



Danskernes oplevelse af internetsikkerhed

Notat med beskrivelse af hovedresultater

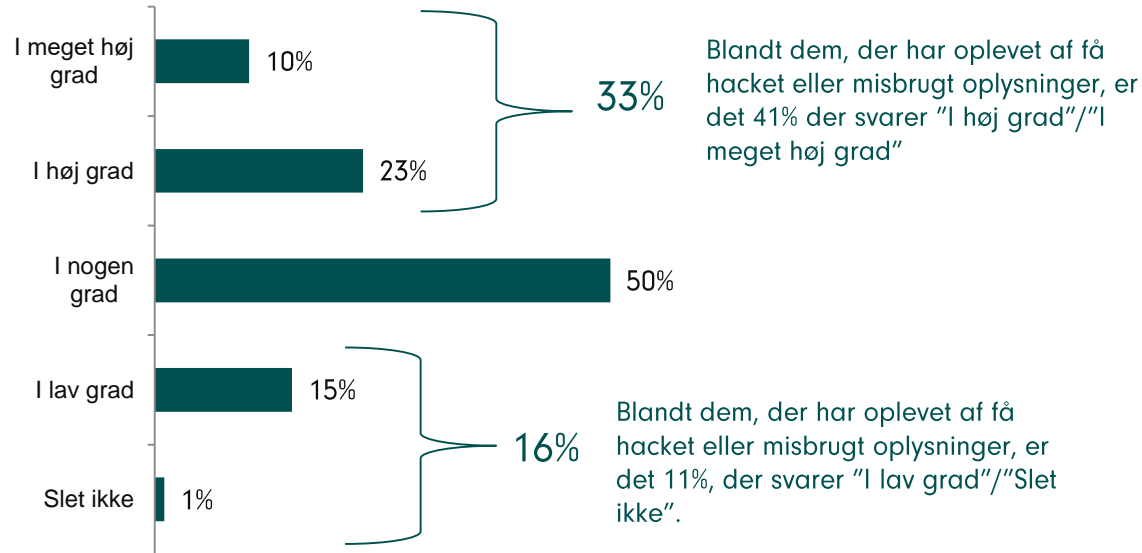
Wilke, august 2019



Er danskerne bekymrede over IT-sikkerhed, når de er online?

En tredjedel af danskerne er i meget høj grad eller i høj grad bekymrede over, at oplysninger de indtaster på nettet, bliver misbrugt. Yderligere halvdelen er i nogen grad bekymrede. Andelen af bekymrede er lidt højere blandt dem, der har oplevet at få hacket eller misbrugt oplysninger, men det er bemærkelsesværdigt at der er en forholdsvis svag korrelation (0,1) mellem at være bekymret og i praksis har prøvet at blive hacket eller få misbrugt oplysninger.

I hvilken grad bekymrer du dig om at oplysninger, du indtaster på nettet, bliver misbrugt?



87%

Er enige eller helt enige i, at de vil undlade at handle et sted, hvis de har mistanke om, at IT-sikkerheden er dårlig.

26% angiver, at de "Mange gange" har ladet være med at handle på en hjemmeside på grund af IT-sikkerhed.

Blandt dem, der har oplevet at få hacket eller misbrugt oplysninger, har 35% mange gange ladet være med at handle på en hjemmeside på grund af IT-sikkerhed.



