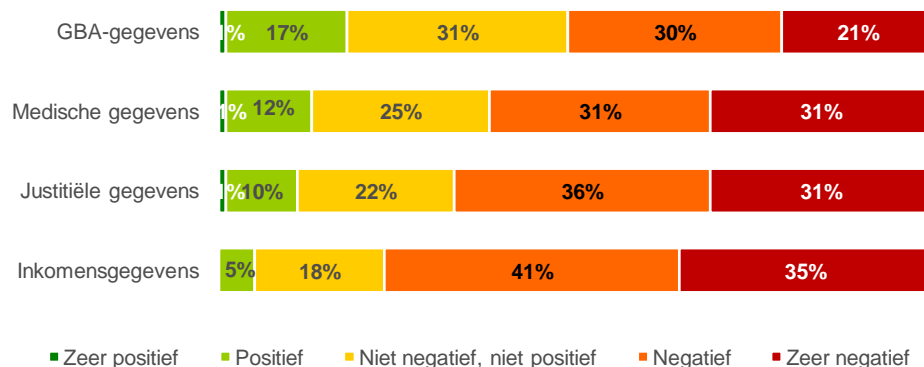
Delen persoonlijke gegeven door de overheid met andere instanties niet op prijs gesteld

Burgers zijn er bepaald geen voorstander van als de overheid persoonlijke informatie over hen met andere (overheids-) instanties zou gaan delen.

Zo ziet driekwart van de burgers liever niet dat de overheid hun inkomensgegevens deelt met derden. Maar ook over het delen van justitiële of medische gegevens is iets meer dan de helft (zeer) afwijzend.

Voor alle voorbeelden geldt dat een aanzienlijk aantal burgers geen standpunt inneemt. Over het delen van de GBA-gegevens bijvoorbeeld neemt een derde een neutraal standpunt in.

In hoeverre staat u er negatief of positief tegenover als de overheid onderstaande persoonlijke gegevens over burgers via het internet zou delen met andere instanties?
(Basis: allen, n= 1045)



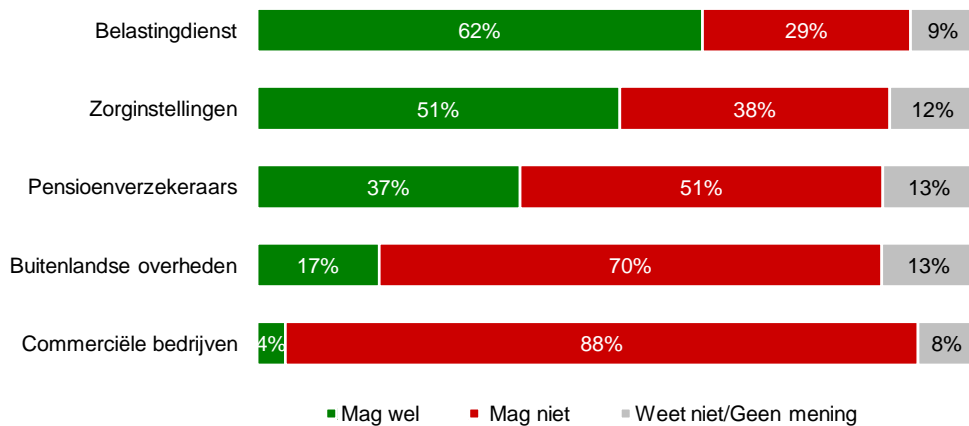
Het delen van persoonlijke gegevens met Belastingdienst minste weerstand

Aansluitend is gevraagd met welke instanties, organisaties en bedrijven de overheid persoonlijke gegevens van burgers zou mogen delen. Hierboven zagen we dat driekwart van de burgers er geen voorstander van is, dat de overheid hun inkomensgegevens deelt met andere instanties. Maar als de overheid persoonlijke gegevens deelt met de Belastingdienst vindt bijna twee derde dit geen probleem. Het delen van deze gegevens met pensioenverzekeraars stuit weer op meer weerstand onder de burgers. De helft vindt dat dit niet mag.

Wat betreft het delen van persoonlijke gegevens van de overheid met zorginstellingen kan opgemerkt worden dat de helft van de burgers dit niet bezwaarlijk vindt.

Het delen van persoonlijke gegevens met buitenlandse overheden en met commerciële bedrijven wordt door een (ruime) meerderheid duidelijk niet op prijs gesteld.

**Met welke instanties, organisaties en bedrijven mag overheid
persoonlijke gegevens delen?
(Basis: allen, n= 1045)**



5.5 Welke condities zijn er verbonden aan een digitale overheid?

Tot slot is aan de burgers een zestal voorwaarden voorgelegd en per voorwaarde is gevraagd in welke mate deze acceptabel is in het geval dat de overheid al haar dienstverlening digitaal zou aanbieden.

Waarborgen privacy belangrijkste voorwaarde

Ook nu zien we weer dat het waarborgen van de privacy de meest belangrijke noodzakelijke voorwaarde is. Gevolgd door de voorwaarde dat de overheid veilig met de persoonlijke gegevens van burgers omgaat.

Persoonlijk contact moet blijven bestaan

Voor bijna de helft is het een noodzakelijke voorwaarde dat er naast de digitale dienstverlening ook de mogelijkheid moet blijven bestaan om persoonlijke contact te hebben met ambtenaren. Voor een even grote groep is dit geen absolute must maar wordt het duidelijk wel geapprecieerd.

Hulp en advies wordt op prijs gesteld

Een derde vindt dat als de overheid besluit al haar diensten digitaal uit te voeren er dan wel hulp of advies moet worden gegeven aan mensen in de samenleving die daar behoefte aan hebben. Iets meer dan helft laat weten het op prijs te stellen als de overheid hierin zou voorzien.

Voor deel is 'zaken op papier' regelen noodzaak maar voor ander deel niet

Iets meer dan een kwart van de burgers wil de garantie dat ook in een digitale toekomst bepaalde zaken, bijvoorbeeld het aangifte doen van belasting, op papier mogelijk blijft. Een iets kleinere groep geeft te kennen dat dit voor hen niet nodig is.

Computercursus of gratis internet in mindere mate belangrijke voorwaarde

Over het aanbieden van gratis cursussen aan burgers die geen of weinig computer- of internetervaring hebben en het aanbieden van gratis internet aan minder vermogende burgers kan gemeld worden, dat dit voor een klein deel van de

burgers een noodzakelijke voorwaarde is. Maar voor ongeveer een even groot deel is dit geen noodzaak.

In hoeverre zijn onderstaande voorwaarden acceptabel als overheid voortaan al haar dienstverlening digitaal aanbiedt
(Basis: allen, n= 1045)



6 Segmentatie op basis van sociale milieus

In dit hoofdstuk komen de volgende twee onderzoeksvragen aan bod: welke segmenten van burgers staan het meest positief of negatief tegenover digitale dienstverlening door de overheid en hoe zijn deze segmenten nader te typeren op het gebied van houding en gedrag ten aanzien van informatie, internet en dienstverlening?

Eerst zal kort worden ingegaan op de uitgevoerde regressie-analyse waarmee bepaald is welk achtergrondkenmerk het meest bepalend is voor de relatie die burgers hebben met de iSamenleving en de iOverheid. Vervolgens wordt het doelgroepen-model van Motivaction geïntroduceerd, dat acht sociale milieus onderscheidt in de bevolking. Aansluitend worden de resultaten per doelgroep beschreven. Per sociaal milieu worden steeds de belangrijkste significante afwijkingen met de gemiddelde Nederlander in bullets gepresenteerd (steeds minimaal 5 procentpunt verschil). Het gaat hier dus om afwijkingen in vergelijking met de gemiddelde Nederlandse burger. Vervolgens wordt een korte samenvattende profielschets gegeven van het sociaal milieu.

6.1 Regressie-analyse

Om in kaart te brengen welke typologie van burgers het meest relevant is en welke achtergrondkenmerken dominant zijn in de houding en het gedrag ten aanzien van ontwikkelingen in de iSamenleving zijn de volgende twee vragen beantwoord met behulp van regressie-analyses:

1. In hoeverre zijn diverse achtergrondkenmerken/typologieën verklarend voor de mate waarin burgers gebruik maken van de iSamenleving?
2. In hoeverre zijn diverse achtergrondkenmerken/typologieën verklarend voor de mate waarin burgers positief of negatief staan tegenover de iOverheid?

De volgende vijf achtergrondvariabelen zijn meegenomen in de analyse: leeftijd, opleiding, geslacht, sociaal milieu (waardeoriëntatie) en stedelijkheidsgraad.

Als eerste heeft er een meervoudige regressie-analyse plaatsgevonden. Uit deze analyse blijkt dat het achtergrondkenmerk stedelijkheidsgraad nauwelijks effect heeft op de mate waarin burgers gebruik maken van de iSamenleving en op hun houding tegenover de iOverheid. De overige variabelen blijken er wel in meer of mindere mate toe te doen: mannen, hoger opgeleiden, jongeren en met name de milieus opwaarts mobielen, kosmopolieten en postmoderne hedonisten staan positiever tegenover de iSamenleving en iOverheid. Daarom zijn alle onafhankelijke variabelen behalve stedelijkheidsgraad meegenomen in daaropvolgende enkelvoudige regressie-analyses. De vier onafhankelijke variabelen zijn nu steeds als afzonderlijke variabele getoetst.

Van de vier relevante achtergrondvariabelen blijkt sociaal milieu uiteindelijk het meest bepalend te zijn. Met andere woorden: sociaal milieu, ofwel de manier waarop burgers in het leven staan en hun waardenoriëntaties, verklaart en voorspelt beter dan leeftijd, opleiding en geslacht hoe burgers tegenover de iSamenleving en iOverheid staan. Daarom zijn in deze rapportage de doelgroepen gesegmenteerd op basis van sociaal milieu. (Voor nadere informatie over de regressie-analyse wordt verwezen naar Bijlage I.)

6.2 Het milieumodel

Uit het Mentality-onderzoeksprogramma van Motivaction blijkt dat de Nederlandse samenleving bestaat uit een achttal consistente sociale milieus met overeenkomstige waardenprofielen. Deze sociale milieus zijn niet gedefinieerd op basis van sociale klassen of socio-economische variabelen, maar op basis van persoonlijke opvattingen, waarden en normen die aan de leefstijl van mensen ten grondslag liggen. Elk milieu kent een eigen leefstijl en consumptiepatroon. De waardenpatronen van elk sociaal milieu komen tot uiting in opinies en concreet gedrag, bijvoorbeeld op het gebied van voeding, media, politiek, mobiliteit, het geven aan goede doelen, financiën, wonen, houding ten opzichte van reclame, het gebruik van nieuwe technologieën, het kopen van specifieke producten en de loyaliteit aan merken.

De miliegroepen zijn intern homogeen en onderling sterk onderscheidend. In de afgelopen jaren heeft de methodiek van milieusegmentatie zich bewezen als praktisch inzetbaar op het gebied van marketing, beleid en communicatie. Motivaction beschikt over een database met meer dan 20.000 respondenten die zijn ingedeeld naar sociaal milieu en meer dan 8.000 hiermee samenhangende variabelen.

In Nederland worden de volgende sociale milieus onderscheiden:

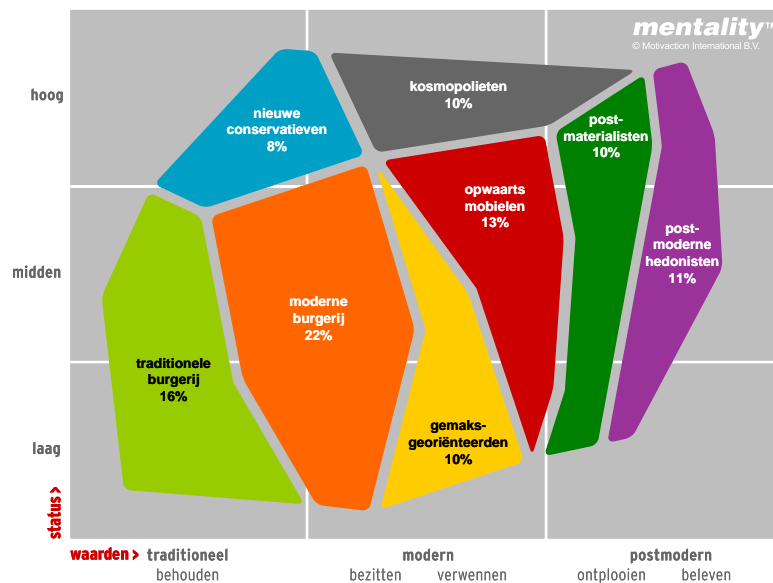
- Traditionele burgerij (16%)
- Gemaksgeoriënteerden (10%)
- Moderne burgerij (22%)
- Nieuwe conservatieven (8%)
- Kosmopolieten (10%)
- Opwaarts mobielen (13%)
- Postmaterialisten (10%)
- Postmoderne hedonisten (11%)

De verschillende sociale milieus met hun eigen karakteristieke waardeprofielen kunnen globaal worden ingedeeld aan de hand van drie waardenoriëntaties:

- een traditionele waardenoriëntatie die zich kenmerkt door de waarde 'behouden';
- een moderne waardenoriëntatie die zich kenmerkt door de waarden 'bezitten' en 'verwennen';
- een postmoderne waardenoriëntatie die zich kenmerkt door de waarden 'ontplooiën' en 'beleven'.

Deze drie waardenoriëntaties zijn bij de schematische weergave van de sociale milieus (zie figuur 1) als uitgangspunt genomen en zijn bepalend voor de horizontale as van de milieu-index. De verticale as van de milieu-index is samengesteld op basis van de sociaal-economische status.

Figuur 1 Sociale milieus in Nederland (bevolking 15-80 jr)



6.3 Traditionele burgerij

De moralistische, plichtsgetrouwe en op de status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.

