

Tillids- barometeret

1. halvår 2018



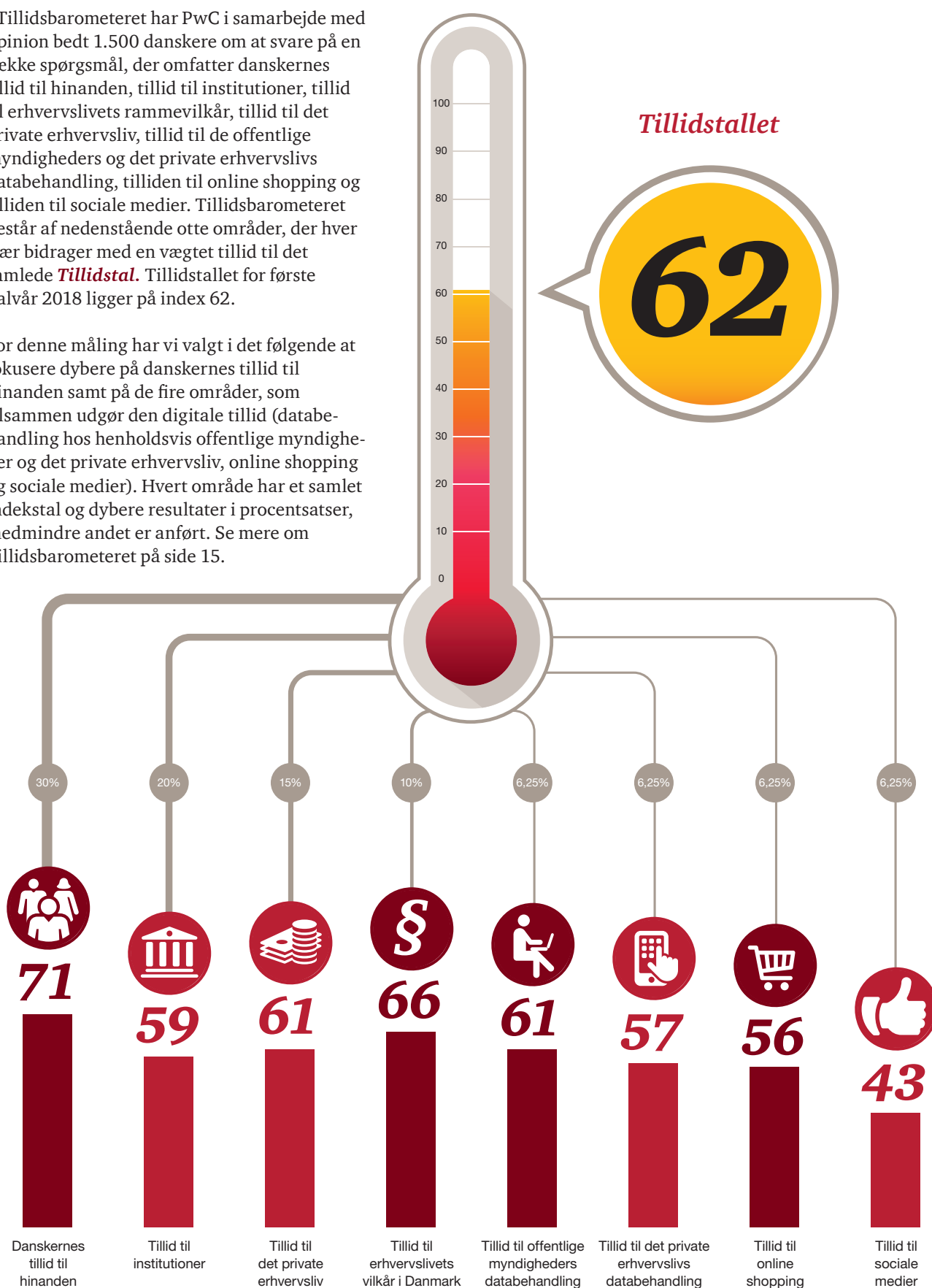
Indholdsfortegnelse

<i>Introduktion til Tillidsbarometeret</i>	<i>3</i>
<i>Danskernes tillid til hinanden</i>	<i>4</i>
<i>Tillid til offentlige myndigheders databehandling</i>	<i>5</i>
<i>Tillid til private virksomheders databehandling</i>	<i>8</i>
<i>Tillid til online shopping</i>	<i>12</i>
<i>Tillid til sociale medier</i>	<i>14</i>

Introduktion til Tillidsbarometeret

I Tillidsbarometeret har PwC i samarbejde med Epinion bedt 1.500 danskere om at svare på en række spørgsmål, der omfatter danskernes tillid til hinanden, tillid til institutioner, tillid til erhvervslivets rammevilkår, tillid til det private erhvervsliv, tillid til de offentlige myndigheder og det private erhvervslivs databehandling, tilliden til online shopping og tilliden til sociale medier. Tillidsbarometeret består af nedenstående otte områder, der hver især bidrager med en vægtet tillid til det samlede **Tillidstal**. Tillidstallet for første halvår 2018 ligger på index 62.

