

Privacy og datasikkerhed – En befolkningsundersøgelse

April 2017

Indledning

At danskerne er meget aktive på nettet er afgørende vigtigt for, at vi som nation kan holde os fremme i feltet i forhold til den digitale udvikling. Derfor er det også grundlæggende nødvendigt, at vi ved, hvordan vi skal agere virtuelt for at kunne være trygge og sikre.

Det er ikke overraskende, at man flere steder i denne analyse kan se, at folk er blevet mere opmærksomme i forhold til privatfølsomme oplysninger og sikker færden på nettet. Medierne har fx stigende fokus på cyberkriminalitet og handel med dine personlige oplysninger. Men mange er stadig usikre på, hvordan de skal sikre sig, når de færdes på nettet. Kun 26 procent føler sig trygge ved, at de oplysninger virksomheder er i besiddelse af om dem, er sikret. Tilmed er der 69 procent, som gerne ville gøre mere for at skjule fx identitet, lokalitet og lignende, hvis værktøjerne var lettere at bruge.

Når det kommer til de grundlæggende sikkerhedsanbefalinger, så er der også god grund til at styrke danskernes viden om god adfærd på nettet. Kun 10 procent af befolkningen mellem 18-70 år har et højt sikkerhedsniveau, når det kommer til beskyttelse af computer og netværk mod indtrængen udefra. Yderligere 28 procent opfylder 5-6 af de otte anbefalinger, hvilket kan betegnes som et middel sikkerhedsniveau. I den anden ende af skalaen er der 29 procent, som kun opfylder 0-2 af anbefalingerne.

Analysen sætter fokus på privates adfærd på nettet. Den behandler emnerne sikkerhed, anonymitet, afgivelse af data, samt cookies. Analysen er en opfølgning på en tilsvarende analyse fra 2015 gennemført af IDA og Erhvervsstyrelsen.

Rapporten bygger på en undersøgelse, som Userneeds har gennemført for IDA og Forbrugerrådet, TÆNK i januar 2017.

Der er kommet 2022 svar fra et repræsentativt udsnit af befolkningen mellem 18-70 år.

Sikkerhed omkring password

Antallet af angreb på privates og virksomheders computere og netværk stiger hastigt, og de kriminelle bliver hele tiden dygtigere. Mange får stjålet data, bliver franarret penge, får spredt billeder og andre personlige oplysninger på nettet eller får helt overtaget deres identitet på nettet. Det er vanskeligt at gardere sig fuldstændigt mod angreb, men med en række almindelige forholdsregler kan man gøre livet sværere for de kriminelle og reducere skaden, hvis uheldet alligevel er ude.

Kun 41 procent følger anbefalingen om at have forskellige password til alle tjenester på nettet. Det er markant flere end i en tilsvarende undersøgelse fra 2015, hvor kun 24 procent svarede, at de havde forskellige password til alle tjenester. 65 procent har et særligt sikkert password til de vigtigste tjenester. Omvendt viser undersøgelsen, at der er en mindre gruppe med højrisikoadfærd. Der er således 9 procent, der har det samme password til alle tjenester. I 2015 var der kun 5 procent i denne gruppe.

Hver fjerde bruger computeren til at huske de forskellige password, mens 8 procent har en særlig tjeneste eller en app til at huske password.

30 procent skifter jævnligt de vigtigste password, mens 25 procent bruger to-faktorgodkendelse på de vigtigste password.

**Tabel 1: Hvordan håndterer du password til de forskellige tjenester, du bruger på nettet?
(Andel der svarer ja)**

	18-34 år	35-49 år	50-70 år	Alle
Jeg har forskellige password til alle mine tjenester	37%	41%	44%	41%
Jeg har et særligt sikkert password til mine vigtigste tjenester	64%	60%	68%	65%
Jeg har det samme password til alle mine tjenester	12%	8%	8%	9%
Jeg bruger computeren til at huske mine password	39%	20%	17%	25%
Jeg bruger en særlig tjeneste eller app til at huske mine password	8%	6%	8%	8%
Jeg har skrevet mine password i en fil, jeg har på min computer	10%	7%	12%	10%
Jeg skifter jævnligt mine vigtigste password	27%	35%	28%	30%
Jeg har to-faktor godkendelse på mine vigtigste password	30%	22%	23%	25%

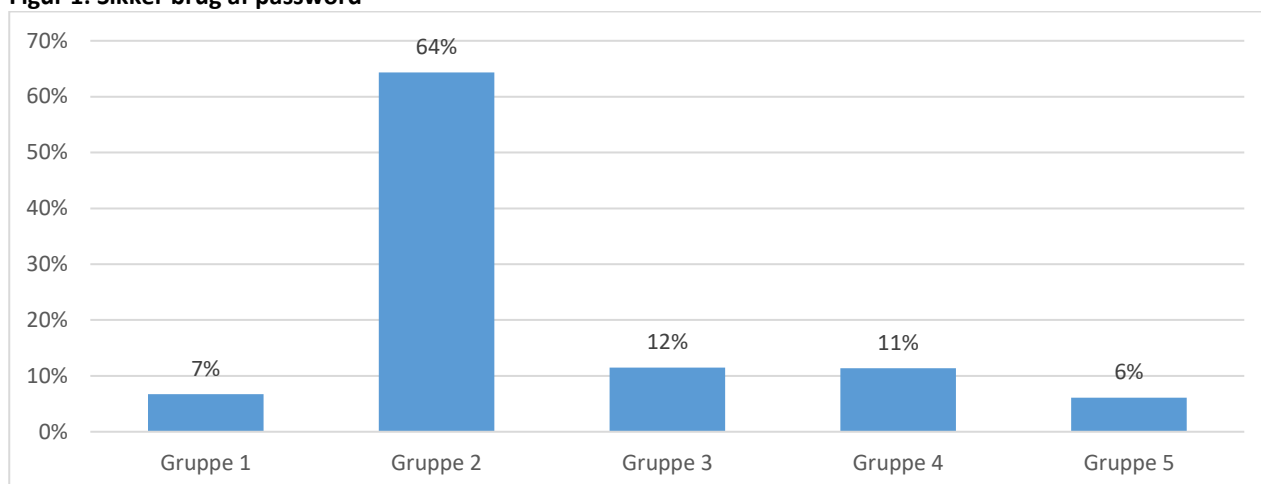
**Tabel 2: Hvordan håndterer du password til de forskellige tjenester, du bruger på nettet?
(Andel der svarer ja)**