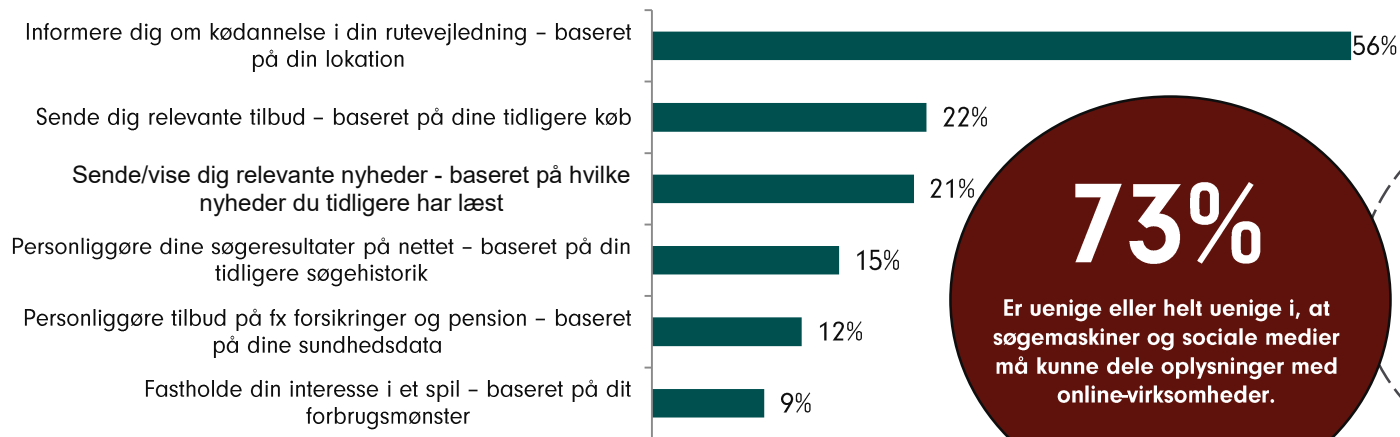
Hvad kan vi acceptere, at vores data bruges til?

Der er ganske stor opbakning (56%) til at mene, at virksomheder må bruge lokationsdata til at informere om kødannelser mv. i forbindelse med rutevejledning.

Der er omvendt overraskende lille opbakning til de fleste andre former for anvendelse af data til at give brugere en bedre oplevelse. Eksempelvis at personliggøre søgeresultater baseret på tidligere søgehistorik (15%) eller at tilpasse brugerens nyhedsfeed baseret på, hvad brugeren tidligere har læst (21%). Begge disse – og en række af de andre eksempler i undersøgelsen – sker i praksis i udbredt grad, men accepteres kun i meget lille grad, når brugeren spørges direkte. Der er samtidig et betydeligt mindretal (73%) som er uenige eller helt uenige i, at søgemaskiner og sociale medier må dele oplysninger med online-virksomheder, hvilket også sker i udbredt grad.

Det er derfor Wilkes vurdering, at der er en væsentlig diskrepans mellem, hvad brugerne oplever er acceptabelt og hvad der i praksis sker, når de anvender internetbaserede tjenester og butikker.

I hvilken grad er du enig eller uenig i, at virksomheder må bruge dine data til udvikling af services der har til hensigt at...



73%

Er uenige eller helt uenige i, at søgemaskiner og sociale medier må kunne dele oplysninger med online-virksomheder.

9%

Er enige eller helt enige i, at søgemaskiner og sociale medier må kunne dele oplysninger med online-virksomheder.

Base: n = 1.026.

Spørgsmål: "I hvilken grad føler du dig tryk ved at afgive data til ...".



Hvem er vi trygge ved at afgive data til?