Houden vast aan traditionele normen en waarden, zien het gezin als de hoeksteen van de samenleving en streven naar een rustig en harmonieus leven. Zijn maatschappelijk betrokken, solidair met minderheden en betrokken bij het milieu. Zijn lokaal georiënteerd en accepteren autoriteit en regels. Wat betreft hun leefstijl kan opgemerkt worden dat zij plichtsbewust zijn, houden van orde, regelmaat en discipline. Zijn risicovrij, sober, spaarzaam en gericht op passief vermaak. Zien hun werk als ondergeschikt aan het gezinsleven en zijn gedisciplineerd. Wat betreft hun sociale relaties staan het gezin en familie centraal. Traditionele rolverdeling. Zoeken harmonie en zijn georiënteerd op op gelijkgestemden



Sociodemografie

- Meer vrouwen dan mannen
- Vaak ouder dan 55 jaar
- Vaker laagopgeleid
- Vaker modaal inkomen
- Vaker woonachtig in niet sterk stedelijk gebied

Attitude ten opzichte van de iSamenleving

Gebruik en frequentie internet

- Minder vaak:
 - Online
 - Gebruik van sociale media
 - Gericht informatie zoeken
 - Online luisteren naar muziek of online kijken naar film/uitzending gemist
 - Online bankieren
 - Online kopen

Digitale informatie behoefte

- Zoeken minder vaak informatie over:
 - Nieuws
 - Reizen en hotels
 - Producten
 - Werk, studie of hobby
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Voorkeur afzender informatie en kanaal

- Aankoop televisie:
 - Advies bij voorkeur face-to face en minder vaak via internet
- Informatie over epidemie
 - Willen vaker schriftelijk advies
- Doorgegeven verhuizing aan gemeente
 - Willen vaker telefonisch advies

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Vervelend dat steeds meer zaken via het internet geregeld moeten worden
 - Lastig als er alleen via het internet contact kan worden opgenomen met organisaties
- Minder vaak:
 - Hun weg goed vinden op het internet
 - Belangrijk om altijd toegang te hebben tot internet

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Vaker gebruik van:
 - E-mail sturen naar gemeente
- Minder vaak gebruik van:
 - Online afspraak maken met een ambtenaar
 - Online product aanvragen

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Vaker gebruik van:
 - Mijn SVB
- Kennen minder vaak en willen ook geen gebruik van:
 - Mijn DUO

Digitale overheid

- Vaker (zeer) negatief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Vinder vaker dat het volgende kenmerk past:
 - Onpersoonlijker
- Vinder minder vaak dat de volgende kenmerken passen:
 - Efficiënter
 - Gemakkelijker
 - Toegankelijker
 - Effectiever
 - Klantvriendelijker

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Vaker:
 - Privacy is erg belangrijk
 - Zorgen over wat er over hen te vinden is op internet
 - Vullen geen persoonlijke gegevens in op het internet omdat zij niet weten wat ermee gebeurt
 - Overheid weet meer over mij dan dat ik zou willen
 - Problemen mee dat overheid inzage heeft in hun persoonlijke gegevens
 - Problemen dat commerciële bedrijven inzage hebben in hun persoonlijke gegevens
- Minder vaak:
 - Vertrouwen in betalen via het internet
 - Overheid gaat zorgvuldig met mijn persoonlijke gegevens om
 - Cookies zijn handig

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Minder vaak:
 - Delen van persoonlijke informatie via sociale netwerksites
 - Privacyfilter ingesteld op sociale netwerksites
- Vaker zeer negatief over het delen van de overheid van:
 - GBA-gegevens
- Vinden vaker dat overheid geen persoonlijke gegevens van burgers mag delen met:
 - Belastingdienst
 - Buitenlandse overheden

Randvoorwaarden digitale overheid

- Geen verschillen

Samenvatting

Traditionele burgers staan (nog) niet volop in de iSamenleving. Het gebruik van het internet is voor velen geen way of life. Zij maken vaker gebruik van de traditionele middelen om zich te informeren. Staan minder open voor een samenleving waarin alles via het internet wordt geregeld. Willen de mogelijkheid behouden om telefonisch, schriftelijk of face-to face contact te hebben.

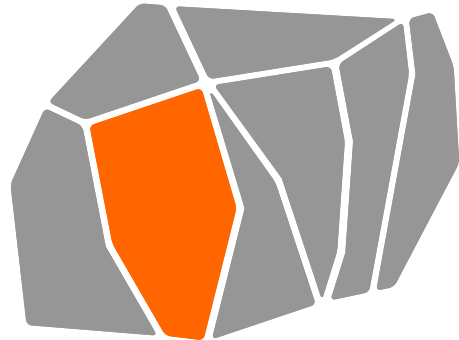
Traditionele burgers zijn vaker (zeer) negatief over de iOverheid. Zij vinden een digitale overheid vaker onpersoonlijk. Kenmerken als efficiënter, gemakkelijker, toegankelijker, effectiever en klantvriendelijk vinden zij vaak minder van toepassing op de iOverheid. Ze maken weinig gebruik van digitale diensten en informatie die de overheid aanbiedt via het internet.

Ze zijn vaker onwetend over hoe er met hun persoonlijke gegevens wordt omgegaan op het internet en lijken daardoor zeer wantrouwend met betrekking tot hun privacy. Zij hebben er dus ook minder grip op hoe de digitale overheid omgaat met hun persoonlijke gegevens en mede daardoor is hun grondhouding ten aanzien van een digitale overheid afwijzend. Toch stellen zij minder vaak noodzakelijke randvoorwaarden aan een digitale overheid. Dit kan mogelijk verklaard worden door hun acceptatie van autoriteiten en regels.

6.4 Moderne burgerij

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

Hun ambities zijn een balans vinden tussen traditionele normen en waarden en verandering. Willen status en aanzien verwerven. Zien het gezin als de hoeksteen van de samenleving. Maatschappelijk en politiek gezien is er verlangen naar autoriteit en regels én verlangen naar erkenning en waardering. Hebben een conformistische en risicomijdende levensstijl. Leiden een regelmatig leven. Zijn consumptie- en vermaakgericht. Zijn verder materialistisch, statusgevoelig en technologie-minded. Wat betreft werk en inkomen zijn zij op zoek naar zekerheid, inkomen én uitdaging. Gezin en familie staan centraal en zijn voor een traditionele rolverdeling



Sociodemografie

- Vaker tussen 35 en 44 jaar
- Evenveel vrouwen als mannen
- Vaker laagopgeleiden
- Minder vaak boven modaal inkomen
- Vaker woonachtig in niet zeer sterk verstedelijke gebieden

Attitude ten opzichte van de Samenleving

Gebruik en frequentie internet

- Minder vaak:
 - Gebruik van sociale media
 - Gericht informatie zoeken
 - Rondsurfen
 - Online luisteren naar muziek of online kijken naar film/uitzending gemist

Digitale informatie behoefte

- Zoeken minder vaak informatie over:
 - Werk, studie of hobby
 - Rijksoverheid
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Voorkeur afzender informatie en kanaal

- Aankoop televisie:
 - Vaker advies van familie of vrienden en minder vaak via consumentenorganisaties
- Doorgeven verhuizing aan gemeente
 - Willen minder vaak advies via internet

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Vervelend dat steeds meer zaken via het internet geregeld moeten worden
- Minder vaak:
 - Hun weg goed vinden op het internet
 - Informatie vinden die zij zoeken op het internet
 - Hedendaagse samenleving functioneert niet zonder internet
 - Belangrijk om altijd toegang te hebben tot internet

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Minder vaak gebruik van:
 - Website van hun gemeente
 - E-mail sturen naar gemeente
 - Online een melding maken
- Kennen minder vaak en willen ook geen gebruik van:
 - Online een afspraak maken met een ambtenaar
 - Online aanvragen van een product

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Kennen minder vaak en willen ook geen gebruik van:
 - Mijn DUO
 - Mijn SVB

Digitale overheid

- Minder positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Vinder minder vaak dat de volgende kenmerken passen:
 - Efficiënter
 - Sneller
 - Toegankelijker
 - Effectiever
- Vaker een neutraal oordeel over de volgende kenmerken:
 - Veiliger
 - Gemakkelijker

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Vaker:
 - Overheid weet meer over mij dan dat ik zou willen
 - Zorgen over wat er over hen te vinden is op internet
 - Vullen geen persoonlijke gegevens in op het internet omdat zij niet weten wat ermee gebeurt
 - Staan niet stil bij cookies
 - Overheid is in grote mate verantwoordelijk voor een veilig verkeer op internet
- Minder vaak
 - Vertrouwen in betalen via het internet
- Vaker neutraal oordeel over:
 - Geen problemen mee dat de overheid inzage heeft in mijn persoonlijke gegevens

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Vinden minder vaak dat overheid persoonlijke gegevens van burgers mag delen met:
 - Belastingdienst
 - Buitenlandse overheden

Randvoorwaarden digitale overheid

- Geen verschillen

Samenvatting

Moderne burgers staan evenals de traditionele burgers (nog) niet voluit in de iSamenleving. Internet is vaak niet de primaire informatiebron en is voor hen ook niet per se noodzakelijk om de hedendaagse samenleving goed te laten functioneren. Ook deze groep burgers is nog niet goed op de hoogte van alle ins en outs met betrekking tot internet.

De moderne burgers zijn minder positief over de digitale overheid. Zij maken nog weinig gebruik van de diensten en informatie die de overheid via het internet aanbiedt. Zij geven ook vaker aan dat zij hier geen behoefte aan hebben.

Zij hebben vaak geen goed inzicht over hoe er op het internet wordt omgegaan met persoonlijke gegevens. En zijn daarom, zij het in mindere mate dan de traditionele burgers, huiverig ten aanzien van hun privacy. Gezien hun hang naar autoriteit is het niet opzienbarend dat de moderne burgerij vaker dan de andere burgergroepen vinden dat de overheid verantwoordelijk is voor een veilig verkeer op het internet.

Evenals de traditionele burgers stellen ook zij minder vaak noodzakelijke randvoorwaarden aan de digitale overheid.

6.5 Gemaksgeoriënteerden

De impulsieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.

Ambiëren materiële rijkdom, vrij zijn en een gemakkelijk leven leiden met vermaak. Hebben weinig interesse in maatschappij en politiek. Verlangen naar erkenning en waardering. Hun leefstijl kan gekenschetst worden als impulsief, gericht op het hier en nu. Zijn informeel, materialistisch, consumptiegericht en vermaak- en ervaringsgericht. Hechten aan uiterlijk vertoon. Hebben wat betreft werken en presteren weinig ambitie en zijn niet gericht op vastigheid of verantwoordelijkheid. Zijn individualistisch maar verlangend naar gezinsideaal.



Sociodemografie

- Vaker jonger dan 24 jaar
- Geen verschil mannen en vrouwen
- Vooral middelbaar opgeleid
- Vaker beneden modaal
- Overall woonachtig

Attitude ten opzichte van de iSamenleving

Gebruik en frequentie internet

- Vaker:
 - Gebruik van sociale media
 - Rondsurfen
 - Online luisteren naar muziek of online kijken naar film/uitzending gemist
- Minder vaak:
 - Emailen met familie of vrienden
 - Online bankieren

Digitale Informatie behoefte

- Zoeken minder vaak informatie over:
 - Nieuws
 - Gezondheid
 - Werk, studie of hobby
 - Gemeente
 - Rijksoverheid
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Voorkeur afzender informatie en kanaal

- Informatie over epidemie:
 - Vaker advies via fora en minder vaak advies van overheid of belangenorganisaties
 - Vaker voorkeur voor telefonisch advies
- Doorgeven verhuizing aan gemeente
 - Minder vaak advies van overheid

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Vervelend dat steeds meer zaken via het internet geregeld moeten worden

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Kennen minder vaak en willen ook geen gebruik van:
 - Website van hun gemeente
 - E-mail sturen naar gemeente
 - Online een product aanvragen
 - Online een melding maken
- Kennen minder vaak maar willen wel gebruik van:
 - Online een afspraak maken met een ambtenaar

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Vaker gebruik van:
 - Online een toeslag aanvragen (bijvoorbeeld huurtoeslag of zorgtoeslag)
- Hebben vaker nog nooit gehoord van MijnOverheid

Digitale overheid

- Vaker een neutraal oordeel over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Hebben vaker een neutraal oordeel over de volgende kenmerken:
 - Efficiënter
 - Sneller
 - Effectiever
 - Klantvriendelijker
 - Betrouwbaarder

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Vaker:
 - Vertrouwen in dat commerciële bedrijven zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaan
 - Geen uitgesproken mening over cookies
 - Vertrouwen in dat verzekeraars zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaan

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Vinden vaker dat overheid geen persoonlijke gegevens van burgers mag delen met:
 - Belastingdienst
- Vinden minder vaak dat de overheid geen persoonlijke gegevens van burgers mag delen met:
 - Commerciële bedrijven

Randvoorwaarden digitale overheid

- Vinden minder vaak een noodzakelijke voorwaarde:
 - Waarborgen van de privacy
 - Veilig omgaan met persoonlijke gegevens van de burgers

Samenvatting

Gemaksgeoriënteerden staan midden in de iSamenleving maar dan wel op hun manier. Ze maken volop gebruik van de mogelijkheden die bij hun passen en zijn vooral consumptie- en vermaakgericht. Zij zijn frequente gebruikers van sociale media en surfen veel rond maar voor meer serieuze zaken of verdieping wordt er minder gebruik gemaakt van het internet.

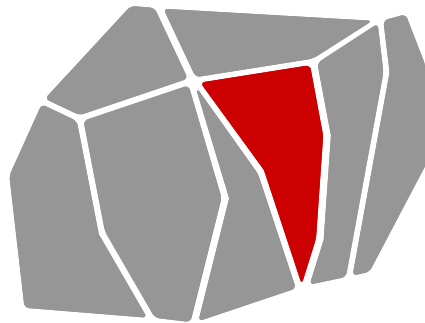
Ze zijn weinig geïnteresseerd in de overheid. Hebben dan ook een neutraal oordeel over een iOverheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet. Zelf maken zij weinig gebruik van deze digitale diensten en lijken dat ook niet van plan. Maar als een specifieke dienst hen uitkomt dan weten zij hun digitale weg hier goed naar te vinden.

Gemaksgeoriënteerden zijn vaak jong en lager opgeleid. Zij leiden bij voorkeur een onbezorgd leventje en staan niet te vaak stil bij dingen. Zij maken zich dan ook niet teveel zorgen over hun privacy op het internet. En in tegenstelling tot de andere sociale milieus vinden zij dan ook vaker dat het waarborgen van de privacy en het veilig omgaan met persoonlijke gegevens geen noodzakelijke voorwaarden zijn voor de iOverheid.