	2015	2017
Jeg har forskellige password til alle mine tjenester	24%	41%
Jeg har det samme password til alle mine tjenester	5%	9%

På baggrund af svarene i tabel 1 er der konstrueret fem sikkerhedsprofiler omkring password:

- Gruppe 1: Meget usikker brug af password (samme password til alle tjenester OG skifter sjældent vigtigste password)
- Gruppe 2: Usikker brug af password (samme password til alle tjenester ELLER skifter sjældent vigtigste password)
- Gruppe 3: Mellempgruppe
- Gruppe 4: Sikker brug af password (opfylder mindst to af følgende tre krav: Forskellige password til alle tjenester, skifter jævnligt vigtigste password, har to-faktor-godkendelse til vigtigste password)
- Gruppe 5: Meget sikker brug af password (opfylder alle tre krav: Forskellige password til alle tjenester, skifter jævnligt vigtigste password, har to-faktor-godkendelse til vigtigste password)

Figur 1: Sikker brug af password



Grupperingen i figur 1 viser, at kun 17 procent har en sikker brug af password, mens 71 procent har en usikker eller meget usikker brug af password.

Beskyttelse af computere og netværk

Det er desværre stadig vanskeligere undgå at få computere og netværk i hjemmet inficeret af virus, malware, ransomware eller lignende. Politiet råder til, at man ikke åbner mails fra ukendte afsendere og ukendte vedhæftninger. Derudover er det en god ide at opdatere programpakker og netværk med de seneste versioner. Deltagerne i undersøgelsen er blevet stillet otte spørgsmål omkring, hvilke sikkerhedsforanstaltninger de tager for at beskytte sig. Svarene fremgår af tabel 3 og 4 nedenfor.

- 78 procent klikker sjældent eller aldrig på ukendte links, mens 91 procent kun sjældent eller aldrig åbner ukendte vedhæftede filer.
- 68 har ofte eller altid sørget for at opdatere antivirusprogrammer, mens 66 procent har opdateret browseren til seneste version.
- 11 procent bruger ofte eller altid åbne netværk, mens yderligere 24 procent gør det af og til.
- 30 procent bruger af og til eller oftere USB-nøgler til flere forskellige computere.
- 85 procent svarer ja til, at deres hjemmenetværk er krypteret og beskyttet af en adgangskode.

Tabel 3: Hvor ofte gør du følgende?

	Aldrig	Sjældent	Af og til	Ofte	Altid	Ved ikke/ kender ikke	I alt
Klikker på links uden at vide hvor det linker til?	37%	41%	16%	2%	1%	2%	100%
Åbner ukendte vedhæftede filer?	73%	18%	5%	1%	1%	2%	100%
Opdaterer dine antivirusprogrammer på dine computere og andre enheder til nyeste version?	5%	7%	16%	23%	45%	4%	100%
Opdaterer din browser på dine computere og andre enheder til nyeste version?	3%	7%	18%	25%	41%	6%	100%
Opdaterer dit styresystem på dine computere og andre enheder til nyeste version?	4%	9%	18%	23%	38%	8%	100%
Bruger åbne netværk på fx cafeer, museer, offentlig transport eller andre lignende steder?	29%	33%	24%	9%	2%	3%	100%
Bruger USB-nøgler til flere computere	33%	29%	22%	8%	2%	5%	100%

Tabel 4: Er dit hjemmenetværk krypteret, så man kun kan komme på, hvis man kender adgangskoden?

Ja	85%
Nej	8%
Ved ikke	7%
I alt	100%

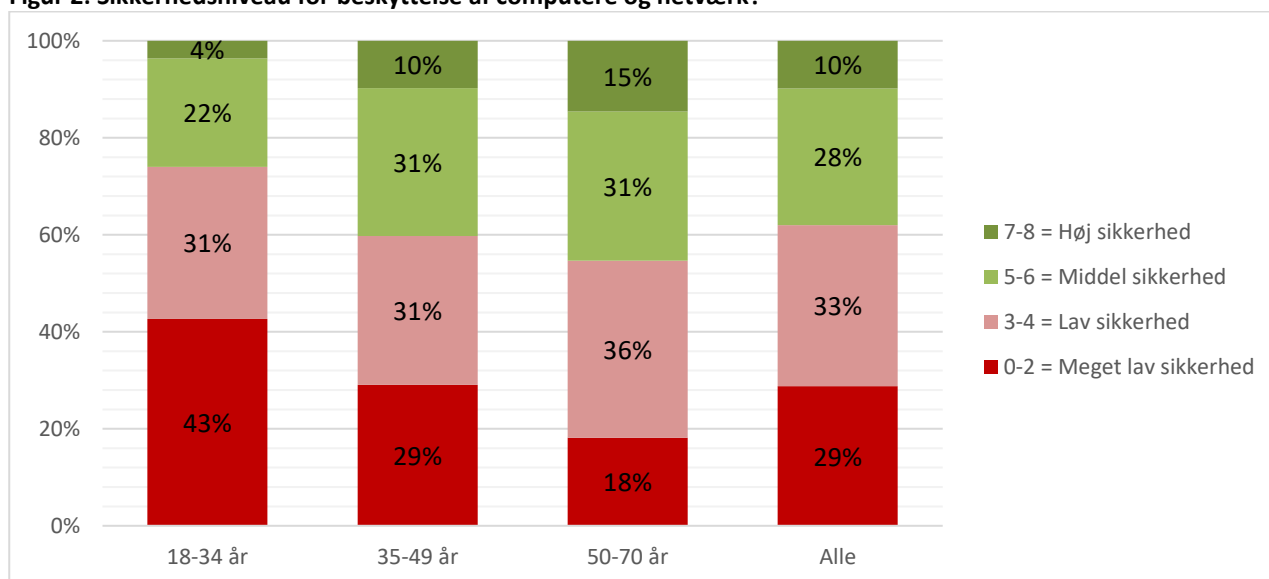
For at få en samlet vurdering af befolkningens sikkerhedsniveau er de blevet indplaceret på en sikkerhedsskala efter, hvor mange af de otte sikkerhedsforanstaltninger de følger. Højt sikkerhedsniveau er 8, mens lavest omvendt er 0, hvis man ikke opfylder nogen af de almindelige sikkerhedsanbefalinger overhovedet.

