

# Online kleding passen: wint gemak het van privacy?

03-10-2018 11:15



**Door Anne Moes en Kim Walravens**  
**Onderzoekers HvA**

Steeds vaker wordt kleding online gekocht. Hiermee gaat gepaard dat er ook steeds meer kleding retour wordt gestuurd. Opkomende innovatieve technologieën maken het voor de consument mogelijk om online kleding te 'passen', wat zou kunnen bijdragen aan het terugdringen van het aantal retouren. Het klinkt prachtig, echter is het delen van persoonlijke gegevens vaak een voorwaarde om deze technologieën te kunnen gebruiken. Zit de consument hier wel op te wachten of zijn privacyzorgen een reden om deze manieren van online maatbepaling links te laten liggen? De HvA en TMO zochten het uit.

## **Nederlanders vinden retourneren normaalste zaak van de wereld**

Met een retourpercentage van negen procent wordt in Nederland het [meest geretourneerd](#) van heel Europa. De helft van deze retouren bestaat uit kleding. Het bestellen van een onjuiste maat is met 32 procent één van de [belangrijkste redenen](#) om kleding retour te sturen. Ook bestellen veel online shoppers [meerdere maten](#) van hetzelfde kledingstuk, zodat er in elk geval één past. De meeste consumenten verwachten hierbij dat retailers de kosten voor het retourneren op zich nemen. Uit de jaarlijkse [e-shopper barometer](#) van pakketbezorger DPD blijkt zelfs dat bijna negentig procent van de Nederlandse online shoppers het zeer belangrijk vindt om gratis te kunnen retourneren. Dit betekent onnodig hoge kosten voor online retailers. Kosten die teruggedrongen zouden kunnen worden door betere online maatbepaling.

### **Online kleding passen middels nieuwe technologie**

Het opnemen van maten om passende kleding te bestellen is an sich natuurlijk niets nieuws. Webshops maken dan ook veel gebruik van simpele maattabellen, zodat consumenten thuis ouderwets met een meetlint hun maten kunnen opnemen. Ondanks deze mogelijkheid, ligt het percentage retouren hoog. Verklarende reden hiervoor is het opnemen van de eigen maat, dat tijdrovend is en lastig. Consumenten weten niet precies wat en hoe ze zichzelf moeten opmeten. Bovendien hebben niet alle consumenten een meetlint thuis liggen.

Verschillende bedrijven houden zich bezig met het ontwikkelen van nieuwe methoden voor online maatbepaling. Methoden die het eenvoudiger en beter moeten maken om al thuis zittend op de bank, toch de juiste maat te kunnen bestellen zónder fysiek het kledingstuk te kunnen passen. Twee voorbeelden van dit soort relatief nieuwe technologieën zijn 3D-bodyscanners en foto-applicaties. Met een 3D-scanner kun je, het woord zegt het al, een 3D-scan van jezelf (laten) maken. De 3D-modellen die de scan oplevert kunnen, afhankelijk van type scanner, uiteenlopen van zeer realistisch (zelfs kleuren en texturen worden juist weergegeven) tot wat abstracter (alleen de maten kunnen worden afgelezen van het uit puntenwolken-bestaande 3D-model).

Een foto-applicatie werkt iets eenvoudiger. Hiermee worden op basis van een vooraanzicht- en zijaanzichtfoto maten berekend (er bestaan verschillende soorten foto-applicaties voor maatbepaling, maar dit is degene die meegenomen is in dit onderzoek). Bij deze applicaties is de maatopname wat minder precies dan bij een 3D-scanner, omdat de maten op basis van minder punten worden berekend. Wel zijn de beelden fotorealistisch, iets dat bij de 3D-scanner lastiger is om te bereiken. Beide technologieën leveren ongeveer dezelfde eindproducten op die ingezet kunnen worden bij het online kiezen van een juiste maat: een avatar van de gebruiker waarmee digitaal gepast kan worden of enkel een matenpaspoort, waarin alle digitaal opgenomen maten zijn opgeslagen. Echter, om deze eindproducten te kunnen leveren, is het noodzakelijk dat de gebruiker geen of strakke overkleding aan heeft tijdens de maatopname. De vraag is of consumenten hiertoe bereid zijn of dat hier zulke hoge privacyzorgen mee gemoeid gaan, dat het brede implementatie van zulk soort technieken in de weg staat.

### **Onderzoek naar privacyzorgen bij digitale maatopname**

Onderzoekers van de HvA en TMO Business School hebben samen met studenten verkennend onderzoek gedaan - waarvan de resultaten niet gegeneraliseerd kunnen worden naar alle Nederlandse online shoppers - naar de mate van privacyzorgen bij deze twee typen technologieën van online maatbepaling. Er zijn zes focusgroepen gehouden die elk uit vijf tot acht personen tussen de 25 en 65 jaar oud bestonden. Daarnaast is er een enquête afgenomen onder Nederlandse vrouwen, ook tussen de 25 en 65 jaar. In zowel de focusgroepen als de survey werden de 3D-bodyscanners en fotoapplicaties eerst toegelicht, alvorens er gevraagd werd naar hun mening over deze technologieën.

