

'Consument ongerust over privacy bij online winkelen'

03-11-2016 08:48



Consumenten zetten vraagtekens bij de manier waarop online retailers met hun persoonlijke gegevens omgaan. Ze zijn vooral ongerust over het doorverkopen van persoonlijke gegevens aan derden, het hacken van gegevens en confrontatie met ongewenste marketingacties. Dat concludeert KPMG uit onderzoek onder bijna zeventuizend consumenten uit 24 landen.

Consumenten vinden controle over hun privégegevens volgens het bureau belangrijker dan de mogelijke voordelen die online winkelen biedt. Minder dan tien procent vindt dat ze op dit moment voldoende controle hebben op de wijze waarop organisaties met hun gegevens omgaan. Banken, zorgaanbieders en overheden krijgen op dat punt aanzienlijk meer vertrouwen dan retailers, supermarkten en telecombedrijven.

De helft van de consumenten verwijdert volgens partner Koos Wolters van KPMG Cyber browsercookies en beperkt de zichtbaarheid van persoonlijke informatie op social media. Een op de drie consumenten activeert de 'incognitomodus' in de webbrowser om te voorkomen dat gebruikers van dezelfde computer het internetgedrag kunnen volgen. "Zo'n 25 procent is ertoe overgegaan om encryptie te gebruiken, waardoor persoonlijke informatie niet door buitenstaanders kan worden gelezen", zegt hij.

"Consumenten willen steeds meer controle als het gaat om het gebruik van het internet en nemen in toenemende mate maatregelen om hun privacy te beschermen", aldus Wolters. Ruim dertig procent geeft aan dat een gedegen cybersecuritystelsel veel twijfels zouden wegnemen. Het is volgens hem opvallend dat

klanten zich zorgen maken om hun privégegevens, maar dat een meerderheid niet de moeite neemt om het privacybeleid van de website goed door te nemen.