De otte sikkerhedsanbefalinger:

1. Klik aldrig på links uden at vide hvor det linker til
2. Åbn aldrig ukendte vedhæftede filer
3. Opdater altid antivirusprogrammer på computere og andre enheder til nyeste version
4. Opdater altid browser på computere og andre enheder til nyeste version
5. Opdater altid dit styresystem på computere og andre enheder til nyeste version
6. Brug aldrig åbne netværk på fx cafeer, museer, offentlig transport eller andre lignende steder
7. Brug aldrig USB-nøgler til flere computere
8. Brug altid kryptering af hjemmenetværk

Som det fremgår af figur 2 har kun 10 procent af befolkningen mellem 18-70 år et højt sikkerhedsniveau, når det kommer til beskyttelse af computer og netværk mod indtrængen udefra. Yderligere 28 procent opfylder 5-6 af de otte anbefalinger, hvilket kan betegnes som et middel sikkerhedsniveau. I den anden ende af skalaen er der 29 procent, som kun opfylder 0-2 af anbefalingerne.

Figur 2: Sikkerhedsniveau for beskyttelse af computere og netværk?



Når sikkerheden er lav øges risikoen for at få inficeret computeren og i værste fald miste værdifulde data, dokumenter eller billeder. Alligevel er der stadig 14 procent, som lever med risikoen og ikke tager backup af vigtige filer og billeder.

Tabel 5: Tager du backup af vigtige dokumenter, fotos eller andre data?

Ja, på ekstern harddisk	41%
Ja, i skyen	26%
Ja, på andre måder	14%
Nej	14%
Ved ikke	4%
I alt	100%

En anden trussel fra hackere er, at man risikerer at fremmede overtager magten over computerens kamera, så andre kan følge med i, hvad der foregår i det rum, hvor computeren står. Som det fremgår af tabel 6, er det 17 procent, der er så bekymrede over den trussel, at de dækker kameraet til med et klistermærke eller lignende, så eventuelle hackere ikke kan følge med i, hvad de foretager sig. Det svarer til, at 22 procent af dem, der har en computer med kamera, har sat et klistermærke over kameraet.

Tabel 6: Har du sat et klistermærke over kameraet på din computer, så eventuelle hackere eller andre uvedkommende ikke kan se, hvad du foretager dig?

Ja	17%
Nej	58%
Ved ikke	3%
Jeg har ikke et kamera på min computer	21%
Jeg har ikke nogen computer	1%
I alt	100%

Anonymitet

Mange mennesker kan have et ønske om at færdes anonymt på nettet. Helt grundlæggende vil mange synes, at det er grænseoverskridende, at personer eller virksomheder, de ikke kender, ved, hvad de foretager sig på nettet. Det kan der være mange årsager til, uden at det nødvendigvis er hverken pinligt eller ulovligt, hvad man foretager sig på nettet.

Halvdelen af alle i undersøgelsen ønsker ofte eller altid at være anonyme, når de færdes online. Kun 14 procent har aldrig eller sjældent det ønske. Andelen er stort set uændret siden 2015.

Tabel 7: Ønsker du at være anonym, når du er online?

	2015	2017
Aldrig	3%	3%
Sjældent	11%	11%
Af og til	35%	31%
Ofte	31%	33%
Altid	16%	17%
Ved ikke	3%	5%
Total	100%	100%

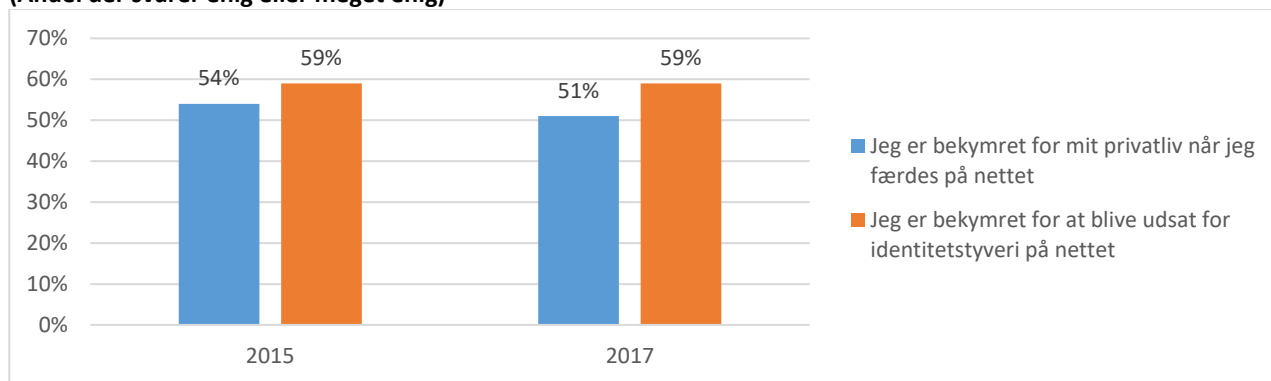
Generelt er der en stor uvilje mod overvågning på nettet. Kun 10 procent synes, det er godt at virksomheder holder øje med det, vi laver online, mens 28 procent synes, det er godt, at staten registrerer vores netadfærd.