6.6 Opwaarts mobielen

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

Ambieren carrière maken en sociale status verwerven. Zijn vrij van traditie en plichten. Staan wat betreft maatschappij en politiek open voor vernieuwing en verandering. Zijn internationaal georiënteerd en verlangen naar erkenning en waardering. Hebben een materialistisch en statusgevoelige levensstijl. Zijn consumptie- en vermaakgericht, impulsief en avontuurlijk en willen vrijheid behouden. Technologie-minded. Werken en presteren is een centrale drijfveer, het verschaft hen identiteit, status en inkomensverbetering. Zijn individualistisch in hun sociale relaties. Vooral georiënteerd op gelijkstemden. Traditionele rolverdeling



Sociodemografie

- Meer mannen dan vrouwen
- Vaker jonger dan 24 jaar
- Alle opleidingsniveaus
- Vaker minimum inkomen
- Vaker woonachtig in stedelijke gebieden

Attitude ten opzichte van de iSamenleving

Gebruik en frequentie internet

- Vaker:
 - Gebruik van sociale media
 - Gericht informatie zoeken
 - Rondsurfen
 - Online luisteren naar muziek of online kijken naar film/uitzending gemist
 - Online bankieren
 - Online gamen
 - Online kopen

Digitale informatie behoefte

- Zoeken minder vaak informatie over :
 - Reizen of hotels
 - Gezondheid
 - Gemeente
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Voorkeur afzender informatie en kanaal

- Informatie over epidemie:
 - Vaker advies van familie of vrienden en minder vaak advies van overheid
 - Vaker voorkeur voor face-to-face advies en minder vaak via het internet
- Doorgeven verhuizing aan gemeente
 - Vaker advies van familie of vrienden of belangenorganisaties en minder vaak advies van overheid

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Belangrijk om altijd toegang te hebben tot internet

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Minder vaak gebruik van:
 - Website van hun gemeente

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Vaker gebruik van:
 - Mijn DUO
- Minder vaak gebruik van:
 - Belastingdienst.nl

Digitale overheid

- Vaker zeer positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Vinder vaker dat de volgende kenmerken passen:
 - Toegankelijker
 - Effectiever
 - Klantvriendelijker
 - Leuker
 - Betrouwbaarder
 - Veiliger
- Hebben vaker een neutraal oordeel over het kenmerk:
 - Onpersoonlijker

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Vaker:
 - Vertrouwen in betalen via het internet
 - Invullen persoonlijke gegevens in op het internet omdat zij weten wat ermee gebeurt
 - Vertrouwen in dat commerciële bedrijven zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaan
 - Vertrouwen in dat verzekeraars zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaan
 - Geen problemen mee dat de overheid inzage heeft in hun persoonlijke gegevens
 - Geen problemen mee dat commerciële bedrijven inzage hebben in hun persoonlijke gegevens
 - Cookies zijn handig
- Minder vaak:
 - Privacy is erg belangrijk
 - Zorgen over wat er over hen te vinden is op internet
 - Cookies zijn hinderlijk en maatregelen getroffen
 - Overheid is in grote mate verantwoordelijk voor een veilig verkeer op internet

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Vaker positief over delen van de overheid met andere instanties van:
 - Inkomensgegevens
 - Medische gegevens
 - Justitiële gegevens
- Minder vaak negatief over delen van de overheid met andere instanties van:
 - GBA-gegevens
- Vinden vaker dat overheid persoonlijke gegevens mag delen met:
 - Commerciële bedrijven
 - Buitenlandse overheden
- Vinden minder vaak dat overheid geen persoonlijke gegevens mag delen met:
 - Pensioenverzekeraars
 - Zorginstellingen
- Vragen zich minder vaak af welke gegevens de overheid over hen heeft opgeslagen

Randvoorwaarden digitale overheid

- Vinden minder vaak een noodzakelijke voorwaarde:
 - Voortbestaan persoonlijk contact met een ambtenaar
 - Waarborgen van de privacy
 - Veilig omgaan met persoonlijke gegevens van de burgers

Samenvatting

Opwaarts mobielen staan volop in de iSamenleving. Zij vinden het belangrijk om altijd de mogelijkheid te hebben om online te zijn. En dat zijn ze vaak. Niet alleen op sociale netwerksites maar ze gaan ook online om te bankieren of voor het kopen van producten.

Deze groep bestaat vaak uit jongeren die openstaan voor technologische vernieuwingen. Dat zien we terug in hun positieve attitude ten aanzien van de iOverheid. Ook wat betreft het delen van persoonlijke gegevens van burgers door de overheid hebben zij doorgaans een redelijk positief oordeel. Privacy is, net als bij de gemaksgereïenteerden die ook vaak uit jongeren bestaat, geen issue. Bij de opwaarts mobielen lijkt het zelfs bijna een non-issue. Zij hebben in vergelijking met andere burgergroepen haast een grenzeloos vertrouwen dat derden geen misbruik maken van hun gegevens.

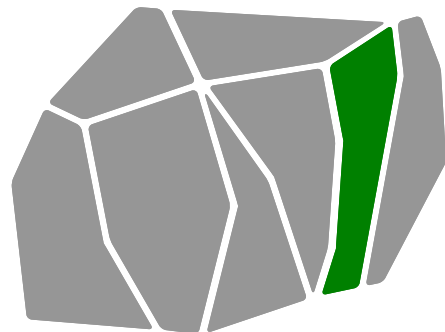
6.7 Postmaterialisten

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, zich verzetten tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

Ambieren zelfontplooiing, zijn solidair en sociaal bewogen. Hebben aandacht voor immateriële waarden. Zijn maatschappelijk en politiek geëngageerd, reflectief en kritisch. Maar ook solidair en tolerant. Zijn internationaal geïnteresseerd. Hun leefstijl kenmerkt zich als planmatig en principieel. Niet consumptie- of vermaakgericht maar sober. Houden van kunst en cultuur. Werken is geen centrale drijfveer. Zoeken balans tussen werken en privé-leven. Willen maatschappelijk nuttig zijn. Zijn individualistisch in sociale realties. Partners hebben een eigen vriendenkring.

Sociodemografie

- Vaker tussen 55 en 64 jaar
- Evenveel mannen en vrouwen
- Meer hoogopgeleiden
- Vaker meer dan 2 keer modaal
- Vaker woonachtig in zeer sterk verstedelijkte gebieden



Attitude ten opzichte van de iSamenleving

Gebruik en frequentie internet

- Vaker
 - Mailen met vrienden of familie
- Minder vaak:
 - Online gamen

Digitale informatie behoefte

- Zoeken vaker informatie over:
 - Nieuws
 - Gemeente
 - Rijksoverheid
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Lastig dat er alleen via internet contact kan worden opgenomen met organisaties
- Minder vaak:
 - Informatie vinden die zij zoeken op het internet
- Vaker neutraal over:
 - Informatie op internet is betrouwbaar

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Vaker gebruik van:
 - Website van hun gemeente
 - Online een afspraak maken met een ambtenaar

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Vaker gebruik van:
 - Belastingdienst.nl.
- Kennen minder vaak en willen ook geen gebruik van:
 - Mijn SVB

Digitale overheid

- Vaker positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Vinder minder vaak dat het volgende kenmerk past:
 - Leuker
- Vinder vaker dat het volgende kenmerk niet past:
 - Gemakkelijker

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Minder vaak:
 - Vertrouwen in dat verzekeraars zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaan
 - Geen problemen mee dat de commerciële bedrijven inzage hebben in hun persoonlijke gegevens

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Vaker:
 - Afvragen welke gegevens de overheid over hen heeft opgeslagen
- Vaker neutraal over:
 - Delen van de overheid van inkomensgegevens met andere instanties

Randvoorwaarden digitale overheid

- Vaker een noodzakelijke voorwaarde:
 - Voortbestaan persoonlijk contact met een ambtenaar
 - Veilig omgaan met persoonlijke gegevens van burgers
 - Gratis beschikbaar stellen van internet aan mindervermogende burgers

Samenvatting

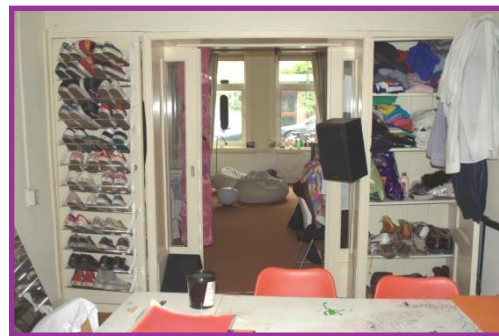
Postmaterialisten zijn goed thuis in de iSamenleving. Maar zij gebruiken het internet vooral voor zaken die zij belangrijk vinden. Zoals het onderhouden van contacten via de mail met vrienden of familie en voor zelfontplooiing. Het internet wordt minder consumptie- en vermaaktgericht gebruikt.

Zij zijn doorgaans positief over de iOverheid. Postmaterialisten maken vooral gebruik van de digitale informatievoorziening en ten dele ook al van de digitale diensten. Zij hebben er redelijk vertrouwen in dat de overheid zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaat. Maar vinden wel dat dit een noodzakelijke voorwaarde is voor de iOverheid. Evenals het voortbestaan van persoonlijk contact met een ambtenaar en het gratis beschikbaar stellen van internet aan mindervermogende burgers.

6.8 Postmoderne hedonisten

De pioniers van de beleviscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden

Wat betreft hun ambities valt op dat zij vrij zijn en leven in het hier en nu. Willen nieuwe ervaringen opdoen en zijn onafhankelijk. Zijn weinig betrokken bij de maatschappij en de politiek. Zijn tolerant en voor gelijke kansen. Impulsieve leefstijl. Avontuurlijk en vrijblijvend ('anything goes'). Houden van kunst en (populaire) cultuur. Ervaringsgericht. Werken neemt geen centrale rol in en is ondergeschikt aan privé. Zijn individualistisch. Vrienden zijn belangrijker dan familie.



Sociodemografie

- Evenveel mannen als vrouwen
- Minder vaak ouder dan 55 jaar
- Meer hoogopgeleiden
- Vaker minimum inkomen en vaker 1 tot 2 keer modaal
- Vaker woonachtig in zeer sterk verstedelijkte gebieden

Attitude ten opzichte van de iSamenleving

Gebruik en frequentie internet

- Vaker:
 - Meerdere malen per dag online
 - Online bankieren
- Minder vaak:
 - Online luisteren naar muziek of online kijken naar films/uitzending gemist

Digitale informatie behoefte

- Zoeken vaker informatie over:
 - Nieuws
 - Reizen en hotels
 - Studie, werk of hobby
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Voorkeur afzender informatie en kanaal

- Aankoop televisie:
 - Vaker advies via fora en minder vaak van familie of vrienden
 - Vaker persoonlijk advies en minder vaak via het internet
- Advies epidemie:
 - Vaker advies via belangenorganisaties

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Hun weg goed vinden op het internet
 - Informatie vinden die zij zoeken
- Minder vaak:
 - Internet is een betrouwbare informatiebron
 - Belangrijk om altijd toegang te hebben tot internet
 - Lastig als er alleen via internet contact kan worden opgenomen met organisaties
 - Vervelend dat steeds meer zaken via het internet geregeld moeten worden

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Vaker gebruik van:
 - Website van hun gemeente
 - Online een melding maken
- Vaker op de hoogte van bestaan en willen ook gebruik maken van:
 - Online een afspraak maken met een ambtenaar
 - Online een product aanvragen

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Kennen MijnOverheid vaker van naam

Digitale overheid

- Vaker zeer positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Vinder vaker dat de volgende kenmerken passen:
 - Efficiënter
 - Gemakkelijker
 - Toegankelijker
 - Klantvriendelijker

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Vaker:
 - Vertrouwen in betalen via het internet
 - Vullen vaker persoonlijke gegevens in op het internet omdat zij weten wat ermee gebeurt
 - Geen problemen mee dat de overheid inzage heeft in hun persoonlijke gegevens

- Geen problemen mee dat de commerciële bedrijven inzage hebben in hun persoonlijke gegevens
 - Cookies zijn handig
 - Vinden vaker dat de overheid enigszins in plaats van in grote mate verantwoordelijk is voor het veilig verkeer op internet
- Minder vaak:
 - Zorgen over wat er over hen te vinden is op het internet
 - Privacy is erg belangrijk
 - Overheid weet meer over mij dan ik wil

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Vaker positief over het delen van de overheid met andere instanties van:
 - Medische gegevens
- Vaker minder negatief over het delen van de overheid met andere instanties van:
 - Inkomensgegevens
 - GBA-gegevens
 - Justitiële gegevens

Randvoorwaarden digitale overheid

- Geen verschillen

Samenvatting

Postmoderne hedonisten zijn frequente internetgebruikers. Zij vinden het geen probleem dat steeds meer zaken digitaal geregeld worden. Ondanks dat zij volop deelnemen aan de iSamenleving hebben zij niet de behoefte om altijd online te zijn.

Zijn vaak zeer positief over de iOverheid. Vooral ook omdat daardoor in hun optiek de overheid niet alleen klantvriendelijker en toegankelijker wordt maar ook gemakkelijker. Hun ontspannen en onbezorgde levenshouding is terug te vinden in de manier waarop zij omgaan met hun privacy op het internet. Cookies vinden zij vaak handig en zij zijn minder negatief dan de meeste andere sociale milieus over het koppelen en delen van persoonlijke gegevens door de overheid.

6.9 Nieuwe conservatieven

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling en uitgaat van eigen verantwoordelijkheid op sociaal en cultureel gebied.

Houden vast aan traditionele normen en waarden en het beschermen van hun sociale status. Maatschappelijk en politiek gezien zijn zij hiërarchisch en kritisch. Politiek en historisch geïnteresseerd. Hebben een sobere en risicomijdende leefstijl. Houden van kunst en cultuur. Hechten aan etiquette. Werken verschaft hen identiteit en is superieur aan privé. Zijn hiërarchisch in sociale relaties. Familierelaties spelen een centrale rol.



Sociodemografie

- Meer mannen dan vrouwen
- Vaak ouder dan 35 jaar
- Meer hoogopgeleiden
- Meer hoge inkomens
- Overall woonachtig

Attitude ten opzichte van de iSamenleving

Gebruik en frequentie internet

- Vaker:
 - Gericht informatie zoeken
 - Emailen met familie of vrienden
 - Online bankieren
- Minder vaak:
 - Online luisteren naar muziek, of online kijken naar films/uitzending gemist
 - Online gamen

Informatie behoefte

- Zoeken vaker informatie over:
 - Reizen en hotels
 - Studie, werk of hobby
 - Gemeente
 - Rijksoverheid
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Voorkeur afzender informatie en kanaal

- Advies epidemie:
 - Vaker advies van overheid
 - Vaker advies via het internet
- Doorgeven verhuizing aan gemeente
 - Vaker advies van overheid
 - Vaker advies via het internet

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Hun weg goed vinden op het internet
 - Belangrijk om altijd toegang te hebben tot internet
- Minder vaak:
 - Lastig als er alleen via internet contact kan worden opgenomen met organisaties

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Vaker gebruik van:
 - Website van hun gemeente
 - E-mail sturen naar gemeente
 - Online melding maken
- Vaker op de hoogte van bestaan en willen ook gebruik maken van:
 - Online een product aanvragen

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Vaker gebruik van:
 - Belastingdienst.nl
 - Mijn SVB
- Hebben vaker gehoord van MijnOverheid

Digitale overheid

- Vaker zeer positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Vinder vaker dat de volgende kenmerken passen::
 - Efficiënter
 - Gemakkelijker
 - Sneller
 - Effectiever
 - Klantvriendelijker
 - Betrouwbaarder
- Vinder vaker dat het volgende kenmerk niet past:
 - Veiliger

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Vaker:
 - Vullen vaker persoonlijke gegevens in op het internet omdat zij weten wat ermee gebeurt
 - Cookies zijn hinderlijk en maatregelen getroffen om cookies te weren
- Minder vaak:
 - Zorgen over wat er over hen te vinden is op het internet
 - Vertrouwen in dat verzekeraars zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaan

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Vinden vaker dat overheid persoonlijke gegevens mag delen met:
 - Belastingdienst
- Vinden vaker dat overheid persoonlijke gegevens niet mag delen met:
 - Commerciële bedrijven

Randvoorwaarden digitale overheid

- Minder vaak noodzakelijke voorwaarde:
 - Gratis cursus aan burgers met geen of weinig computer- of internetervaring
 - Gratis internet voor mindervermogende burgers

Samenvatting

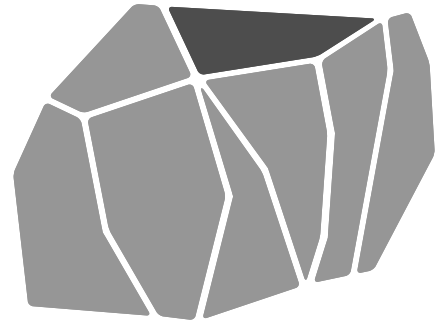
Nieuwe conservatieven zijn digivaardig en staan midden in de iSamenleving. Zij maken op een nuttige manier gebruik van het internet. Het is vooral een informatiebron en een middel om te communiceren, zowel zakelijk als met familie of vrienden, dan dat het aangewend wordt ter ontspanning.