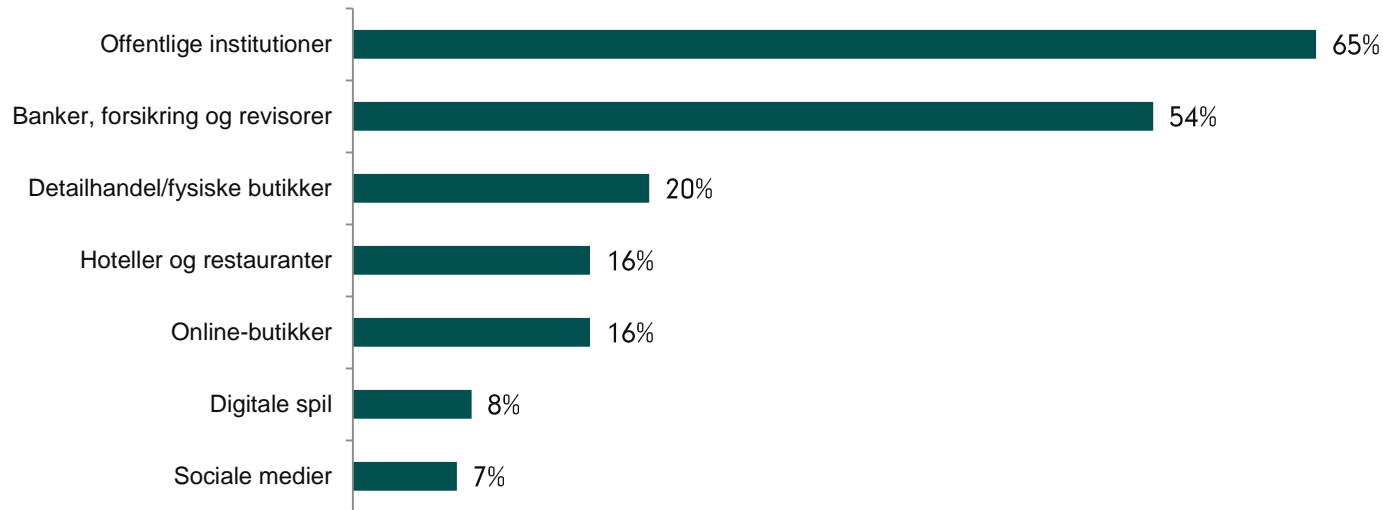
To ud af tre danskere (65%) er i høj grad eller meget høj grad trygge ved at afgive data til offentlige institutioner. Lidt over halvdelen er i høj grad eller meget høj grad trygge ved at afgive data til banker, forsikring og revisorer.

En femtedel er trygge ved at afgive data til detailhandel og fysiske butikker, mens en sjettedel (16%) i høj grad eller meget høj grad er trygge ved at afgive data til hoteller og restauranter og yderligere en sjettedel (16%) er trygge ved at afgive data til online-butikker. Mindre end hver tiende er trygge ved at afgive data til digitale spil (8%) og sociale medier (7%).

Det er Wilkes vurdering, at dette – i forhold til, hvor ofte afgivelsen af data sker – er overraskende lave niveauer.

I hvilken grad føler du dig tryk ved at afgive data til...

(procenter angiver andel, der har svaret i høj grad/i meget høj grad)



Base: n = 1.026.

Spørgsmål: "I hvilken grad føler du dig tryk ved at afgive data til ...".

Tallene angiver andelen, der har svaret i høj grad/i meget høj grad.



Hvem er vi trygge ved at afgive data til?

På tværs af befolkningsgrupper er det offentlige institutioner, vi føler os mest trygge til at afgive data til, ligesom der er høj tryghed forbundet med at afgive data til banker, forsikring og revisorer og forholdsvis lille tryghed ved at afgive data til sociale medier og digitale spil.

De unge er mere trygge ved at afgive data end de ældre befolkningsgrupper. Der er ikke signifikant forskel på trygheden ved at afgive data hos dem, der har fået data hacket eller misbrug og dem, der ikke har – men den graden af generel bekymring betyder en del for trygheden ved at afgive data.

I hvilken grad føler du dig tryk ved at afgive data til...