**Tabel 8: Er du enig eller uenig i følgende udsagn?
(Andel der svarer enig eller meget enig)**

	2015	2017
Det er godt, hvis virksomheder holder øje med det, vi laver online	7%	10%
Det er godt, hvis staten holder øje med det, vi laver online	21%	28%

51 procent er bekymrede for deres privatliv på nettet, mens 59 procent er bekymrede for at blive udsat for identitetstyveri.

**Figur 3: Bekymring for privatliv og identitetstyveri på nettet
(Andel der svarer enig eller meget enig)**



69 procent ville gerne gøre mere for at beskytte deres privatliv på nettet, men alligevel svarer 55 procent, at det ikke kan lade sig gøre at beskytte privatlivet fuldstændigt.

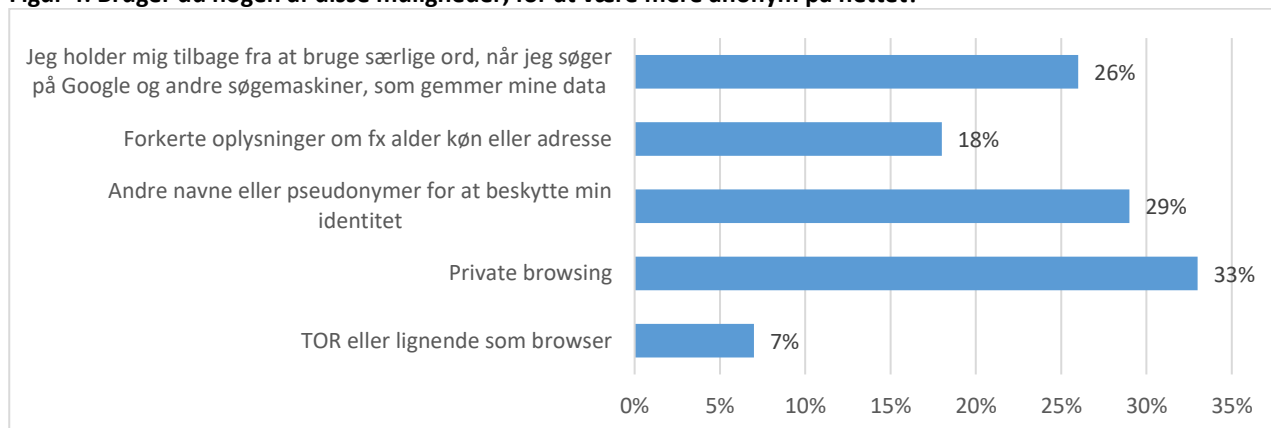
**Tabel 9: Er du enig eller uenig i følgende udsagn?
(Andel der svarer enig eller meget enig)**

	2015	2017
Det kan overhovedet ikke lade sig gøre at beskytte privatlivet på nettet	50%	55%
Jeg ville gerne gøre mere for at beskytte mit privatliv på nettet	64%	69%
Jeg ville bruge værktøjer til at skjule min identitet, lokalitet og lign hvis de var lette at bruge	68%	69%

Manglende viden om, hvordan man skal gøre, er tilsyneladende en barriere for at beskytte personlige oplysninger på nettet. Der er således 69 procent, som gerne ville gøre mere for at skjule fx identitet, lokalitet og lignende, hvis værktøjerne var lettere at bruge. Svarene i figur 4 understreger at, det er et mindretal, der gør noget for at beskytte sig selv på nettet.

Hver fjerde holder sig tilbage fra at bruge særlige ord, når de søger på fx Google og andre søgemaskiner, som gemmer data, mens hver tredje bruger private browsing. Andre opgiver forkerte oplysninger om fx alder, køn, navn og adresse. Endelig er der en mindre gruppe på 7 procent, som anvender TOR browseren eller lignende for at sikre en mere effektiv beskyttelse om adfærd på nettet.

Figur 4: Bruger du nogen af disse muligheder, for at være mere anonym på nettet?



Privatliv og afgivelse af data

På nettet bliver man som bruger ofte bedt om at afgive en række personlige oplysninger. Det kan være som medlem af en kundeklub, når man opretter en profil på et socialt medie, når man foretager et køb eller er i kontakt med en offentlig myndighed.

Når den enkelte afgiver data, så er der masser af faldgruber. For det første er det selvfølgelig vigtigt at sikre sig, at modtageren er den rigtige. For det andet bliver man ofte bedt om at afgive data, som ikke er nødvendige for at kunne gennemføre det køb, den tjeneste eller den tilmelding, som man ønsker. For det tredje kan det være svært at afgøre, hvordan de data, man afgiver, bliver opbevaret og behandlet. Der findes ikke noget samlet overblik over, hvor mange data, der videregives/sælges til tredjepart i kommercielt øjemed, men antallet af personaliserede reklamer vidner om, at der videregives/sælges store mængder data. Endelig er der selvfølgelig også en risiko for, at data bliver solgt eller opsnappet/hacket og brugt til kriminelle aktiviteter.