### **Privacy staat gebruik digitale maatopname in de weg**

De eerste reacties van de ondervraagde personen in de focusgroepen waren wisselend. Hoewel er vrij veel enthousiasme over de twee typen technologieën voor online maatbepaling was en het als gemakkelijk werd bestempeld, bleek privacy vaak een bottleneck te zijn voor het gebruik ervan. De respondenten hadden de meeste moeite met een waarheidsgetrouwe avatar van zichzelf, waarbij ze fotorealistisch in ondergoed in beeld worden gebracht. Maar ook als de respondenten thuis zelf de opnames konden maken en strakke kleding aan konden houden, bleven ze moeite hebben met de opnames: *"Ik heb er best wel veel moeite mee, het voelt gevoelig omdat je foto's maakt van je hele lichaam."* en *"Ik zou wel bang zijn in de wereld van tegenwoordig voor wat er met mijn informatie [scans en foto's] gebeurt."* Respondenten geven aan dat ze precies willen weten wat er met de beelden van henzelf gebeurt voordat ze überhaupt overwegen om de technologieën te gebruiken: *"Wat doen zij [de dienstverlener] met deze gegevens?"; "Ik zou ook wel willen weten wat er met de beelden gebeurt, wie zien ze allemaal?"* Duidelijke privacyvoorwaarden zijn voor de consument

dus een vereiste.

Ook uit de survey blijkt dat het overgrote deel van de respondenten privacy-zorgen heeft met betrekking tot het gebruik van de technologieën. Slechts dertien van de 122 respondenten geven aan zich helemaal geen zorgen te maken over privacy bij het gebruik van de scanner of foto-applicatie. Tevens blijkt uit de survey dat privacyzorg een belangrijke reden is voor de respondenten om de technologieën niet te gebruiken. Bij de groep respondenten die niet enthousiast is over het gebruik van een 3D-scanner (52 procent) en een foto-applicatie (55 procent) om digitaal hun maat op te nemen, is bij respectievelijk 54 procent en 49 procent privacyzorg hiervoor de voornaamste reden. Deze zorgen om privacy leven onder zowel de jongere als de oudere respondenten. In dit onderzoek is er namelijk geen verband gevonden tussen leeftijd en privacyzorg. Wel is er een significante zwakke negatieve correlatie gevonden tussen kledingmaat en privacyzorg. Vrouwen met een grotere kledingmaat maakten zich over het algemeen meer zorgen over hun privacy met betrekking tot het gebruik van de twee technologieën, dan vrouwen met een kleinere kledingmaat. Geconcludeerd kan worden dat privacy voor een groot deel van de ondervraagden, ook ongeacht hun kledingmaat, een belemmering is voor het gebruiken van beide technologieën

### **Toch kansen voor digitale maatopname**

Uit dit onderzoek blijkt dat de 3D-bodyscanner en foto-applicatie als privacygevoelig worden beoordeeld. Tevens [is bekend](#) dat privacy een belangrijke voorspeller is voor adaptatie van nieuwe technologieën. Toch betekent dit niet per definitie dat er geen kansen zijn voor deze nieuwe manieren van online maatbepaling. Uit dit onderzoek blijkt namelijk ook dat respectievelijk 48 procent en 45 procent van de respondenten wél openstaat voor het gebruik van een 3D-scanner of foto-applicatie om de juiste maat te kunnen selecteren bij het online bestelproces. Dit percentage kan nog worden verhoogd, wanneer de zorgen om privacy kunnen worden verlaagd. Dit laatste kan bereikt worden door ten eerste duidelijke privacyvoorwaarden aan de consument te communiceren en ten tweede door de gebruiker bij de maatopname onherkenbaar in beeld te brengen.

Hoewel een fotorealistische avatar als entertaining wordt omschreven en handig wordt bevonden om in te schatten hoe bepaalde kleuren van kledingstukken bij de huid staan, weegt het privacy-argument zwaarder. Ook wanneer de gebruiker enkel een matenpaspoort (en geen avatar) ontvangt na gebruik van de scanner of applicatie, weet hij/zij dat een scan of foto nodig is om de maten te berekenen bij deze technologieën. Ook in die situatie gaat daarom de voorkeur uit naar een anoniem beeld. Het onherkenbaar in beeld brengen van de gebruiker kan niet alleen door foto's en/of scans te maken zonder het gezicht mee te nemen ("*Foto's van het gezicht zijn ook minder belangrijk dan de maten van het lichaam.*" en "*Gewoon alleen je lichaam zonder hoofd, daar zou ik geen probleem mee hebben.*"), maar ook door bijvoorbeeld een scan te maken met een infraroodcamera die enkel het silhouet van de gebruiker in kaart brengt: "*Zo een anoniem beeld zou ik beter vinden*".

### **Privacy weegt zwaarder dan gemak**

Nieuwe methoden van online maatbepaling, zoals 3D bodyscanners of foto-applicaties, lijken een bijdrage te kunnen leveren aan het terugdringen van het aantal retouren. Consumenten bestempelen ze als gemakkelijk, maar ook als privacygevoelig. Het is een *must* voor consumenten dat nodige scans en foto's voor het berekenen van de juiste maat, anoniem kunnen worden gedaan. Indien dit door aanbieders van nieuwe methodes van maatbepaling niet gegarandeerd kan worden, staan privacyzorgen brede implementatie van dit soort nieuwe technieken in de weg. Als het om deze technologieën gaat, lijkt privacy dus zwaarder te wegen dan gemak.

*Met dank aan: Alle partners binnen het project Passende Mode via Internet die meegewerkt hebben aan dit onderzoek en aan de studenten Sanne Stam, Daphne Venema (TMO business school) en Benji Antersijn (HvA).*

Anne Moes en Kim Walravens