(procenter angiver andel, der har svaret I høj grad/i meget høj grad)

	Offentlige institutioner	Detailhandel/ fysiske butikker	Hoteller og restauranter	Banker, forsikring og revisorer	Sociale medier	Digitale spil	Online-butikker
Alle danskere	65%	20%	16%	54%	7%	8%	16%
18-29 år	76%	37%	33%	70%	18%	16%	29%
30-39 år	71%	20%	19%	62%	9%	7%	20%
40-49 år	59%	16%	12%	49%	5%	7%	15%
50-59 år	59%	17%	9%	51%	3%	5%	13%
60-69 år	62%	11%	7%	47%	3%	6%	9%
70+ år	58%	13%	10%	43%	1%	3%	7%
Kvinder	67%	21%	16%	56%	6%	7%	15%
Mænd	63%	19%	15%	52%	7%	8%	17%
Har tidligere fået data hacket eller misbrugt	65%	17%	13%	56%	7%	8%	15%
Har ikke tidligere fået data hacket eller misbrugt	65%	19%	16%	54%	7%	7%	16%
Bekymrer sig i høj grad/meget høj grad om at oplysninger på nettet bliver misbrugt	56%	16%	8%	48%	5%	5%	10%
Bekymrer sig slet ikke/i lav grad om at oplysninger på nettet bliver misbrugt	65%	36%	28%	64%	31%	34%	42%

Base: n = 1.026.

Spørgsmål: "I hvilken grad føler du dig tryk ved at afgive data til ...".

Tallene angiver andelen, der har svaret i høj grad/i meget høj grad



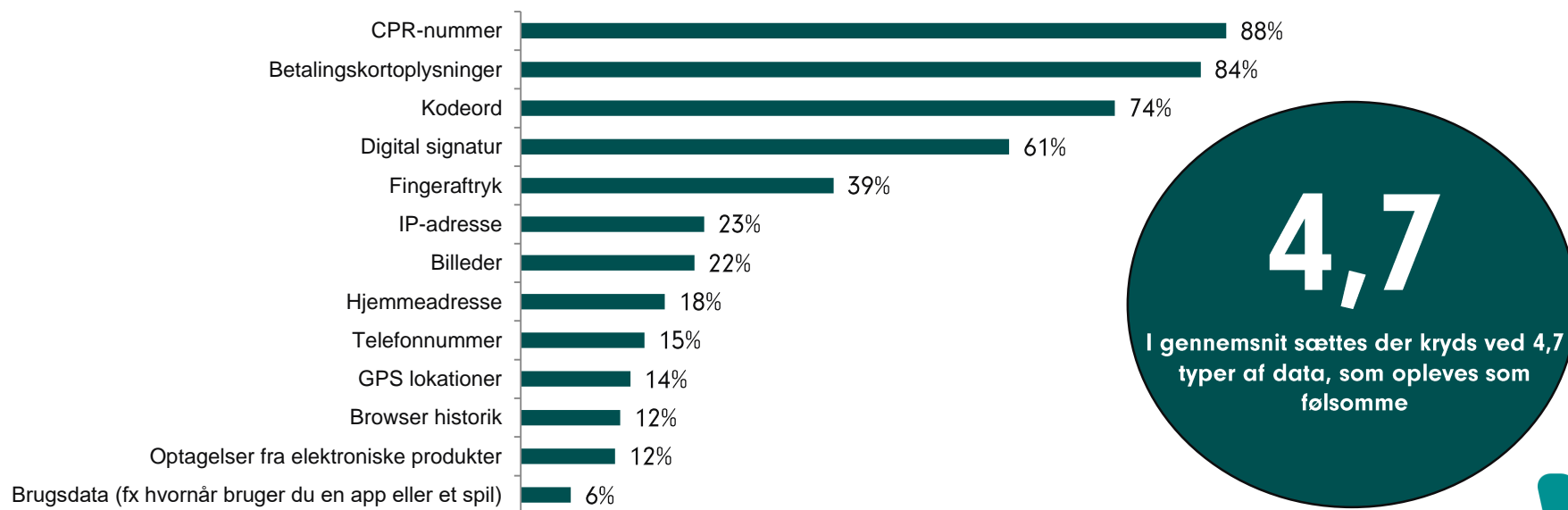
Hvilke oplysninger opleves som mest følsomme at afgive?