Het openstaan voor nieuwe technologische ontwikkelingen is duidelijk terug te zien in hun houding ten aanzien van de iOverheid. Zij zijn hierover vaak zeer positief en zien veel voordelen. Nieuwe conservatieven behoren tot de voorhoede als het gaat om het gebruik van de digitale dienstverlening en informatievoorziening. Zij maken zich niet teveel zorgen over hun privacy op het internet omdat zij over voldoende kennis beschikken om zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens op het internet om te gaan.

6.10 Kosmopolieten

De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.

Ambieren maatschappelijk succes en zelfontplooiing. Zijn sociaal bewogen. Internationaal geïnteresseerd, maatschappelijk en politiek geïnteresseerd. Tolerant. Zijn consumptiegericht, materialistisch en technologie-minded. Impulsief en avontuurlijk. Statusgevoelig en gehecht aan etiquette. Houden van kunst en cultuur. Werken is een centrale drijfveer en verschaft hen identiteit en status. Zijn ambitieus en streven naar inkomensverbetering. In hun sociale relaties zijn het netwerkers en gericht op gelijkgestemden



Sociodemografie

- Evenveel mannen als vrouwen
- Vaker tussen 16 en 24 jaar
- Vaker hoogopgeleid
- Vaker twee keer modaal
- Overall woonachtig

Attitude ten opzichte van de iSamenleving

Gebruik en frequentie internet

- Vaker:
 - Meerdere keren per dag online
 - Gebruik sociale media
 - Online luisteren naar muziek, of online kijken naar films/uitzending gemist

Digitale informatie behoefte

- Zoeken vaker informatie over:
 - Nieuws
 - Producten
 - Gezondheid
 - Studie, werk of hobby
 - Rijksoverheid
 - Verkiezingen (Kieswijzer of Stemwijzer)

Voorkeur afzender informatie en kanaal

- Aankoop televisie:
 - Vaker advies van consumentenorganisaties en minder vaak van familie of vrienden
 - Vaker advies via het internet
- Doorgeven verhuizing aan gemeente
 - Vaker advies van overheid

Houding ten aanzien van internet en informatie

- Vaker:
 - Hun weg goed vinden op het internet
- Minder vaak:
 - Vervelend dat steeds meer zaken via internet geregeld moeten worden

Attitude ten opzichte van de iOverheid

Digitale dienstverlening gemeente

- Vaker gebruik van:
 - Website van hun gemeente
 - Online een product aanvragen

Digitale dienstverlening Rijksoverheid

- Vaker gebruik van:
 - Mijn DUO
- Minder vaak gebruik van:
 - Mijn SVB

Digitale overheid

- Vaker positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet

Kenmerken passend bij een digitale overheid

- Vinder vaker dat de volgende kenmerk past:
 - Efficiënter
- Vinder vaker dat de volgende kenmerk niet past:
 - Onpersoonlijker

Vertrouwen, veiligheid en privacy

- Vaker:
 - Vullen vaker persoonlijke gegevens in op het internet omdat zij weten wat ermee gebeurt
 - Cookies maken mij niet uit
- Minder vaak:
 - Zorgen over wat er over hen te vinden is op het internet
 - Overheid weet meer over mij dan ik wil
 - Vertrouwen in dat commerciële bedrijven zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaan
- Vaker neutraal over:
 - Geen problemen als overheid inzage heeft in mijn persoonlijke gegevens

Delen van persoonlijke informatie op het internet

- Vaker negatief over het delen van de overheid met andere instanties van:
 - GBA-gegevens
 - Justitiële gegevens
- Vinden vaker dat de overheid inkomensgegevens wel mag delen met:
 - Belastingdienst
- Vinden vaker dat de overheid geen persoonlijke gegevens mag delen met:
 - Pensioenverzekeraars

Randvoorwaarden digitale overheid

- Vaker een noodzakelijke voorwaarde:
 - Voortbestaan persoonlijk contact met een ambtenaar
 - Waarborgen van de privacy
 - Veilig omgaan met persoonlijke gegevens van burgers

Samenvatting

Ook de kosmopolieten staan volop in de iSamenleving. Zij zijn vaak online en gebruiken het internet niet alleen om zich te informeren maar ook om zich te ontspannen.

Kosmopolieten zijn positief over de iOverheid. Maar maken nog niet volop gebruik van de digitale diensten die worden aangeboden. Hebben een ambivalente houding ten aanzien van privacy. Enerzijds maken zij zich hier geen zorgen over maar anderzijds zijn zij schoorvoetend als het gaat over het delen van persoonlijke gegevens door de overheid. Het zorgvuldig omgaan met persoonlijke gegevens en het waarborgen van de privacy zijn voor deze groep noodzakelijke voorwaarden die gesteld worden aan een iOverheid. Ze maken veel gebruik van sociale media maar hechten ook aan het behouden van persoonlijk contacten.

6.11 Doelgroepen en de iSamenleving en de iOverheid

Zoals al eerder is besproken, zijn leeftijd, opleiding en het sociaal milieu waartoe iemand behoort bepalend voor de mate waarin burgers participeren in de iSamenleving en de mate waarin zij positief staan tegenover de iOverheid. Uit de regressie-analyses is gebleken dat van al deze achtergrondkenmerken het sociaal milieu hier net iets meer over zegt.

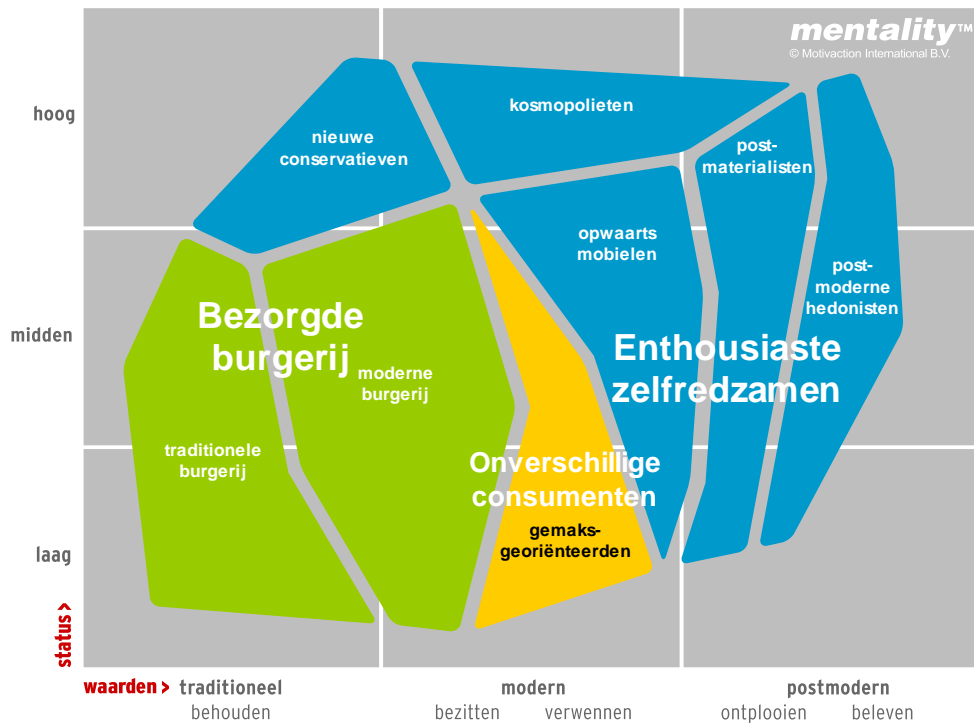
In onderstaande tabel wordt per milieu inzichtelijk gemaakt hoe dit sociaal milieu zich verhoudt tot de iSamenleving en de iOverheid. Uit de tabel kan verder opgemaakt worden, dat sommige milieus sterk op elkaar lijken in hun houding en gedrag tegenover de iSamenleving en iOverheid. Als we milieus die op elkaar lijken samenvoegen, kunnen we de volgende drie segmenten onderscheiden:

- de bezorgde burgerij (groen gemarkeerd in de tabel);
- de enthousiaste zelfredzamen (blauw gemarkeerd);
- de onverschillige consumenten (oranje gemarkeerd).

	Participatie in de iSamenleving	Attitude iSamenleving	Attitude iOverheid	Participatie in de iOverheid (gebruik digitale dienstverlening)	Privacy belangrijk vinden	Vertrouwen dat privacy veilig is bij iOverheid
Traditionele burgerij	--	--	--	-	++	--
Moderne burgerij	--	--	-	--	+	--
Opwaarts mobilen	++	+	++	-	--	+
Postmoderne hedonisten	+	0	+	+	+	0
Nieuwe conservatieven	++	++	++	++	0	+
Kosmopolieten	++	+	+	+	+	++
Postmoderne hedonisten	++	++	++	+	--	++
Gemaksgeoriënteerden	+	0	0	-	-	0

In onderstaande grafiek wordt de relatie tussen sociale milieus en de iSamenleving en iOverheid getoond. Omdat het hier om een interpretatie gaat, zijn de segmenten niet gekwantificeerd. Zo is bijvoorbeeld niet elke traditionele of moderne burger een bezorgde burger. Wel is het zo, dat van alle milieus bezorgde burgers vaker binnen deze twee milieus voorkomen.

Figuur: relatie sociale milieus tot de iSamenleving en iOverheid, samengevat in 3 segmenten



Hieronder wordt per segment nader besproken hoe dit sociaal milieu zich verhoudt tot de iSamenleving en de iOverheid.

6.11.1 De bezorgde burgerij

De traditionele en moderne burgerij kenmerken zich door de volgende basishoudingen:

- Staan behoudend in de maatschappij
- Zijn gericht op gelijkgestemden
- Hebben moeite met veranderingen in de maatschappij
- Staan minder open voor nieuwe technologie
- Hechten aan geborgenheid, kleinschaligheid en overzichtelijkheid
- Staan wat afwachtender in het leven en zijn in mindere mate zelfredzaam

Minder digivaardig

De traditionele en moderne burgerij staan minder open voor een samenleving waarin alles via het internet wordt geregeld. Zij grijpen vaker terug op de traditionele middelen om zich te informeren. Daarnaast willen zij vaker de mogelijkheid behouden om ook telefonisch, schriftelijk of face-to-face contact te hebben.

Deze groep burgers heeft vaker dan de andere milieus moeite om zijn of haar weg te vinden op het internet. Ook hebben zij vaker meer moeite om de informatie te vinden die zij zoeken. Zij zijn dus duidelijk minder digivaardig.

Omdat zij minder digivaardig zijn, zijn zij vaak minder goed op de hoogte hoe het er precies aan toe gaat op het internet. Zij hebben vaak ook minder kennis hoe zij zich veilig op het internet kunnen begeven. Onwetendheid maakt vaak dat men wantrouwend is. En dat blijkt ook hier het geval te zijn. We zien dan ook dat de traditionele en moderne burgerij zich veel vaker zorgen maken dan de andere segmenten over wat er over hen te vinden is op het internet. Zij denken ook veel vaker dat de overheid meer over hen weet dan dat zij zouden willen. In betalen via het internet hebben zij ook minder vertrouwen. En zij vullen vaker geen persoonlijke gegevens in op het internet omdat zij niet weten wat er mee gebeurt.

Minder gebruik digitale diensten iOverheid

Openstaan voor een iOverheid houdt ondermeer in dat men gebruik maakt of gaat maken van de digitale dienstverlening. De traditionele en moderne burgerij maken weinig gebruik van de digitale dienstverlening. Een deel van deze doelgroep is ook minder goed op de hoogte van het bestaan van deze diensten. Daarnaast geeft een deel ook vaker aan dat zij een eventueel gebruik ook niet in de toekomst overwegen.

Behoudend met betrekking delen persoonlijke gegevens

Een digitale overheid houdt in, dat er niet alleen een uitwisseling van persoonlijke gegevens tussen burgers en de overheid plaats vindt, maar ook dat er binnen de overheid in toenemende mate gegevens van burgers tussen verschillende (overheids) instanties worden uitgewisseld, gekoppeld of gedeeld. De traditionele en moderne burgerij zijn het meest behoudend wat betreft het delen van persoonlijke gegevens.

Minder vaak randvoorwaarden iOverheid

Ondanks dat de traditionele en moderne burgerij van alle milieus het minste vertrouwen er in hebben dat er op het internet veilig wordt omgegaan met hun persoonlijke gegevens, hebben zij wat betreft de randvoorwaarden met betrekking tot de privacy bij de iOverheid een gemiddeld oordeel. Dat geldt ook voor de randvoorwaarden 'veilig omgaan met persoonlijke gegevens' en 'het voortbestaan van persoonlijk contact'. Dat zij minder eisen stellen aan de iOverheid kan wellicht verklaard worden doordat deze milieus minder mondig zijn en daarom geen duidelijke stelling innemen.

6.11.2 De enthousiaste zelfredzamen

De opwaarts mobiele, postmaterialisten, nieuwe conservatieven, postmoderne hedonisten en kosmopolieten kenmerken zich door de volgende waarden:

- Staan meer open voor nieuwe ontwikkelingen in de samenleving
- Staan positiever tegenover nieuwe technologie
- Bewegen makkelijker in diverse sociale netwerken
- Hebben een pragmatische houding
- Zijn zelfredzaam en nemen graag verantwoordelijkheid

Zeer digivaardig

Deze groep is (zeer) digivaardig. Zij staan niet alleen vaker open voor nieuwe technologische ontwikkelingen, maar zij maken ook vaker gebruik van alle digitale mogelijkheden. Zij staan dus midden in de iSamenleving.