På trods af at mange (69 procent) gerne vil gøre mere for at sikre deres anonymitet på nettet, er der 34 procent, som sjældent eller aldrig læser betingelserne, når de tilmelder sig tjenester eller downloader apps. Yderligere 26 procent gør det kun af og til. Man må konstatere, at der er en opgivende holdning til mulighederne for at beskytte sit privatliv på nettet. Det understøttes af, at 55 procent svarer at det er umuligt at færdes anonymt på nettet. En anden forklaring på, at så få sætter sig ind i betingelserne for de forskellige tjenester kan være, at det ofte er meget lange, komplicerede tekster, som mange ikke orker at komme igennem.

Tabel 10: Læser du betingelserne, når du tilmelder dig tjenester eller downloader apps?

	2015	2017
Aldrig	11%	10%
Sjældent	27%	24%
Af og til	29%	26%
Ofte	17%	24%
Altid	13%	13%
Ved ikke	1%	2%
I alt	100%	100%

Den fremherskende digitale forretningsmodel på nettet er, at forbrugerne betaler for indhold ved at blive eksponeret for reklamer. Jo mere personligt reklamerne kan målrettes, jo større effekt, og der er derfor store økonomiske interesser i at indsamle persondata. Reelt betaler forbrugerne – ofte intetanende – en uigennemsigtig pris med deres persondata, og i takt med, at det går op for dem, vokser deres skepsis og deres lyst til at slette deres data, ligesom de holder sig tilbage fra at afgive deres data eller afgiver forkerte data.

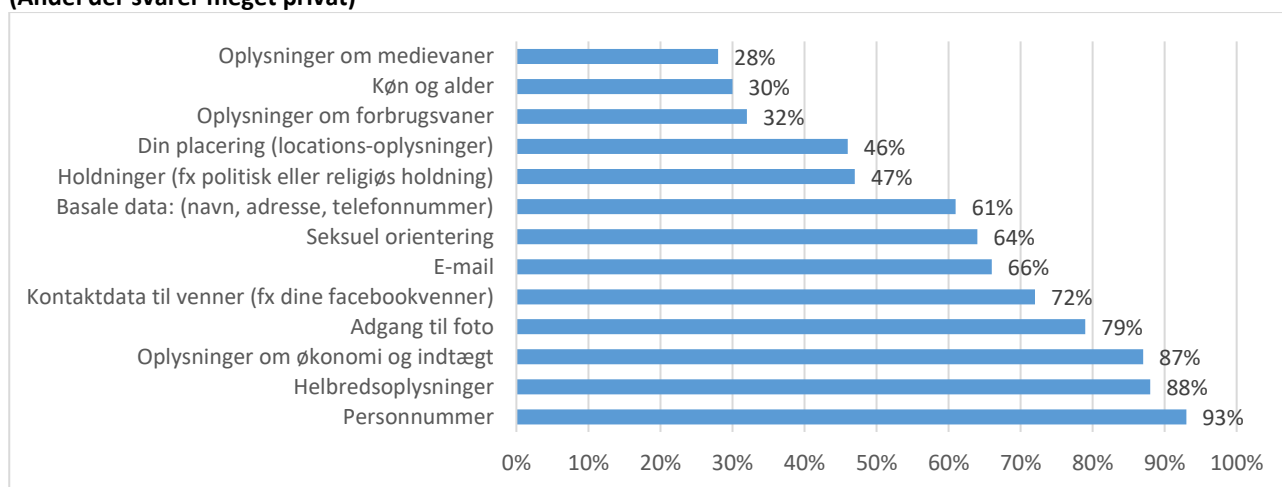
Kun 26 procent føler sig trygge ved, at de oplysninger, som virksomhederne er i besiddelse af om dem, er sikret/ beskyttet. 51 procent svarer, at de på baggrund af den seneste mediedækning om datasikkerhed, er mere urolig i forhold til, at virksomheder skal have adgang til personlige informationer/persondata.

**Tabel 11: Er du enig eller uenig i følgende udsagn?
(Andel der svarer enig eller meget enig)**

	2015	2017
Jeg føler mig tryk ved, at de oplysninger som virksomheder er i besiddelse af om mig er sikret/ beskyttet	17%	26%
Jeg føler, at jeg har kontrol over mine personlige data	36%	47%
På baggrund af den seneste mediedækning om datasikkerhed, er jeg mere urolig i forhold til at virksomheder skal have adgang til mine personlige informationer / persondata	55%	51%

Der er stor forskel på, hvilke data folk opfatter som private. Personnummeret ligger højest med 93 procent, der betragter det som meget privat, mens kun 28 procent er meget private omkring deres medievaner. Oplysninger om helbred, økonomi og indtægt, adgang til foto og kontakter til venner betragtes af mange som meget private oplysninger. Oplysninger om, hvor man befinder sig (locations-oplysninger) og oplysninger om forbrugsvaner, betragtes som mindre private.