Danskerne oplever, at CPR-nummeret er det mest følsomme at angive. Næsten ni ud af ti (88%) oplever det følsomt at afgive CPR-nummeret. Næsten lige så mange (84%) oplever de som følsomt at afgive betalingskortoplysninger.

Færrest oplever det som følsomt at afgive brugsdata i spil mv (6%), ligesom forholdsvis få oplever det som følsomt at afgive optagelser fra elektroniske produkter (12%), browserhistorik (12%) og GPS-lokationer (14%).

Det er efter Wilkes opfattelse værd at bemærke, at kun to ud af fem (39%) oplever det som følsomt at afgive fingeraftryk.

Hvilke af følgende data er følsomme for dig?

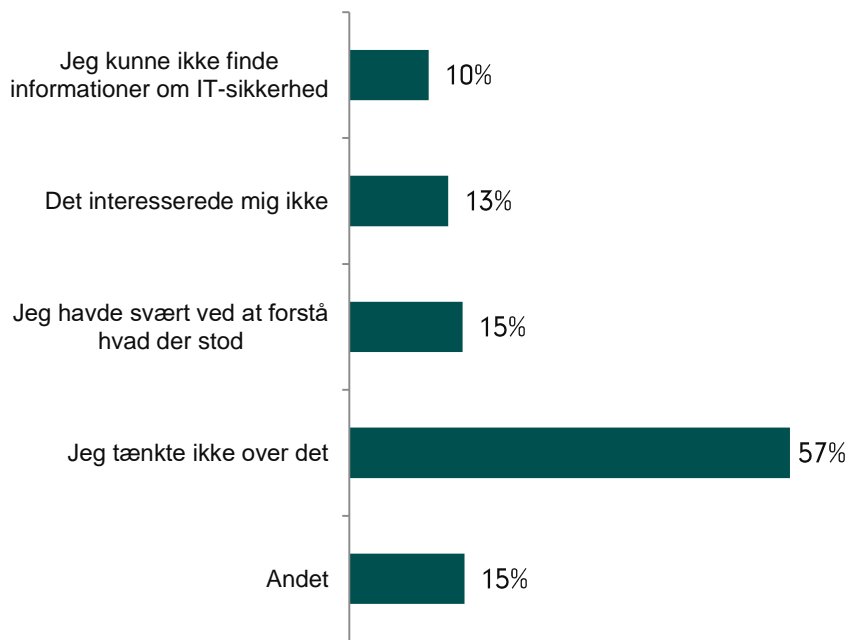


Danskerne tjekker ikke IT-sikkerheden, når de handler online

Lidt mere end en femtedel (22%) af danskerne tjekkede virksomhedens IT-sikkerhed, sidst de købte en vare eller serviceydelse på nettet. Næsten fire ud af fem (78%) gjorde det ikke.

Den vigtigste grund til ikke at tjekke IT-sikkerheden var, at respondenterne ikke tænkte på det.

Hvad er årsagen til, at du ikke læste om virksomhedens IT-sikkerhed?



22%

tjekkede virksomhedens IT-sikkerhed, sidst de købte en vare eller serviceydelse på nettet

Blandt dem, der har oplevet at få misbrugt deres data, er det 27% der tjekkede IT-sikkerheden.

Blandt dem, der bekymrer sig om IT-sikkerhed, var det 28% der tjekkede IT-sikkerheden.

78%

tjekkede ikke virksomhedens IT-sikkerhed, sidst de købte en vare eller serviceydelse på nettet

Base: n = 1.026. Base for dem, der ikke tjekker IT-sikkerhed: n = 795

Spørgsmål: "Sidste gang du benyttede en online service eller købte noget online, læste du så om virksomhedens IT-sikkerhed?" og "Du har svaret at du ikke læste om IT sikkerheden. Hvad er årsagen til, at du ikke læste om virksomhedens IT-sikkerhed?"