Omdat ze zeer digivaardig zijn, hebben ze beter inzicht hoe het er op het internet aan toegaat en zijn ze doorgaans ook veel beter op de hoogte hoe zij zich kunnen beschermen op het internet. Zij hebben daarom meer vertrouwen in een veilig verkeer op het internet.

Vaker gebruik digitale diensten iOverheid

Zij maken doorgaans vaker gebruik van de digitale dienstverlening. Deze doelgroep geeft ook vaker aan dat zij een mogelijk gebruik van deze diensten in de toekomst overwegen. De websites van gemeenten en de Rijksoverheid worden door een groot deel van deze doelgroep goed bezocht.

Minder behoudend met betrekking delen persoonlijke gegevens

Ook hier is de grondhouding wat betreft het delen van persoonlijke gegevens van de overheid met andere instanties in de regel niet positief. Maar deze doelgroep is in vergelijking tot de bezorgde burgers welwillender als het gaat om het delen van persoonlijke gegevens tussen een aantal specifieke overheidsinstanties onderling.

Vaker randvoorwaarden iOverheid

Het waarborgen van de privacy en het veilig omgaan met persoonlijke gegevens op het internet wordt door een groot deel van deze doelgroep het meest genoemd als randvoorwaarden waar een iOverheid aan moet voldoen. Het blijven voortbestaan van persoonlijk contact wordt als derde belangrijke randvoorwaarde genoemd.

6.11.3 De onverschillige consumenten

De gemaksgereïenteerden kenmerken zich door de volgende waarden:

- Zijn consumptie- en vermaakgericht en staan tamelijk zorgeloos in het leven
- Voelen zich minder betrokken bij samenleving en overheid
- Staan minder open voor maatschappelijke vernieuwingen en nieuwe technologie

Zeer digivaardig

Net als de enthousiaste zelfredzamen staat ook deze groep volop in de iSamenleving. Maar de onverschillige consument gebruikt het internet veel minder vaak voor serieuze zaken of verdieping.

Minder vaak gebruik digitale diensten iOverheid

Deze doelgroep is weinig geïnteresseerd in de iOverheid. Zij maken weinig gebruik van de digitale diensten en informatie die de overheid digitaal aanbiedt. Maar zij zijn goed thuis op het internet en digitale diensten waar zij wel gebruik van willen maken, weten zij dan ook goed te vinden.

Privacy minder belangrijk

Zij maken zich weinig zorgen over hun privacy op het internet.

Minder vaak privacy randvoorwaarde iOverheid

Deze doelgroep stelt minder vaak randvoorwaarden aan de iOverheid met betrekking tot privacy issues.

7 Samenvattende conclusies

In dit hoofdstuk geven we eerst de conclusies op basis van de resultaten voor de totale bevolking. Aansluitend gaan we in op de segmenten die we in de bevolking kunnen onderscheiden op basis van houding en gedrag ten aanzien van de iSamenleving en iOverheid. Het hoofdstuk eindigt met aandachtspunten ten aanzien van de iOverheid.

7.1 Algemeen beeld

7.1.1 Burgers en de iSamenleving

Met betrekking tot burgers en de iSamenleving kan het volgende geconcludeerd worden:

- Een meerderheid van de burgers is meerdere keren per dag online. Men gaat vooral online om in te loggen op sociale netwerksites, Facebook is erg populair, en om rond te surfen. Maar ook het gericht zoeken naar informatie of emailen zijn veel genoemde redenen om online te gaan.
- Het merendeel kan zijn of haar weg goed vinden op het internet en heeft derhalve geen problemen om de informatie te vinden die zij zoeken. Het meest wordt gezocht naar informatie over producten, nieuws in het algemeen en reizen.
- Niet iedereen is ervan overtuigd of het internet een betrouwbare informatiebron is. Maar liefst 40% van de burgers neemt hierover geen concreet standpunt in.
- Volgens driekwart van de burgers functioneert onze samenleving niet meer zonder internet. Zeker sinds de komst van de smartphones is het in principe mogelijk om altijd toegang te hebben tot het internet en een ruime meerderheid wil dat dan ook.
- Hoe belangrijk internet ook geworden is voor onze samenleving, voor een aanzienlijk deel van de burgers geldt toch dat niet alles via het internet geregeld mag worden. Deze groep burgers stelt persoonlijk contact in sommige gevallen (meer) op prijs.

7.1.2 Burgers en de iOverheid

Met betrekking tot burgers en de iOverheid kan het volgende geconcludeerd worden:

- Een aanzienlijk deel van de burgers is niet op de hoogte van het bestaan van diverse diensten die de overheid digitaal aanbiedt.
- Burgers maken afgezien van het gebruik van de Belastingdienst.nl en de websites van de gemeenten nog weinig gebruik van de digitale dienstverlening. Wel overweegt een substantiële groep in de toekomst gebruik te gaan maken van digitale diensten die relevant voor hen zijn.

- MijnOverheid is weinig bekend onder de burgers.
- Een digitale overheid wordt gekenschetst als efficiënter, makkelijker, sneller en toegankelijker maar ook als onpersoonlijker. Minder consensus is er over veiliger, betrouwbaarder, leuker en klantvriendelijker.
- Voor de meeste burgers is privacy erg belangrijk. De helft maakt zich zorgen over wat er over hen te vinden is op het internet.
- Burgers hebben er duidelijk meer vertrouwen in dat de overheid zorgvuldig met hun persoonlijke gegevens omgaat dan dat commerciële bedrijven of verzekeraars dat doen.
- Men is doorgaans niet positief over het delen van persoonlijke gegevens van burgers van de overheid met andere instanties. Het meest negatief is men over het delen van inkomensgegevens.
- Over het delen van persoonlijke gegevens van burgers door de overheid met specifieke instanties wordt genuanceerder geoordeeld. Zo mag de overheid inkomensgegevens volgens een meerderheid van de burgers wel met de Belastingdienst delen maar liever niet met pensioenverzekeraars.
- Burgers hebben meer vertrouwen in het uitwisselen van persoonlijke gegeven tussen overheidsinstanties onderling en zijn uitgesproken sceptisch tegenover het delen van deze gegevens met niet-overheidsinstanties en (commerciële-) organisaties.
- De helft van de burgers is positief over een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet. Slechts 8% staat hier negatief tegenover. Opvallend is dat circa een derde van de burgers hierover geen standpunt inneemt.
- Privacy en het veilig omgaan met persoonlijke gegevens op het internet zijn essentiële issues voor burgers. Een ruime meerderheid van de burgers vindt dat de overheid (enigszins) verantwoordelijk is voor een 'veilig verkeer' op het internet.
- De belangrijkste randvoorwaarden met betrekking tot een iOverheid voor burgers zijn: het waarborgen van de privacy, het zorgvuldig omgaan met persoonlijke gegevens en de mogelijkheid om persoonlijk contact te hebben met een ambtenaar.

7.2 Doelgroepen en de iSamenleving en de iOverheid

Met betrekking tot de verschillende segmenten en de iSamenleving en de iOverheid kan het volgende geconcludeerd worden:

- Leeftijd, opleiding en sociaal milieu zijn van invloed op de mate waarin burgers participeren in de iSamenleving en de mate waarin zij positief staan tegenover de iOverheid. De iSamenleving en iOverheid worden met name omarmt door jongeren, hoger opgeleiden en sociale milieus die open staan tegenover nieuwe technologie, zelfredzaam in het leven staan en zich makkelijk bewegen in diverse sociale netwerken.

- Regressie-analyse toont aan dat sociaal milieu, dus de wijze waarop mensen in het leven staan en hun waardeoriëntaties, het meest bepalend is (meer dan leeftijd of opleiding).
- Gelet op hun houding tegenover de iSameleving en iOverheid kunnen de acht door Motivaction onderscheiden sociale milieus worden ingedeeld in drie hoofdsegmenten: de bezorgde burgerij, de enthousiaste zelfredzamen en de onverschillige consumenten.

De bezorgde burgerij

- Dit segment staat behoudend in het leven, heeft moeite met veranderingen en is niet zo zelfredzaam ingesteld. Men is niet zo digivaardig, gebruikt vaker traditionele middelen om zich te informeren en wil face-to-face en telefonisch contact behouden. Men is vaker wantrouwend met betrekking tot privacy op het internet, waarschijnlijk mede doordat men minder goed op de hoogte is hoe het er precies aan toe gaat op het internet en minder kennis heeft om zich veilig op het internet te kunnen begeven.
- Men staat minder positief tegenover de iOverheid. Men maakt ook weinig gebruik van de digitale dienstverlening en is behoudend wat betreft het delen van persoonlijke gegevens van burgers door de overheid.
- Opvallend is dat men minder vaak stringente randvoorwaarden aan de iOverheid stelt, ook wat betreft privacy, terwijl men juist erg op privacy is gesteld. Dit komt mogelijk doordat dit segment minder mondig is en daarom geen duidelijk stelling inneemt.

De enthousiaste zelfredzamen

- Dit segment staat open voor nieuwe (technologische) ontwikkelingen in de samenleving en is zelfredzaam ingesteld. Men is (zeer) digivaardig en staat midden in de iSamenleving. Men weet hoe het er op het internet aan toegaat en weet zich goed te beschermen op het internet. Dit segment heeft vaker vertrouwen in een veilig verkeer op het internet.
- Men staat (zeer) positief tegenover de iOverheid. Men maakt al vaak gebruik van de digitale dienstverlening. Men is echter niet uitgesproken positief over het delen van persoonlijke gegevens door de overheid met andere instanties. Over het delen van deze gegevens met overheidsinstanties is men wel wat positiever.
- Het waarborgen van de privacy en het veilig omgaan met persoonlijke gegevens op het internet zijn de belangrijkste gestelde randvoorwaarden aan de iOverheid.

De onverschillige consumenten

- Dit segment is vooral consumptie- en vermaakgericht en minder betrokken bij de samenleving en overheid. Men is wel (zeer) digivaardig en participeert volop in de iSamenleving.
- Men staat neutraal tegenover de iOverheid en maakt weinig gebruik van de digitale diensten.

- Men heeft weinig zorgen over hun privacy op het internet. Ook stelt men minder vaak randvoorwaarden aan een iOverheid.

7.3 Aandachtspunten met betrekking tot de iOverheid

De opmars van de digitale overheid wordt door verschillende segmenten anders ervaren. Sociale milieus die sterk openstaan voor nieuwe (technologische) ontwikkelingen, meer zelfredzaam in het leven staan, digivaardig zijn en zich makkelijk bewegen in diverse sociale netwerken staan positiever tegenover de iSamenleving en iOverheid dan sociale milieus die juist meer behoudend en afwachtend in het leven staan.

Bij de omschakeling naar een iOverheid is het dus belangrijk dat de overheid zich ervan bewust is dat burgers op verschillende wijzen in het leven staan en anders aankijken tegen de iOverheid.

De bezorgde burgerij

- De bezorgde burgerij staat maar beperkt open voor de iSamenleving. Zowel wat betreft hun informatiebehoefte als in hun keuze wat betreft (contact) kanaal gaat hun voorkeur nog vaak uit naar de traditionele mogelijkheden.
- Deze groep burgers moet goed begeleid worden bij het digitaliseringsproces. Zij weten vaak niet precies hoe zij zich veilig op het internet kunnen begeven en men staat nogal wantrouwend met betrekking tot hun privacy op het internet. Meer vertrouwen in een veilig verkeer op het internet zou ertoe kunnen leiden dat de bezorgde burgerij meer open gaat staan voor de iOverheid en vaker gebruik gaat maken van digitale dienstverlening. Dit zou bereikt kunnen worden als de overheid duidelijk zou communiceren wat de iOverheid behelst en hoe zij bijvoorbeeld met persoonlijke gegevens van burgers omgaat op het internet. Om deze doelgroep optimaal te bereiken, kan het beste gebruik worden gemaakt van de meer traditionele communicatiemiddelen, zoals (regionale) kranten en tijdschriften, en televisie en radio.
- Het kabinet Rutte I heeft in haar reactie op het WRR-rapport uit 2011 over de iOverheid aangegeven dat de overheid niet alle regie kan voeren over persoonlijke gegevens over burgers op internet. Het kabinet vond dat de burger ook zichzelf moet beschermen en eventuele problemen of misstanden zelf moet (kunnen) rechtzetten. Op basis van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat de bezorgde burgerij (evenals trouwens de enthousiaste zelfredzamen) de verantwoordelijkheid voor het veilig omgaan van persoonlijke gegevens op het internet toch voor een belangrijk deel bij de overheid neerleggen. Ook is duidelijk geworden dat de bezorgde burgerij een kwetsbare groep is, omdat zij vaak niet over de vaardigheden beschikt om zich afdoende te kunnen beschermen.

De enthousiaste zelfredzamen

- Dit segment burgers redt zichzelf doorgaans goed op het internet en heeft de weg naar de iOverheid al (redelijk) goed gevonden. Optimalisatie van het gebruik van de digitale dienstverlening door deze doelgroep zou bevorderd kunnen worden door duidelijk te communiceren op welke wijze de iOverheid de privacy van burgers op het internet waarborgt.

De onverschillige consumenten

- Ook de onverschillige consumenten kunnen gezien worden als een kwetsbare groep als het gaat om veiligheid en privacy op het internet. Zij stellen zich vaak onbekommerd en zorgeloos op. Het is de vraag of zij hun belangen op dit gebied voldoende zelf zullen behartigen. Op dit punt zouden zij ondersteund kunnen worden. Gezien hun relatieve onverschilligheid ten opzichte van de (i)Overheid zullen de onverschillige consumenten echter moeilijk te bereiken zijn in overheidscommunicatie.

Bijlage I Regressie-analyse

Om in kaart te brengen welke typologie van burgers het meest relevant is en welke achtergrondkenmerken dominant zijn in houding en gedrag ten aanzien van ontwikkelingen in de iSamenleving heeft Motivaction de volgende vragen onderzocht met behulp van regressie-analyse:

- In hoeverre zijn diverse achtergrondkenmerken/typologieën verklarend voor de mate waarin burgers gebruik maken van de iSamenleving?
- In hoeverre zijn diverse achtergrondkenmerken/typologieën verklarend voor de mate waarin burgers positief of negatief staan tegenover de iOverheid?

Regressie-analyse iSamenleving

Voor de regressie-analyse met betrekking tot de attitude van burgers ten opzichte van de iSamenleving is gebruik gemaakt van de volgende vraag:

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet?