**Figur 5: Hvilke data opfatter du som private?
(Andel der svarer meget privat)**



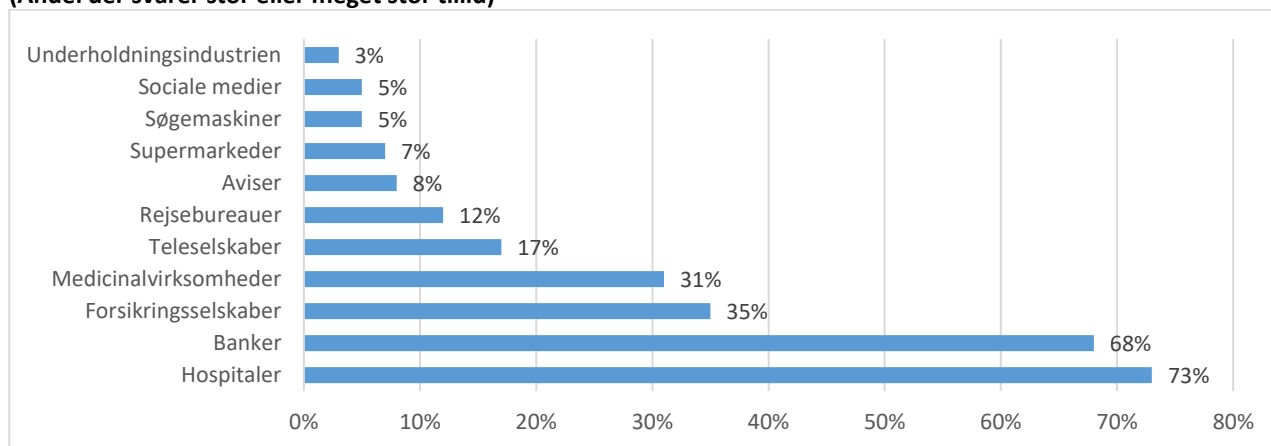
På trods af at mange opfatter en række data som meget private, er der alligevel mange, som er parate til at afgive personlige data for at kunne oprette en profil på et socialt medie. Der er fx 68 procent, der er parate til at oplyse om køn og alder, mens 53 procent har afgivet oplysninger om fx navn, adresse og telefonnummer. Der er også mere end hver tredje, der har delt placering med et socialt medie. Tilsyneladende er ønsket om at have profiler på de sociale medier nok til, at mange slækker på ønsket om at holde på private oplysninger.

Tabel 12: Har du afgivet forskellige typer af data på nettet for at oprette en profil på et socialt medie? Markér hvilke oplysninger, du har afgivet

	2015	2017
E-mail	77%	73%
Køn og alder	71%	68%
Basale data: (navn, adresse, telefonnummer)	57%	53%
Din placering (locations-oplysninger)	37%	36%
Adgang til foto	33%	27%
Kontaktdata til venner (fx dine facebookvenner eller din adresseliste fra dit mailprogram)	16%	14%
Oplysninger om forbrugsvaner	11%	11%
Holdninger (fx politisk eller religiøs holdning)	10%	11%
Oplysninger om medievaner	12%	11%
Seksuel orientering	-	7%
Personnummer	6%	6%
Oplysninger om økonomi og indtægt	7%	6%
Andet	-	3%
Helbredsoplysninger	2%	2%
Ingen af ovenstående	14%	17%

Der er meget ringe tillid til, at en række forskellige typer af virksomheder ikke sælger/videregiver personlige oplysninger. Mindst tillid er der til underholdningsplatforme, sociale medier og søgemaskiner. Forsikringsselskaber og medicinalvirksomheder nyder lidt højere tillid, mens der er størst tillid til hospitaler og banker.

Figur 6: Hvor stor tillid har du til forskellige typer af virksomheder med hensyn til, at de ikke videregiver/sælger dine personlige oplysninger? (Andel der svarer stor eller meget stor tillid)



En del af deltagerne i undersøgelsen svarer, at forskellige forhold vil kunne få dem til at afgive personlige oplysninger, som de ellers ikke ville være parate til at afgive. Det drejer sig vigtigst af alt om en tillidsvækkende og tydelig privacypolitik fra virksomheden. En del af deltagerne vil dog også afgive oplysninger, hvis de til gengæld opnår tilbud, rabatter eller andre fordele.

Tabel 13: Hvilken betydning har følgende for, om du vil afgive data om dig selv om dine vaner, som du ellers ikke ville give?

	Ja, det kunne helt sikkert få mig til at afgive flere data end ellers	Ja, det kunne muligvis få mig til at afgive flere data end ellers	Nej det kunne ikke få mig til at afgive flere data end ellers	Ved ikke	I alt
Hvis jeg har tillid til at mine data vil være beskyttet	15%	52%	25%	8%	100%
Virksomhedens privacy politik (med hensyn til datahåndtering)	7%	44%	38%	11%	100%
Hvis det er en virksomhed jeg ofte handler med	7%	48%	38%	8%	100%
Gratis produkter	5%	27%	61%	7%	100%
Rabat på forsikringer	5%	36%	51%	8%	100%
Hvis jeg har stor interesse i produkterne eller ydelserne der tilbydes	5%	36%	50%	10%	100%
Rabat på en vare, fx rejse eller bil	4%	35%	54%	7%	100%
Hvis jeg kan lide virksomhedens værdier	3%	30%	56%	11%	100%
Hvis det betyder, at jeg kan få tilbud, der er skræddersyede til mig	3%	28%	59%	10%	100%
Standarden af virksomhedens kundeservice	3%	24%	61%	12%	100%
En konkurrence hvor du kan vinde fx en rejse eller en bil	2%	19%	72%	7%	100%