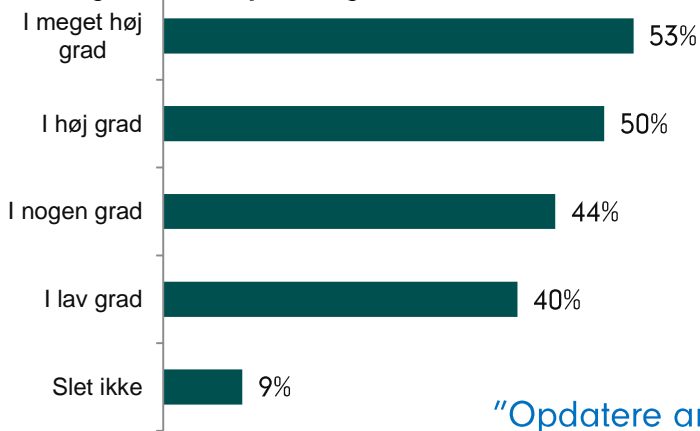


Hvad forbinder danskerne med god IT-sikkerhed i en virksomhed?

Dem, der slet ikke bekymrer sig om IT-sikkerhed, har kun i lille grad (9%) beskrevet, hvad god IT-sikkerhed i en virksomhed er. For de øvrige grupperes vedkommende, har mellem 40% og 53% beskrevet, hvad god IT-sikkerhed i en virksomhed er for dem.

De åbne kommentarer viser, at overholdelse af GDPR opfattes som en del af god IT-sikkerhed i en virksomhed, ligesom E-mærket nævnes. En række af de åbne besvarelser nævner samtidig tekniske forhold hos virksomheden – fx at sikre mod hacking og at sikre kryptering, firewalls og backup. Det bliver endelig nævnt i en række af de åbne besvarelser, at der skal gives samtykke til anvendelsen af data, særligt i forhold til udlevering til tredjepart.

Hvor stor andel har beskrevet, hvad IT-sikkerhed er – i forhold til, hvor meget man bekymrer sig om emnet



"Ingen oplysninger bruges uden mit samtykke"

"GDPR politik er på plads"

"At de ikke videregiver følsomme oplysninger til andre"

"At al data er sikret så alle ikke har adgang til det"

"At der leves op til GDPR og reglerne privatlivspolitik overholdes"

"God kryptering"

"Krypterede og anonymiserede data hele vejen igennem"

"At de ikke beder om div følsomme oplysninger"

"Opdatere anti-virus"

"At den er E-mærket"

"God firewall, sikker backup"

Base: n = 1.026.

Spørgsmål: "I hvilken grad bekymrer du dig om at oplysninger, du indtaster på nettet, bliver misbrugt?" og "Hvad forbinder du med god IT-sikkerhed i en virksomhed?"

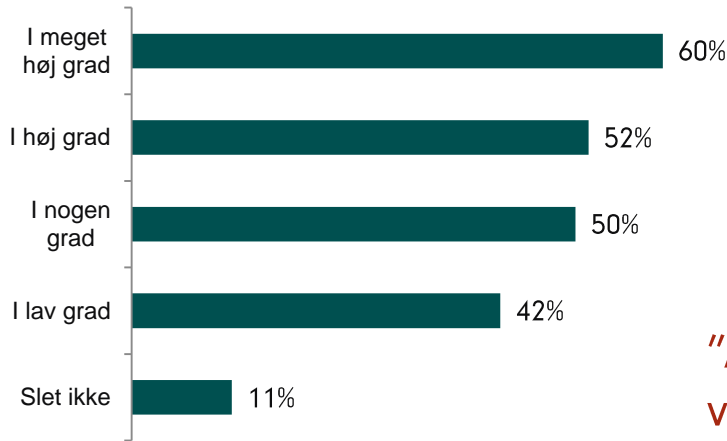


Hvad forbinder danskerne med ansvarlig anvendelse af data i en virksomhed?