- Gericht informatie zoeken
- Rondsurfen
- E-mailen met familie en vrienden
- Muziek luisteren/ tv of films kijken
- Online bankieren
- Sociale media (Facebook, Hyves, Twitter, LinkedIn etc)
- Online gamen
- Online aankopen

- (bijna) nooit
- Een paar keer per jaar
- Een paar keer per maand
- Een paar keer per week
- (bijna) dagelijks

Aan de respondenten is per onderwerp gevraagd hoe vaak zij hiervoor het internet op zijn gegaan. Voordat de regressie-analyse is toegepast, is eerst door middel van een betrouwbaarheidsanalyse onderzocht in hoeverre deze activiteiten met elkaar samenhangen. Online gamen en sociale media bleken minder goed samen te hangen met de andere activiteiten en zijn daarom buiten beschouwing gelaten. Vervolgens zijn de scores op de overige 6 items gemiddeld zodat elke respondent een score heeft tussen minimaal 1 (6 keer (bijna) nooit) en maximaal 4 (6 keer (bijna) dagelijks). Met betrekking tot de attitude ten opzichte van de iSamenleving is het uitgangspunt hoe hoger deze score is hoe positiever men ten opzichte van de iSamenleving staat.

Regressie-analyse iOverheid

Voor de regressie-analyse met betrekking tot de attitude van burgers ten opzichte van de iOverheid is gebruik gemaakt van de volgende vraag:

In hoeverre staat u negatief of positief tegenover een overheid die steeds meer diensten en informatie via het internet aanbiedt?

- Zeer negatief
- Negatief
- Niet negatief, niet positief
- Positief
- Zeer positief

Vijf achtergrond variabelen

De volgende vijf achtergrondvariabelen zijn meegenomen: leeftijd, opleiding, geslacht, sociaal milieu (waardeoriëntatie) en stedelijkheidsgraad. Met behulp van de regressie-analyse moet dus duidelijk worden welke van deze achtergrondvariabelen de meeste invloed heeft op de verschillende manieren waarmee burgers omgaan met de informatisering bij samenleving en overheid.

Bij de analyse is gebruik gemaakt van meervoudige en enkelvoudige lineaire regressie-analyse.

Resultaat meervoudige regressie-analyse iSamenleving

Bij de regressie-analyse met betrekking tot de iSamenleving is de verklaarde variantie (R kwadraat) redelijk te noemen; (0,19). De totale variantie over hoe vaak burgers het internet opgaan en waarom men online gaat, kan dus voor bijna 20% verklaard worden door de vijf gekozen onafhankelijke achtergrond variabelen. De gestandaardiseerde beta (B) toont vervolgens aan welke onafhankelijke achtergrond variabele het sterkste effect heeft op de afhankelijke variabele. In dit geval hebben met name geslacht (-0,20), leeftijd (-0,19) en binnen de Mentality groep, de opwaarts mobilen (0,19) het meeste effect op de redenen en frequentie van het gebruik van het internet.

Regressie analyse 1: schaal q2 redenen gebruik internet								
Model Summary								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate				
1	0,43	0,19	0,18	0,61				
a. Predictors: (Constant), A080.Stedelijkheid A080.Stedelijkheid Stedelijkheid, Geslacht Geslacht, nMentality3 nMentality3 Mentality Mentality3 Postmaterialisten , nMentality8 Mentality Mentality8 Gemaksgeoriënteerden , nMentality6 Mentality Mentality6 Kosmopolieten , nMentality4 Mentality Mentality4 Nieuwe conservatieven , lft, nMentality7 Mentality Mentality7 Postmoderne hedonisten , OplcatVolt Opleiding_Voltooid, nMentality2 Mentality Mentality2 Opwaarts mobielen , nMentality5 Mentality Mentality5 Traditionele burgerij								
Coefficientsa								
Model		Unstandardized Coe	Standardized Coefficients	95.0% Confidence Interval for B				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3,83	0,12		30,84	0,00	3,59	4,08
	Leeftijd	-0,01	0,00	-0,19	-6,36	0,00	-0,01	-0,01
	Hoogst Voltooide opleiding	0,10	0,03	0,10	3,41	0,00	0,04	0,16
	Geslacht ref groep: mannen	-0,27	0,04	-0,20	-6,94	0,00	-0,35	-0,19
	Mentality ref groep: Moderne Burgerij							
	Opwaarts mobielen tov ref groep	0,39	0,07	0,19	5,72	0,00	0,26	0,53
	Postmaterialisten tov ref groep	0,18	0,07	0,08	2,46	0,01	0,04	0,33
	Nieuwe conservatieven tov ref groep	0,19	0,08	0,08	2,42	0,02	0,04	0,35
	Traditionele burgerij tov ref groep	-0,06	0,06	-0,03	-0,92	0,36	-0,18	0,06
	Kosmopolieten tov ref groep	0,26	0,07	0,12	3,69	0,00	0,12	0,40
	Postmoderne hedonisten tov ref groep	0,26	0,07	0,12	3,57	0,00	0,12	0,40
	Gemaksgeoriënteerden tov ref groep	0,08	0,07	0,04	1,13	0,26	-0,06	0,23
	Stedelijkheidsgraad	-0,02	0,01	-0,03	-1,09	0,28	-0,04	0,01
a. Dependent Variable: schaal								

Resultaat meervoudige regressie-analyse iOverheid

Bij regressie-analyse met betrekking tot de iOverheid is de verklaarde variantie (R kwadraat) matig te noemen want slechts 9% van de totale variantie van de attitude van burgers ten opzichte van de iOverheid' kan verklaard worden door de vijf onafhankelijke achtergrondvariabelen. De gestandaardiseerde beta (B) toont aan dat alle variabelen een minder sterk effect hebben op deze attitude dan dat wij dat zagen bij de analyse met betrekking tot de iSamenleving.

Regressie analyse 2: Q11 attitude tov loverheid									
Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate					
1	0,30	0,09	0,08	0,79					
a. Predictors: (Constant), A080.Stedelijkheid A080.Stedelijkheid Stedelijkheid, Geslacht Geslacht, nMentality3 Mentality3 Postmaterialisten , nMentality8 Mentality Mentality8 Gemaksgeoriënteerden , nMentality6 Mentality6 Kosmopolieten , nMentality4 Mentality Mentality4 Nieuwe conservatieven , lft, nMentality7 Mentality7 Postmoderne hedonisten , OplcatVolt Opleiding_Voltooid, nMentality2 Mentality Mentality2 Opwaarts mobielen , nMentality5 Mentality Mentality5 Traditionele burgerij									
Coefficientsa									
Model		Unstandardized Coe	Standardized Coefficients	95.0% Confidence Interval for B					
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	
1	(Constant)	3,74	0,16		23,11	0,00	3,42	4,06	
	Leeftijd	-0,01	0,00	-0,13	-3,93	0,00	-0,01	0,00	
	Hoogst Voltooide opleiding	0,13	0,04	0,11	3,36	0,00	0,05	0,20	
	Geslacht ref groep: mannen	-0,15	0,05	-0,09	-2,96	0,00	-0,25	-0,05	
	Mentality ref groep: Moderne Burgerij								
	Opwaarts mobielen tov ref groep	0,22	0,09	0,09	2,46	0,01	0,05	0,40	
	Postmaterialisten tov ref groep	0,09	0,10	0,03	0,89	0,37	-0,10	0,27	
	Nieuwe conservatieven tov ref groep	0,33	0,10	0,11	3,20	0,00	0,13	0,53	
	Traditionele burgerij tov ref groep	-0,01	0,08	-0,01	-0,18	0,85	-0,17	0,14	
	Kosmopolieten tov ref groep	0,25	0,09	0,10	2,72	0,01	0,07	0,43	
	Postmoderne hedonisten tov ref groep	0,33	0,09	0,12	3,50	0,00	0,14	0,51	
	Gemaksgeoriënteerden tov ref groep	0,03	0,10	0,01	0,29	0,77	-0,16	0,22	
	Stedelijkheidsgraad	-0,03	0,02	-0,04	-1,43	0,15	-0,06	0,01	
a. Dependent Variable: In hoeverre staat u negatief of positief tegenover een overheid die steeds meer diensten en informatie via het internet aanbiedt?									

Welke variabele is het meest verklarend?

Aansluitend op de regressie-analyse, waarbij alle onafhankelijke achtergrond variabelen samen mee zijn genomen, heeft een enkelvoudige lineaire regressie-analyse plaatsgevonden.

In deze regressie-analyse zijn de vier onafhankelijke variabelen, leeftijd, geslacht, opleiding en Mentality, steeds als afzonderlijke variabele getoetst. Het achtergrondkenmerk stedelijkheid-graad is buiten de analyse gelaten omdat uit de meervoudige lineaire regressie-analyse is gebleken dat deze variabele nauwelijks effect heeft.

Mentality meest verklarend

Eerst wordt weer gekeken naar de attitude van burgers ten opzichte van de iSamenleving. Deze regressie-analyse laat zien dat Mentality voor 11% de totale variantie voor welke onderwerpen en hoe vaak men het internet opgaat verklaart. De overige achtergrond kenmerken, leeftijd, opleiding en geslacht, hebben hier minder invloed op.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Alles	0,43	0,19	0,18	0,61
Mentality	0,33	0,11	0,10	0,64
Leeftijd	0,24	0,06	0,06	0,65
Opleiding	0,19	0,04	0,04	0,66
Geslacht	0,23	0,05	0,05	0,65

Bij de analyse met betrekking tot de iOverheid is de samenhang tussen de onafhankelijke variabelen en de afhankelijke variabele minder sterk. Maar ook hier is Mentality de meest verklarende variabele.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Alles	0,30	0,09	0,08	0,79
Mentality	0,24	0,06	0,05	0,81
Leeftijd	0,16	0,03	0,03	0,82
Opleiding	0,18	0,03	0,03	0,81
Geslacht	0,11	0,01	0,01	0,82

Doelgroep

Van alle achtergrondvariabelen blijkt Mentality dus het meest bepalend te zijn met betrekking tot de attitude van burgers ten opzichte op de iSamenleving en de iOverheid. Daarom stelt Motivaction voor om in de rapportage de doelgroepen te onderscheiden op basis van Mentality. Op deze wijze wordt inzicht geboden hoe de verschillende sociale milieus zich verhouden tot de iSamenleving en de iOverheid.

Bijlage II Literatuurlijst

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van de volgende literatuur:

- Bakas, A. (2012), Het einde van de privacy, Schiedam: Scriptum.
- Deursen, A. van & Dijk, J. van (2011), Trendrapport computer- en internetgebruik 2011. Een Nederlands en Europees perspectief. Enschede: Universiteit Twente.
- Deursen, A. van & Dijk, J. van (2012), Trendrapport internetgebruik 2012. Een Nederlands en Europees perspectief, Enschede: Universiteit Twente.
- WRR-Rapport iOverheid (2011), Amsterdam: University Press.
- Reactie van het kabinet op het WRR-Rapport iOverheid, (2011) Den Haag.

Bijlage III Tabellen: resultaten per sociaal milieu (%)

Hoe vaak maakt u gebruik van het internet?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Minder dan een keer per week	2	0	0	0	1	0	1	0	1
Een keer per week	1	0	1	0	1	0	1	3	1
Een paar keer per week	5	1	7	3	5	2	1	2	3
Bijna dagelijks	31	28	24	25	45	19	17	20	28
Meerdere keren per dag	62	71	69	72	47	79	80	74	67

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? Gericht informatie zoeken	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	2	2	2	1	3	0	0	1	1
Een paar keer per jaar	6	6	4	2	12	3	1	5	6
Een paar keer per maand	23	15	14	15	23	14	17	23	19
Een paar keer per week	46	36	42	38	36	46	51	37	42
(bijna) dagelijks	23	41	39	46	26	37	31	35	33

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? Rondsurfen	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	9	6	11	8	13	3	5	4	8
Een paar keer per jaar	4	3	3	9	6	11	3	3	5
Een paar keer per maand	21	10	23	9	19	15	16	14	17
Een paar keer per week	33	15	30	30	37	34	32	19	30
(bijna) dagelijks	33	66	32	44	24	37	44	62	41

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? E-mailen met familie en vrienden	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	6	4	0	2	6	3	5	17	5
Een paar keer per jaar	7	1	2	4	8	0	4	3	4
Een paar keer per maand	28	28	20	16	26	25	24	32	25
Een paar keer per week	35	36	41	53	33	40	34	33	37
(bijna) dagelijks	25	31	37	25	27	32	33	16	28

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? Muziek luisteren/ tv of films kijken	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	53	17	35	33	62	25	17	25	37
Een paar keer per jaar	15	10	12	19	8	12	16	14	13
Een paar keer per maand	16	22	20	21	14	19	23	22	19
Een paar keer per week	9	24	21	20	12	20	27	18	17
(bijna) dagelijks	8	27	12	6	5	25	16	21	14

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? Online bankieren	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	8	2	6	2	14	4	2	14	7
Een paar keer per jaar	1	3	3	2	3	5	1	6	3
Een paar keer per maand	47	39	47	32	36	40	42	30	40
Een paar keer per week	32	34	25	51	39	37	41	40	36
(bijna) dagelijks	13	22	19	13	8	15	15	10	14

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? Sociale media (Facebook, Hyves, Twitter, LinkedIn etc)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	29	15	30	25	38	17	22	17	25
Een paar keer per jaar	5	0	3	4	2	2	1	2	3
Een paar keer per maand	9	5	11	14	9	10	7	10	9
Een paar keer per week	15	14	18	19	12	14	23	14	16
(bijna) dagelijks	42	67	39	38	40	57	47	58	48

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? Online gamen	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	53	44	66	65	55	56	50	46	54
Een paar keer per jaar	9	8	10	7	9	13	8	9	9
Een paar keer per maand	9	15	5	6	5	8	11	9	8
Een paar keer per week	12	11	13	8	14	13	18	19	13
(bijna) dagelijks	18	21	6	15	17	11	14	16	15

Kunt u per onderwerp aangeven hoe vaak u op deze wijze gebruik maakt van het internet? Online aankopen	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
(bijna) nooit	14	11	13	7	25	8	8	17	14
Een paar keer per jaar	46	39	51	42	49	40	37	42	44
Een paar keer per maand	35	38	31	50	24	47	51	34	37
Een paar keer per week	4	2	5	1	1	4	3	7	3
(bijna) dagelijks	1	10	1	0	0	1	2	1	2