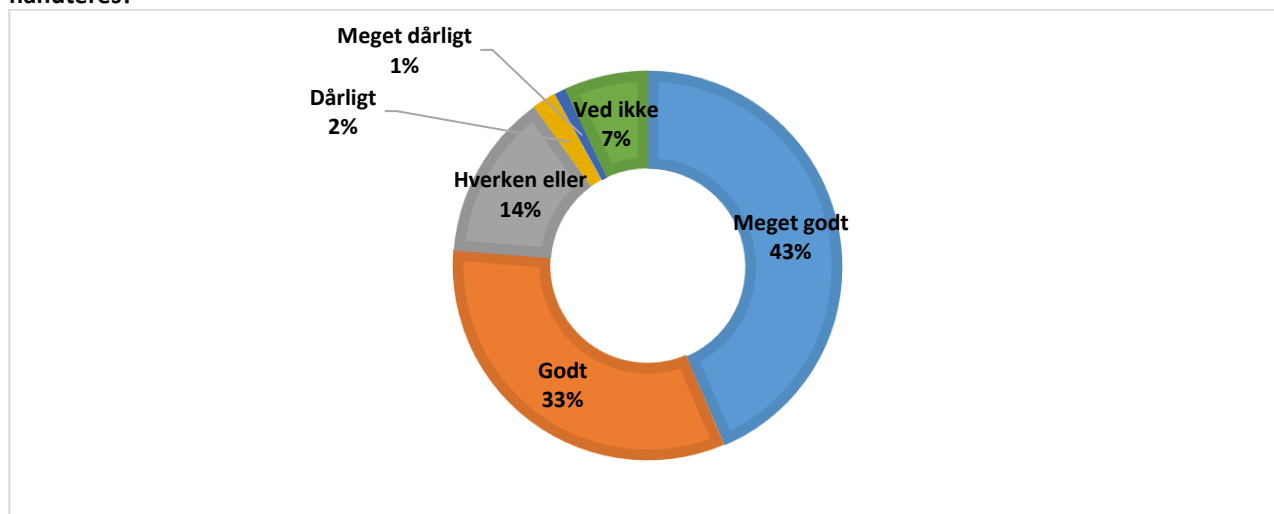
Med "wearable devices" (fx sundhedsarmbånd) er det muligt at sende en række sundhedsdata til læge eller forsikringsselskab. Der findes også en række træningsapps, der giver mulighed for at sende oplysninger videre til sociale medier. 76 procent er parate til at dele oplysninger om daglig motion med lægen, mens kun 26 procent vil dele oplysningerne med venner og endnu færre (14 procent) med forsikringsselskabet. Generelt er der begrænset lyst at dele informationer om humør, vægt, diæt, søvn og medicinforbrug med andre end lægen.

Tabel 14: Hvilke af disse informationer er du villig til at dele med:

	Dine venner		Din læge		Dit forsikringsselskab	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017
Omfanget af din daglige motion	50%	26%	81%	76%	18%	14%
Helbred	36%	15%	95%	91%	45%	40%
Humørtilstand	49%	28%	76%	70%	9%	6%
Vægt	32%	13%	90%	83%	19%	14%
Diæt	25%	11%	78%	74%	9%	8%
Soverytme	34%	13%	84%	78%	9%	7%
Medicinforbrug	22%	7%	92%	87%	26%	21%
Ingen af ovenstående	34%	57%	2%	5%	47%	51%
Jeg har ingen forsikringer	-	-	-	-	-	3%

76 procent synes godt om ideen om en mærkning af hjemmesider, så det fremgår, om de lever op til EU's persondatalov, som bestemmer, hvilke oplysninger det er tilladt for virksomheden at registrere, og hvordan de skal håndteres.

Figur 7: Hvad synes du om ideen om en mærkning af hjemmesider, så det fremgår om de lever op til EU's persondatalov, som bestemmer hvilke oplysninger det er tilladt for virksomheden at registrere og hvordan de skal håndteres?



Cookies og personaliseret indhold (tabel 20-23)

Personaliseret indhold – fx reklamer og artikler – som er målrettet forbrugeren afhængig af hans eller hendes færden på nettet, er en forretningsmodel, der er meget brugt i den digitale verden, og til det formål bruger langt de fleste virksomheder cookies.

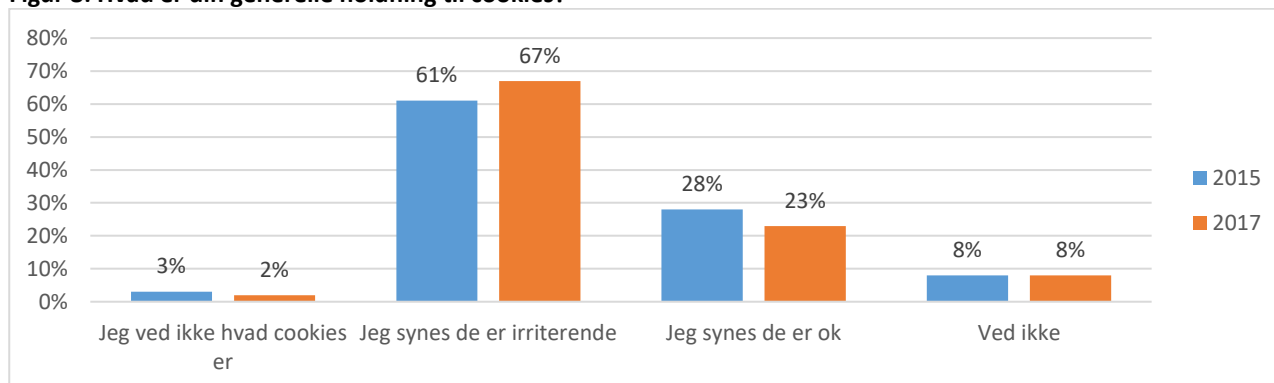
En cookie er en lille tekstfil, der giver mulighed for at lagre oplysninger, eller tilgå allerede lagrede oplysninger på brugerens pc, smartphone, tablet eller lignende, med det formål at indhente data om brugeren.

Cookies er ikke ulovlige. De bruges bl.a. til at lagre oplysninger om brugerens adfærd på en hjemmeside og er nødvendige for mange online ydelser. Fx til indkøbskurven på webbutikker, som husker varerne i indkøbskurven ved hjælp af cookies.