Der er næsten seks gange så mange af dem, der i høj grad bekymrer sig for, at oplysninger afgivet på nettet bliver misbrugt, der har beskrevet hvad ansvarlig dataanvendelse i virksomheder er (60%), end det er tilfældet blandt dem, der slet ikke bekymrer sig om emnet (11%).

Ved gennemlæsning af de åbne kommentarer er det især videregivelse af data, sletning efter brug og overholdelse af GDPR, der nævnes. Det er illustreret af citaterne til højre på denne side, som er hentet fra de åbne kommentarer.

Hvor stor andel har beskrevet, hvad ansvarlig anvendelse af data er – i forhold til, hvor meget man bekymrer sig om emnet



"At de ikke videregiver oplysninger til tredje part"

"Sletter efter brug"

"Sikker opbevaring af personfølsomme data og overskuelig information omkring anvendelsen af disse og hvem de deles med"

"Data beskyttes og videregives ikke uden samtykke"

"At de er sikret og krypteret, at alt udveksling af data sker over krypteret forbindelse. og der er mulighed for at slette ens data"

"Udelukkende til internt brug og eksklusivt i forbindelse med normal forretning"

"Kun bruge data til det der er planlagt og accepteret"

"At oplysningerne ikke videregives"

"At det er GDPR-sikret og at alle og enhver i virksomheden ikke kan få adgang til det"

Base: n = 1.026.

Spørgsmål: "I hvilken grad bekymrer du dig om at oplysninger, du indtaster på nettet, bliver misbrugt?" og "Hvad forbinder du med ansvarlig anvendelse af data i en virksomhed?"

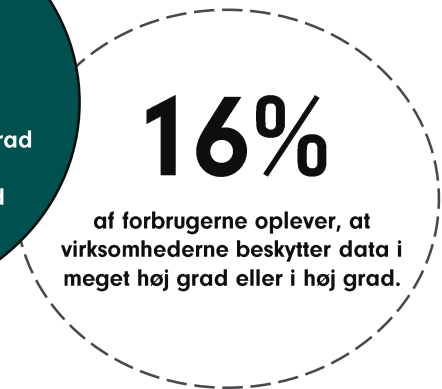
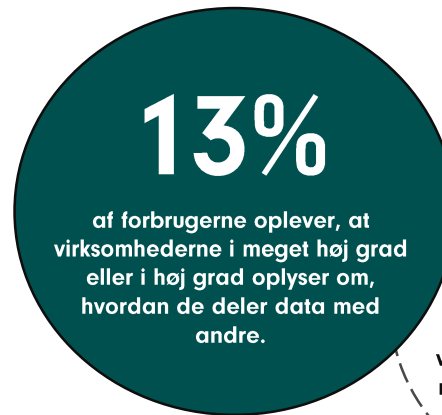
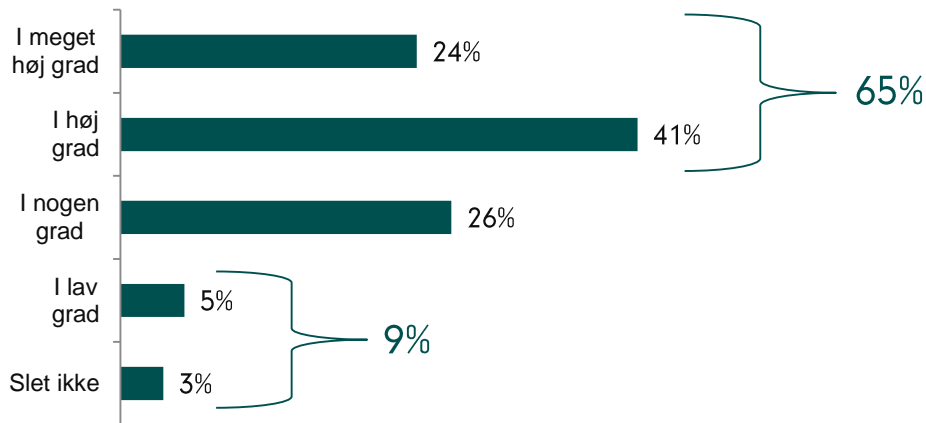


Hvad vil et mærke betyde?