Kunt u aangeven over welke onderwerpen u weleens informatie zoekt op het internet?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Nieuws (kranten, nieuwsdiensten als Nu.nl, teletekst online)	70	70	81	81	60	84	82	64	73
Reizen (vakanties, hotels etc)	58	51	64	80	51	69	70	60	61
Producten	76	72	76	83	64	83	80	75	75
Gezondheid (aandoeningen, medicijnen)	52	41	57	54	53	61	48	40	51
Studie of werk	26	47	36	55	17	61	54	46	39
Hobby	47	54	58	67	48	68	66	53	56
Gemeente	40	31	55	63	41	47	46	26	43
Rijksoverheid	26	32	40	43	27	43	34	18	32
Verkiezingen (zoals Stemwijzer, Kieswijzer)	32	30	60	57	24	59	52	31	40
Geen van deze onderwerpen	3	3	1	0	5	4	0	6	3

Als u informatie of advies over onderstaande onderwerpen nodig heeft op wie vertrouwt u dan het meest? Aankoop televisie	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Overheids instantie	1	1	0	0	0	0	1	0	0
Vrienden of familie	30	24	22	21	23	14	12	22	22
Consumenten-organisatie of belangen-organisatie	34	35	47	44	38	54	39	35	40
Fora, ervarings-deskundigen of lotgenoten	14	17	13	20	11	11	25	15	15
Commerciële bedrijven	9	9	12	5	11	7	7	11	9
Anders	14	14	7	11	18	14	16	18	14

Als u informatie of advies over onderstaande onderwerpen nodig heeft op wie vertrouwt u dan het meest? Informatie over een epidemie zoals bijvoorbeeld de vogelgriep	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Overheids instantie	54	44	59	69	56	53	51	38	53
Vrienden of familie	5	10	5	2	5	3	3	4	5
Consumenten-organisatie of belangen-organisatie	12	14	11	7	13	14	21	6	13
Fora, ervarings-deskundigen of lotgenoten	14	14	16	16	12	22	10	24	15
Commerciële bedrijven	1	3	0	0	0	0	2	1	1
Anders	13	15	9	6	13	8	14	26	13

Als u informatie of advies over onderstaande onderwerpen nodig heeft op wie vertrouwt u dan het meest? Informatie over doorgeven verhuizing aan de gemeente	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Overheids instantie	72	65	84	85	74	86	83	67	76
Vrienden of familie	9	13	6	6	9	4	3	4	7
Consumenten-organisatie of belangen-organisatie	6	11	3	2	4	5	4	6	5
Fora, ervarings-deskundigen of lotgenoten	1	2	1	2	2	0	2	4	2
Commerciële bedrijven	1	3	0	1	1	2	0	0	1
Anders	11	6	7	5	10	3	9	19	9

Op welke wijze zou u dan de informatie of advies het liefst willen krijgen? Aankoop televisie	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Telefonisch	1	0	1	2	1	0	0	0	1
Schriftelijk	8	5	2	1	5	1	6	0	4
Persoonlijk (face-to-face) gesprek	36	43	44	35	54	32	23	36	39
Internet/e-mail/sms	46	43	49	55	30	59	63	54	48
Anders	10	9	4	7	10	8	8	11	9

Op welke wijze zou u dan de informatie of advies het liefst willen krijgen? Informatie over een epidemie zoals bijvoorbeeld de vogelgriep	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Telefonisch	4	2	2	2	3	2	3	8	3
Schriftelijk	14	17	16	17	24	18	13	11	17
Persoonlijk (face-to-face) gesprek	8	17	11	3	7	5	5	7	8
Internet/e-mail/sms	64	55	62	76	58	69	72	61	64
Anders	9	9	10	2	8	6	7	13	8

Op welke wijze zou u dan de informatie of advies het liefst willen krijgen? Informatie over doorgeven verhuizing aan de gemeente	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Telefonisch	7	4	9	4	17	7	5	8	8
Schriftelijk	21	19	15	17	16	15	13	18	17
Persoonlijk (face-to-face) gesprek	15	14	10	6	15	9	7	13	12
Internet/e-mail/sms	54	59	65	71	50	67	72	56	60
Anders	3	4	0	2	2	3	3	6	3

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Ik kan mijn weg goed vinden op het internet	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	0	0	0	0	0	1	1	1	0
Oneens	1	0	1	0	3	1	1	1	1
Niet eens, niet oneens	18	6	9	8	16	2	9	11	11
Eens	57	51	57	42	64	46	37	40	51
Zeer eens	23	40	32	50	15	49	53	43	35
Weet niet/geen mening	1	3	0	0	1	0	0	4	1

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Als ik informatie zoek op het internet dan vind ik dat altijd	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	0	0	0	1	0	0	1	1	0
Oneens	9	5	14	8	10	7	3	5	8
Niet eens, niet oneens	31	21	30	23	33	23	23	32	28
Eens	52	57	38	49	47	50	51	47	49
Zeer eens	7	15	17	18	9	18	22	8	13
Weet niet/geen mening	1	2	1	1	1	2	1	8	2

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Internet is een betrouwbare informatiebron	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	2	0	0	0	1	1	2	1	1
Oneens	4	4	5	8	5	4	11	7	6
Niet eens, niet oneens	42	32	52	35	42	39	42	39	40
Eens	47	51	39	47	43	49	36	42	45
Zeer eens	3	9	4	9	6	7	9	7	6
Weet niet/geen mening	2	5	1	1	2	0	0	4	2

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Zonder internet functioneert onze hedendaagse samenleving niet meer	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	1	0	1	0	3	0	1	1	1
Oneens	9	6	6	8	7	5	5	10	7
Niet eens, niet oneens	17	9	15	8	21	8	19	11	15
Eens	52	49	50	56	48	56	53	49	51
Zeer eens	20	31	28	27	21	30	22	25	25
Weet niet/geen mening	1	5	0	0	1	0	2	4	1

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Ik vind het belangrijk dat ik altijd toegang heb tot internet	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Oneens	3	0	5	3	5	2	11	2	4
Niet eens, niet oneens	13	7	18	9	14	8	12	14	12
Eens	55	48	42	42	53	53	40	39	48
Zeer eens	28	43	36	44	27	36	37	41	35
Weet niet/geen mening	1	2	0	1	1	1	1	4	1

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Ik vind het vervelend dat steeds meer zaken via het internet geregeld moeten worden	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	6	13	11	17	6	14	23	10	11
Oneens	28	33	33	41	22	39	42	29	32
Niet eens, niet oneens	30	25	29	23	30	23	17	19	26
Eens	24	17	21	16	28	14	15	29	21
Zeer eens	11	11	7	4	14	10	3	8	9
Weet niet/geen mening	1	2	0	0	1	0	0	4	1

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? Ik vind het lastig als ik alleen via het internet contact kan hebben of krijgen met organisaties	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	3	3	3	11	2	5	5	4	4
Oneens	16	15	15	13	7	21	32	13	16
Niet eens, niet oneens	29	23	24	25	23	23	22	27	25
Eens	34	40	29	29	38	30	33	35	34
Zeer eens	17	17	28	22	29	22	7	16	20
Weet niet/geen mening	3	3	0	0	1	0	1	5	2

Vindt u dat de overheid er verantwoordelijk voor is dat er op het internet veilig wordt omgegaan met persoonlijke gegevens?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Nee	5	5	7	8	5	3	6	8	6
Enigszins	26	44	40	32	33	38	56	28	36
In grote mate	65	45	53	57	62	57	34	57	55
Geen mening	3	6	1	2	1	1	3	7	3

Welke van onderstaande producten en diensten die uw gemeente via het internet aanbiedt, kent u en heeft u gebruikt? Website van de gemeente	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	3	6	0	1	5	3	2	11	4
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	5	8	2	2	7	7	2	8	5
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	20	21	16	10	21	12	10	21	17
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	39	28	26	22	27	21	25	23	28
Ik heb er al gebruik van gemaakt	33	37	56	65	40	57	62	37	46

Welke van onderstaande producten en diensten die uw gemeente via het internet aanbiedt, kent u en heeft u gebruikt? E- mail sturen naar de gemeente	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	8	7	0	0	8	6	2	11	6
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	8	13	8	3	11	10	5	12	9
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	33	29	23	20	23	30	30	34	28
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	34	27	40	37	27	29	34	27	32
Ik heb er al gebruik van gemaakt	17	23	29	39	31	24	30	15	25

Welke van onderstaande producten en diensten die uw gemeente via het internet aanbiedt, kent u en heeft u gebruikt? Online een afspraak maken met een ambtenaar (bv voor het aanvragen van een paspoort of rijbewijs)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	17	11	1	6	13	4	2	15	10
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	17	15	25	21	24	24	18	31	21
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	25	21	26	14	23	20	16	25	22
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	22	35	20	33	30	28	38	14	27
Ik heb er al gebruik van gemaakt	19	19	28	26	9	24	26	16	20

Welke van onderstaande producten en diensten die uw gemeente via het internet aanbiedt, kent u en heeft u gebruikt? Online een product aanvragen (bv een afschrift van een akte van de burgerlijke stand)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	13	11	4	3	10	8	3	16	9
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	26	23	23	19	29	27	22	22	25
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	30	25	24	21	31	15	17	25	25
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	24	25	30	38	24	30	39	24	28
Ik heb er al gebruik van gemaakt	8	16	19	19	5	20	19	13	13

Welke van onderstaande producten en diensten die uw gemeente via het internet aanbiedt, kent u en heeft u gebruikt? Online een melding maken (bv doorgeven van een verhuizing of een klacht over stankoverlast)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	8	10	2	3	8	3	2	14	7
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	20	22	22	13	20	14	22	18	19
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	34	25	29	17	33	26	20	31	28
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	24	30	25	35	26	33	30	20	27
Ik heb er al gebruik van gemaakt	13	13	23	31	14	23	26	17	19

Kent u of heeft u weleens via het internet gebruik gemaakt van onderstaande overheidsdiensten? Belastingdienst.nl (online belasting aangifte)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	6	9	5	5	7	7	4	9	7
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	4	4	3	1	2	5	1	10	4
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	18	18	13	12	22	13	12	21	17
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	17	20	4	5	15	18	16	10	14
Ik heb er al gebruik van gemaakt	54	49	76	78	53	57	67	50	59

Kent u of heeft u weleens via het internet gebruik gemaakt van onderstaande overheidsdiensten? Mijn DUO (studiefinanciering)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	53	31	41	36	53	27	42	33	42
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	9	9	6	8	6	10	5	8	8
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	28	30	34	37	29	31	27	26	30
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	3	7	0	4	2	7	6	10	5
Ik heb er al gebruik van gemaakt	7	23	19	15	9	26	20	23	16

Kent u of heeft u weleens via het internet gebruik gemaakt van onderstaande overheidsdiensten? UWV.nl (WW-uitkering, Ziektewet, WIA, WAO)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	19	18	13	15	18	16	15	16	17
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	17	11	10	12	9	17	15	13	13
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	38	44	52	52	43	41	39	41	43
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	7	11	5	9	12	13	15	13	10
Ik heb er al gebruik van gemaakt	20	17	21	13	17	12	16	17	17

Kent u of heeft u weleens via het internet gebruik gemaakt van onderstaande overheidsdiensten? Online aanvragen van een toeslag (bv Zorgtoeslag, Huurtoeslag)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	12	11	6	12	11	10	9	9	10
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	11	11	7	4	9	13	13	15	10
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	30	26	39	41	35	23	29	20	30
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	11	20	11	13	16	18	10	9	13
Ik heb er al gebruik van gemaakt	36	33	37	31	29	36	39	47	36

Kent u of heeft u weleens via het internet gebruik gemaakt van onderstaande overheidsdiensten? Mijn SVB (AOW)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ken ik niet en ik wil er ook geen gebruik van maken	31	22	16	10	23	24	26	31	24
Ken ik niet maar ik wil er eventueel wel gebruik van maken	18	21	26	13	14	20	26	19	19
Ken ik wel maar ik maak er geen gebruik van	34	30	36	43	33	34	30	33	34
Ken ik wel en ik wil er eventueel gebruik van maken	9	15	12	10	15	17	8	8	12
Ik heb er al gebruik van gemaakt	8	11	10	24	16	5	10	8	11

Kent u de website MijnOverheid?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Nee, nog nooit van gehoord	52	45	42	32	53	45	39	59	47
Ja, maar alleen van naam	40	46	50	56	37	42	53	37	44
Ja, die ken ik goed	8	9	8	12	10	13	8	5	9

In hoeverre staat u negatief of positief tegenover een overheid die steeds meer diensten en informatie via het internet aanbiedt?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer negatief	2	4	4	0	3	1	0	2	2
Negatief	8	3	7	7	11	4	3	1	6
Niet negatief, niet positief	50	32	28	24	46	28	28	52	38
Positief	33	45	54	54	35	57	55	39	44
Zeer positief	7	16	6	15	4	10	15	6	9

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Efficiënter (minder kosten/ goedkoper)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	5	3	7	2	8	3	2	1	4
Past wel	76	86	83	90	73	91	90	75	82
Weet niet/geen mening	19	11	10	8	18	6	8	25	14

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Sneller	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	9	4	11	5	10	3	3	3	7
Past wel	74	84	77	90	74	84	84	76	79
Weet niet/geen mening	17	12	12	5	15	13	13	21	14

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Onpersoonlijker	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	12	14	13	18	11	20	16	11	14
Past wel	72	66	77	69	79	69	71	70	72
Weet niet/geen mening	16	21	10	12	10	11	12	19	14

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Effectiever (meer resultaat boeken)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	9	6	11	7	16	8	8	5	9
Past wel	57	77	67	77	55	67	73	60	65
Weet niet/geen mening	34	16	22	16	29	25	19	35	26

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Gemakkelijker	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	6	4	12	5	15	3	2	9	7
Past wel	78	86	80	93	74	87	91	77	82
Weet niet/geen mening	16	10	7	2	11	10	8	14	11

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Veiliger	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	30	31	36	21	37	35	29	34	32
Past wel	25	45	21	34	29	27	31	22	29
Weet niet/geen mening	46	24	43	45	35	38	40	43	39

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Klantvriendelijker	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	34	23	35	28	47	39	23	31	34
Past wel	41	60	39	55	32	38	58	34	44
Weet niet/geen mening	24	17	25	16	21	24	20	35	23

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Betrouwbaarder	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	26	29	30	17	30	25	27	30	27
Past wel	30	52	26	46	31	38	36	22	35
Weet niet/geen mening	44	20	44	37	38	37	37	48	38

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Toegankelijker	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	10	6	15	8	17	10	3	7	10
Past wel	69	84	71	84	67	77	87	73	75
Weet niet/geen mening	21	9	14	8	16	14	10	21	15

Welke van onderstaande kenmerken passen bij een overheid die steeds meer diensten en informatie aanbiedt via het internet? Leuker	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Past niet	29	27	38	28	35	24	25	28	30
Past wel	35	51	28	40	36	41	39	36	38
Weet niet/geen mening	36	22	34	32	29	35	35	36	32