Cookies kan endvidere bruges til at personalisere hjemmesider, til statistik om brugernes adfærd, målrettet markedsføring samt udvikling af mere brugervenlige tjenester m.m. Afhængig af brugerens holdning, kan det opleves som en fordel at blive identificeret og få målrettet information - eller det modsatte.

67 procent af de 18-70 årige synes, at cookies er irriterende.

Figur 8: Hvad er din generelle holdning til cookies?



Den mest almindelige grund til ikke at blokere for cookies er, at det begrænser funktionaliteten af mange hjemmesider. 35 procent angiver det som årsag. 18 procent ved ikke, hvordan man gør, mens 19 procent ikke tænker nærmere over det.

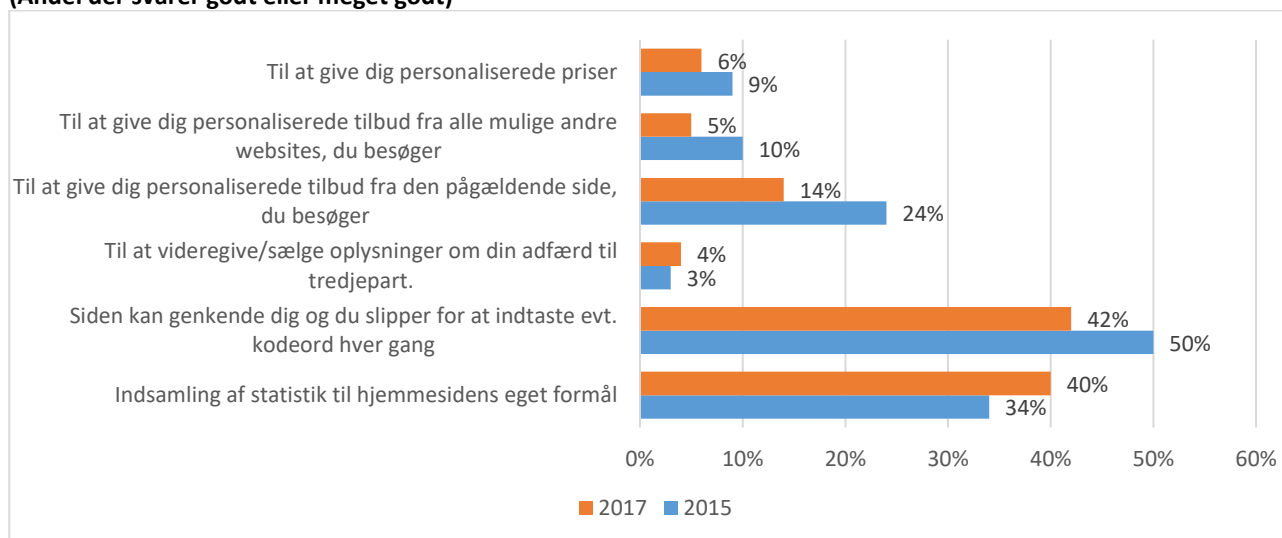
Tabel 15: Der kan være forskellige grunde til ikke at slette eller blokere for cookies. Marker de grunde som gælder for dig

	2015	2017
Jeg ved ikke hvordan man gør	16%	18%
Det er besværligt	13%	13%
Jeg bekymrer mig ikke om, at de forskellige hjemmesider registrerer min færden	22%	19%
Det begrænser adgang til dele af mange hjemmesider, hvis man blokerer for cookies	38%	35%
Jeg synes cookies giver virksomheder og myndigheder input til at forbedre hjemmesidernes brugervenlighed	15%	10%
Andre årsager	7%	8%
Det er ikke noget, jeg tænker over	27%	19%

40 procent synes det er ok, at der bruges cookies til at indsamle statistik til hjemmesiden, mens 42 svarer, at det er godt at blive genkendt ved login og ikke skulle huske på evt. password hver gang. Kun 4 procent synes det er ok at bruge cookies til at indsamle oplysninger, der videresælges til tredjepart.

14 procent accepterer cookies, når de bruges til at give personaliserede tilbud. I forhold til den tilsvarende måling i 2015, er tendensen, at der er færre, som synes om cookies, når de bruges til personalisering af reklamer og priser.

Figur 9: Her er nogle måder, virksomheder eller myndigheder kan bruge data på ved hjælp af cookies. Hvordan vil du vurdere følgende formål: (Andel der svarer godt eller meget godt)



**Tabel 16: Er du enig eller uenig i følgende udsagn?
(Andel der svarer enig eller meget enig)**

	2015	2017
Det er generelt klart og tydeligt, hvordan virksomhederne bruger personlige data	15%	18%
Det betyder noget for mig, at en hjemmeside fortæller, hvad den gør med mine data, og hvad den ikke gør	68%	77%
Virksomheder er gode til at informere om ændring af deres persondatapolitik	14%	16%
At bruge informationer om mig, uden min tilladelse, til at sende markedsføringsbeskeder / reklamer til mig, er en krænkelse af mit privatliv	76%	80%
I de seneste fem år har jeg bemærket nedgang af antallet af reklamer / markedsføring, der ikke relaterer sig til mig	21%	25%
Det er et indgreb i mit privatliv, hvis virksomheder bruger mine data til at personalisere uden at jeg har givet tilladelse	77%	81%
I de seneste fem år har jeg bemærket, at virksomheder er blevet bedre til at personalisere deres markedsføring	39%	52%
Jeg har generelt mere tillid til staten end private virksomheder, når det gælder beskyttelse af personlige data	51%	46%

Metode

Undersøgelsen er gennemført blandt et repræsentativt udsnit af befolkningen mellem 18-70 år. I alt er der indsamlet 2022 svar. Dataindsamlingen er foretaget af Userneeds for Ingeniørforeningen, IDA.

Dataindsamlingen er afsluttet januar 2017.