Når danskerne bliver spurgt om, i hvor høj grad et mærke der dokumenterer at forbrugers data bliver beskyttet og behandlet ansvarligt vil påvirke deres valg af leverandør, er der overordentligt stor opbakning til, at mærket vil påvirke adfærden. To ud af tre angiver således, at mærket "I meget høj grad" eller "I høj grad" vil påvirket valget.

En forklaring på den store opbakning til et mærke kan måske findes i, at forholdsvis få forbrugere (13%) oplever, at virksomhederne oplyser om, hvordan de deler data med andre. Det er også forholdsvis få (16%) der oplever, at virksomhederne beskytter deres data.

I hvilken grad ville et mærke, der viste at dine data blev beskyttet og behandlet ansvarligt påvirke dit valg, når du skulle vælge hvor du skulle købe en vare eller serviceydelse af virksomhed?



Base: n = 1.026.

Spørgsmål: " Forestil dig at der fandtes et mærke, der havde til formål at vise dig, at dine data blev beskyttet og behandlet ansvarligt. Nogle virksomheder havde mærket, andre havde ikke. I hvilken grad ville sådan et mærke påvirke dit valg, når du skulle vælge leverandør" og:

" I hvor høj grad oplever du, at virksomheder oplyser om, hvordan de beskytter deres systemer og dine data med fx antivirus-programmer, særlig opmærksomhed på mulige sårbarheder eller organisatoriske retningslinjer for itsikkerhed" og:

"I hvor høj grad oplever du, at virksomheder oplyser om hvordan virksomheden deler deres data med andre eller bearbejder og anvender dine data?"

Tallene angiver andelen, der har svaret i høj grad/i meget høj grad.



Opbakning til mærket i forskellige befolkningsgrupper

Når vi opsplitter opbakningen til et mærke i forhold til befolkningsgrupper fremkommer det, at der er tilslutning til mærket på tværs af grupperne: Mindst halvdelen oplever, at mærket "I meget høj grad" eller "I høj grad" ville påvirke valget af leverandør.

Det er også tilfældet blandt de unge, hvor mærket har opbakning fra to ud af tre (65%), selv om de unge hører til dem der er mest villige til at afgive data til private virksomheder, sociale medier mv.

I hvilken grad ville et mærke, der viste at dine data blev beskyttet og behandlet ansvarligt påvirke dit valg, når du skulle vælge hvor du skulle købe en vare eller serviceydelse af virksomhed?

(procenter angiver andel, der har svaret I høj grad/i meget høj grad)



Base: n = 1.026.

Forestil dig at der fandtes et mærke, der havde til formål at vise dig, at dine data blev beskyttet og behandlet ansvarligt. Nogle virksomheder havde mærket, andre havde ikke. I hvilken grad ville sådan et mærke påvirke dit valg, når du skulle vælge

Tallene angiver andelen, der har svaret i høj grad/i meget høj grad



SURVEY

Dataindsamlingsmetode:

Undersøgelsen er gennemført som onlineinterview (CAWI) i Wilkes online-panel.

Målgruppe

Målgruppen er voksne danskere (18+), som færdes på internettet

Antal gennemførte interviews

Alle respondenter, n = 1.026

Vejning

Data er vejret i forhold til køn, alder og geografi (region)

Feltperiode

Interviewene er gennemført i uge 28 til 31 2019.



A set of keys with a wooden house-shaped keychain is shown on a wooden surface. The keys are silver and black, and the wooden keychain is a simple house shape with a chimney. The background is a dark, textured wood.

WILKES PROJEKTTEAM

Henrik Andersen

Head of Public

ha@wilke.dk

Tlf. 40 59 41 50

Simon Rorh

Research Manager

sc@wilke.dk

Tlf. 25 38 92 87