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik maak me zorgen over wat er over mij te vinden is op internet	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	4	8	8	5	6	7	9	8	6
Meer oneens dan eens	26	25	39	46	28	46	45	32	34
Meer eens dan oneens	36	42	32	27	34	27	29	35	33
Zeer eens	28	20	17	16	28	17	12	20	21
Weet niet/geen mening	5	5	3	7	4	4	6	5	5

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Mijn privacy vind ik erg belangrijk	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Meer oneens dan eens	2	6	9	8	2	7	5	6	5
Meer eens dan oneens	30	39	32	26	20	30	41	23	30
Zeer eens	67	55	60	66	76	60	51	67	64
Weet niet/geen mening	1	1	0	0	1	2	3	4	1

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? De overheid weet meer over mij dan ik wil	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	1	3	3	2	1	2	5	2	2
Meer oneens dan eens	10	14	19	19	14	25	27	13	17
Meer eens dan oneens	38	45	35	43	25	41	35	39	37
Zeer eens	39	31	31	29	46	21	20	35	33
Weet niet/geen mening	11	8	13	7	14	10	13	11	11

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik heb vertrouwen in betalen via internet	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	4	0	6	1	8	3	1	7	4
Meer oneens dan eens	10	7	5	9	14	6	4	10	9
Meer eens dan oneens	57	45	55	53	48	49	58	51	52
Zeer eens	26	45	33	38	28	40	35	27	33
Weet niet/geen mening	3	3	1	0	2	2	3	5	3

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik vul geen persoonlijke gegevens in op internet, omdat ik niet weet wat ermee gebeurt	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	3	10	5	12	2	4	8	8	6
Meer oneens dan eens	30	25	43	41	28	52	52	31	36
Meer eens dan oneens	41	36	37	30	43	26	29	36	36
Zeer eens	22	22	12	14	23	14	6	19	18
Weet niet/geen mening	5	6	3	3	5	4	5	6	5

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik heb er vertrouwen in dat de overheid zorgvuldig met mijn persoonlijke gegevens omgaat	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	7	3	7	10	14	6	7	7	8
Meer oneens dan eens	19	22	24	16	19	15	15	11	18
Meer eens dan oneens	47	46	50	55	50	55	53	55	51
Zeer eens	21	22	12	16	13	18	16	19	17
Weet niet/geen mening	7	8	7	3	5	5	8	8	6

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik heb er vertrouwen in dat commerciële bedrijven zorgvuldig met mijn persoonlijke gegevens omgaan	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	18	20	26	28	22	21	18	14	20
Meer oneens dan eens	45	30	46	45	47	49	46	34	43
Meer eens dan oneens	21	29	20	21	19	25	29	37	24
Zeer eens	10	13	3	4	5	2	4	9	7
Weet niet/geen mening	7	8	6	3	6	3	4	5	6

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik heb er vertrouwen in dat verzekeraars zorgvuldig met mijn persoonlijke gegevens omgaan	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	7	7	11	21	12	9	9	10	10
Meer oneens dan eens	25	22	39	26	32	26	29	16	27
Meer eens dan oneens	43	45	34	42	38	46	46	52	43
Zeer eens	16	19	6	8	13	14	9	15	13
Weet niet/geen mening	8	7	9	3	6	5	7	7	7

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik heb er geen problemen mee dat de overheid inzage heeft in mijn persoonlijke gegevens	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	14	5	14	15	18	9	8	15	13
Meer oneens dan eens	35	28	35	31	28	30	27	32	31
Meer eens dan oneens	32	47	43	45	43	40	54	40	42
Zeer eens	11	14	6	10	6	11	7	6	9
Weet niet/geen mening	7	5	2	1	5	10	4	6	5

In welke mate bent u het oneens of eens met de volgende uitspraken? Ik heb er geen problemen mee dat commerciële bedrijven inzage hebben in mijn persoonlijke gegevens	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer oneens	41	28	44	46	47	44	30	35	40
Meer oneens dan eens	39	35	47	38	38	37	48	42	40
Meer eens dan oneens	10	17	4	13	8	9	17	16	11
Zeer eens	5	14	3	3	4	3	3	2	5
Weet niet/geen mening	6	5	2	0	2	6	2	6	4

Wat vindt u van cookies?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Ik vind dat hinderlijk en ik heb maatregelen getroffen om cookies op mijn website te weren	20	11	21	29	24	14	16	23	20
Ik vind het hinderlijk maar ik heb verder geen actie ondernomen	37	26	36	38	39	39	32	36	36
Dat vind ik handig	9	21	14	13	5	12	23	13	13
Het maakt mij niet uit	15	28	16	15	15	30	20	12	19
Daar heb ik nog nooit over nagedacht	12	4	10	4	9	4	4	5	7
Weet niet/geen mening	7	9	2	1	7	1	6	11	6

Welke sociale netwerksites gebruikt u?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Facebook	91	95	89	86	96	92	92	88	92
Hyves	33	30	26	29	34	21	21	30	28
LinkedIn	18	29	37	60	7	47	44	19	30
Google+	12	15	17	18	12	20	20	22	16
MSN	15	29	8	20	19	22	15	24	19
Twitter	17	28	28	32	6	37	37	31	26
Instagram	1	5	3	0	0	13	3	9	4
Anders, namelijk:	1	3	5	4	2	1	1	5	3

Deelt u zelf persoonlijke informatie (bv naam, adres, foto's of statusupdate) op deze netwerksites?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Nee, ik deel geen persoonlijke informatie	28	29	30	20	37	23	23	28	28
Ja, maar ik heb wel een privacyfilter ingesteld zodat ik zelf kan bepalen wie welke gegevens van mij kan inzien	61	60	62	73	54	71	71	67	64
Ja, ik deel persoonlijke informatie	10	11	7	7	9	6	7	5	8

In hoeverre staat u er negatief of positief tegenover als de overheid onderstaande persoonlijke gegevens over burgers via het internet zou delen met andere instanties? Medische gegevens	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer negatief	31	19	40	38	37	35	24	29	31
Negatief	32	34	27	26	28	30	33	34	31
Niet negatief, niet positief	27	24	27	26	23	23	24	26	25
Positief	9	22	7	11	12	12	17	10	12
Zeer positief	1	1	0	0	0	0	3	1	1

In hoeverre staat u er negatief of positief tegenover als de overheid onderstaande persoonlijke gegevens over burgers via het internet zou delen met andere instanties? Inkomensgegevens	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer negatief	41	24	31	39	40	43	24	34	35
Negatief	43	41	37	36	41	39	43	42	41
Niet negatief, niet positief	13	20	28	19	14	14	24	20	18
Positief	3	14	3	5	5	4	8	3	5
Zeer positief	0	0	0	0	0	0	1	0	0

In hoeverre staat u er negatief of positief tegenover als de overheid onderstaande persoonlijke gegevens over burgers via het internet zou delen met andere instanties? GBA-gegevens (zoals naam, geboortedatum, nationaliteit en adres)	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer negatief	25	14	18	21	30	21	13	23	21
Negatief	29	25	33	26	30	38	30	26	30
Niet negatief, niet positief	28	36	29	29	28	27	39	33	31
Positief	17	22	19	24	12	14	16	17	17
Zeer positief	1	2	1	0	1	1	1	1	1

In hoeverre staat u er negatief of positief tegenover als de overheid onderstaande persoonlijke gegevens over burgers via het internet zou delen met andere instanties? Justitiële gegevens	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer negatief	30	21	31	36	35	40	22	32	31
Negatief	38	35	37	32	35	34	37	38	36
H	21	26	27	17	18	17	28	26	22
Positief	8	18	5	12	11	9	12	4	10
Zeer positief	3	0	0	2	0	0	1	0	1

Met welke van onderstaande instanties, organisaties of bedrijven zou de overheid volgens u persoonlijke gegevens van burgers mogen delen? Belastingdienst	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Mag niet	32	26	24	18	35	24	25	39	29
Mag wel	56	62	69	79	55	71	67	49	62
Weet niet/geen mening	12	12	7	4	10	5	8	12	9

Met welke van onderstaande instanties, organisaties of bedrijven zou de overheid volgens u persoonlijke gegevens van burgers mogen delen? Pensioenverzekeraars	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Mag niet	51	36	54	55	47	61	54	51	51
Mag wel	35	44	33	40	41	31	34	35	37
Weet niet/geen mening	14	20	13	5	11	8	12	14	13

Met welke van onderstaande instanties, organisaties of bedrijven zou de overheid volgens u persoonlijke gegevens van burgers mogen delen? Zorginstellingen	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Mag niet	39	27	44	34	43	38	36	39	38
Mag wel	49	53	45	60	50	55	51	45	51
Weet niet/geen mening	12	21	11	5	8	7	12	15	12

Met welke van onderstaande instanties, organisaties of bedrijven zou de overheid volgens u persoonlijke gegevens van burgers mogen delen? Commerciële bedrijven	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Mag niet	89	77	93	97	89	92	88	78	88
Mag wel	2	12	0	2	3	2	3	7	4
Weet niet/geen mening	9	11	7	2	8	5	9	15	8

Met welke van onderstaande instanties, organisaties of bedrijven zou de overheid volgens u persoonlijke gegevens van burgers mogen delen? Buitenlandse overheden	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Mag niet	73	59	69	79	79	65	68	67	70
Mag wel	10	26	15	18	11	23	19	21	17
Weet niet/geen mening	16	15	16	3	10	13	13	12	13

Vraagt u zich weleens af welke persoonlijke gegevens de overheid over u heeft opgeslagen in databases?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Nee	22	29	16	30	25	25	29	26	25
Soms	54	54	56	45	53	57	52	52	53
Regelmatig	15	15	19	20	13	15	14	11	15
Vaak	8	3	10	5	9	4	5	11	7

Stel dat de overheid voortaan al haar dienstverlening via het internet zou aanbieden, in hoeverre zou onderstaand voorbeeld voor u acceptabel zijn? Als de mogelijkheid om persoonlijk contact te hebben, blijft voortbestaan	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Maakt mij niet uit	5	14	2	8	5	5	3	10	6
Fijn als het kan	49	50	40	39	49	39	58	52	47
Noodzakelijke voorwaarde	46	36	58	53	46	56	39	38	46

Stel dat de overheid voortaan al haar dienstverlening via het internet zou aanbieden, in hoeverre zou onderstaand voorbeeld voor u acceptabel zijn? Als bepaalde zaken bv aangifte belastingen ook op papier mogelijk blijven	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Maakt mij niet uit	23	21	19	28	15	25	34	31	24
Fijn als het kan	51	52	45	45	52	41	42	48	48
Noodzakelijke voorwaarde	25	27	36	27	33	34	25	22	29

Stel dat de overheid voortaan al haar dienstverlening via het internet zou aanbieden, in hoeverre zou onderstaand voorbeeld voor u acceptabel zijn? Mijn privacy gewaarborgd is	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Maakt mij niet uit	1	5	2	1	2	2	4	3	2
Fijn als het kan	24	29	17	15	21	13	18	30	21
Noodzakelijke voorwaarde	75	66	82	84	77	85	79	66	76

Stel dat de overheid voortaan al haar dienstverlening via het internet zou aanbieden, in hoeverre zou onderstaand voorbeeld voor u acceptabel zijn? Als ik zeker weet dat er veilig met mijn persoonlijke gegevens wordt omgegaan	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Maakt mij niet uit	3	6	3	4	4	0	2	11	4
Fijn als het kan	31	36	17	17	27	16	22	29	26
Noodzakelijke voorwaarde	66	57	80	79	70	83	76	60	70

Stel dat de overheid voortaan al haar dienstverlening via het internet zou aanbieden, in hoeverre zou onderstaand voorbeeld voor u acceptabel zijn? Aanbieden van gratis cursussen aan burgers met geen/weinig computer/internetervaring	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Maakt mij niet uit	23	22	17	36	18	20	27	33	23
Fijn als het kan	59	52	61	47	57	55	58	45	55
Noodzakelijke voorwaarde	18	26	22	17	25	24	15	22	21

Stel dat de overheid voortaan al haar dienstverlening via het internet zou aanbieden, in hoeverre zou onderstaand voorbeeld voor u acceptabel zijn? Door aan minder vermogende burgers gratis internet toegang te bieden	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Maakt mij niet uit	22	22	15	52	25	18	28	22	24
Fijn als het kan	59	60	57	36	53	56	56	55	55
Noodzakelijke voorwaarde	19	18	28	12	23	26	16	23	21

Stel dat de overheid voortaan al haar dienstverlening via het internet zou aanbieden, in hoeverre zou onderstaand voorbeeld voor u acceptabel zijn? Als de mogelijkheid bestaat om daar hulp/advies van de overheid bij te krijgen	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Maakt mij niet uit	6	10	7	8	6	7	8	12	8
Fijn als het kan	64	51	52	62	58	59	65	53	59
Noodzakelijke voorwaarde	30	39	41	30	36	33	27	35	34

Leeftijd in categorieën	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
16 t/m 24	4	29	5	2	2	25	20	38	14
25 t/m 34	16	19	12	14	10	20	21	17	16
35 t/m 44	30	17	22	24	11	17	23	12	20
45 t/m 54	21	5	23	22	22	19	21	17	19
55 t/m 64	16	10	24	20	29	6	9	12	16
65 t/m 80	13	21	15	18	26	13	7	4	15

Geslacht	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Man	44	63	47	71	35	44	57	56	50
Vrouw	56	37	53	29	65	56	43	44	50

Opleiding voltooid	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Hoog	16	21	48	43	11	43	37	8	26
Midden	52	49	44	52	48	43	53	61	50
Laag	32	30	9	5	41	15	10	31	24

Als u kijkt naar uw totale bruto gezinsinkomen, ligt dat dan beneden modaal, ongeveer modaal of boven modaal (modaal = €32.500 - €38.799)?	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Minimum	1	12	6	4	7	7	11	9	7
Beneden modaal	18	13	16	3	19	10	11	23	15
Bijna modaal	13	11	10	4	11	8	4	11	10
Modaal	15	9	12	11	21	11	11	19	14
Tussen 1 en 2 keer modaal	14	19	18	30	11	18	24	3	16
Twee keer modaal	3	1	6	7	3	8	5	2	4
Meer dan 2 keer modaal	1	4	9	10	1	5	7	0	4
Wil ik niet zeggen	28	15	20	27	22	22	18	20	22
Onbekend	0	3	0	0	0	3	1	5	1
Weet niet	8	14	4	3	4	6	9	8	7

Stedelijkheid	MB	OM	PM	NC	TB	KP	PH	GG	Totaal
Zeer sterk stedelijk	10	26	29	17	13	25	32	18	20
Sterk stedelijk	28	25	25	32	26	27	22	24	26
Matig stedelijk	24	21	13	23	17	20	18	18	20
Weinig stedelijk	25	22	19	16	24	17	18	26	21
Niet stedelijk	14	6	14	12	19	11	10	14	13