For denne måling har vi valgt i det følgende at fokusere dybere på danskernes tillid til hinanden samt på de fire områder, som tilsammen udgør den digitale tillid (databehandling hos henholdsvis offentlige myndigheder og det private erhvervsliv, online shopping og sociale medier). Hvert område har et samlet indekstal og dybere resultater i procentsatser, medmindre andet er anført. Se mere om Tillidsbarometeret på side 15.



Stregernes **tykkelse** angiver hvilken vægt, den enkelte tillidsdimension har i det endelige tillidstal. Jo tykkere, jo højere vægt

Danskerne's tillid til hinanden



71

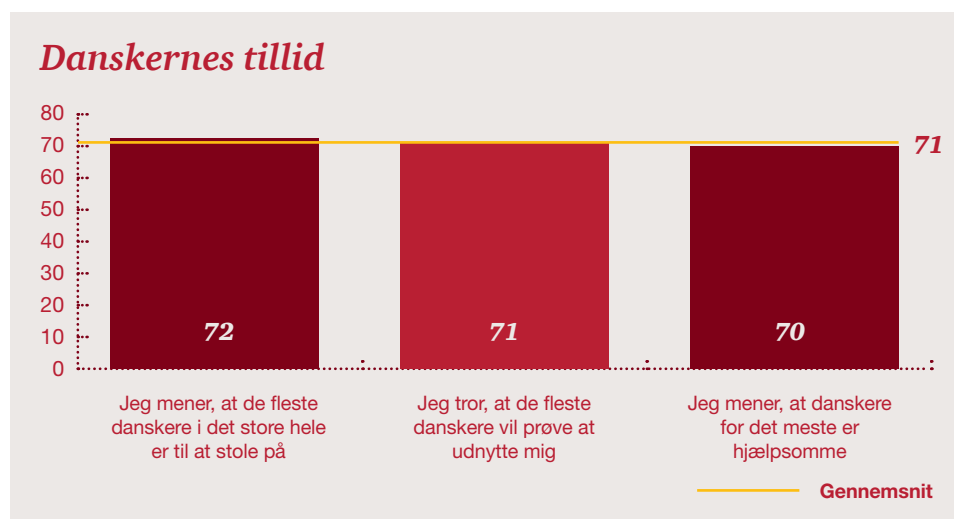
Danskerne er kendt for at have stor tillid til hinanden, og dette underbygges også i Tillidsbarometeret. Danskerne's tillid til hinanden er målt ud fra følgende tre udsagn:

- **Jeg mener, at de fleste danskere i det store hele er til at stole på**
- **Jeg tror, at de fleste danskere vil prøve at udnytte mig**
(For dette udsagn er skalaen nedenfor vendt om)
- **Jeg mener, at danskere for det meste er hjælpsomme.**

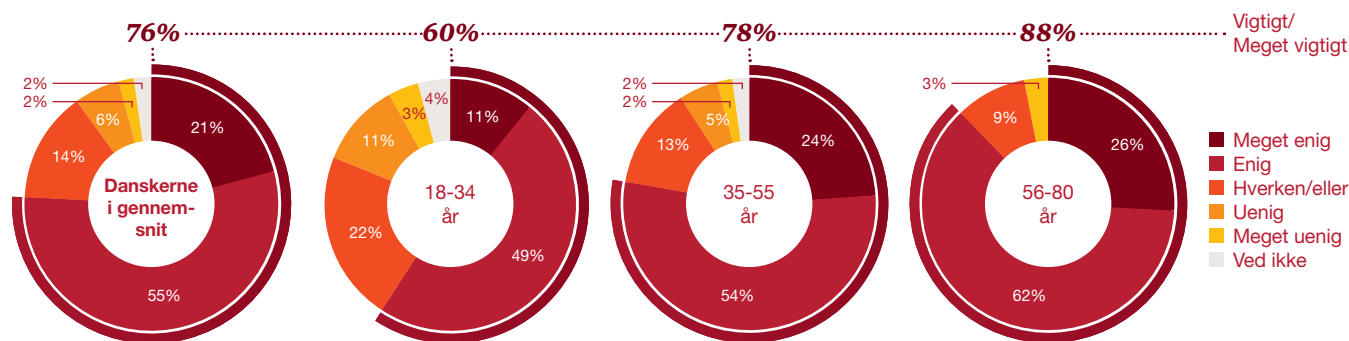
Danskerne har ifølge Tillidsbarometeret stor tillid til hinanden og ligger samlet på **indekstal 71** for de tre ovenstående spørgsmål.

Danskerne's tillid til hinanden er således meget stor også sammenlignet med andre lande¹. Dykker vi længere ned i svarene, er 76 % af danskerne enige i, **at de fleste danskere i det store hele er til at stole på**.

Ser vi på de forskellige generationer, har de ældre en markant større tillid til danskerne, end de unge har. Således er 88 % af danskerne mellem 56-80 år enige i, **at danskerne i det store hele er til at stole på**, mens det for den unge generation i alderen 18-34 år kun er 60 %, som er enige – altså en forskel på 28 procentpoint.



“Jeg mener, at de fleste danskere i det store og hele er til at stole på”



1. Epinion har foretaget en sammenligning mellem tillid i Danmark og tillid i andre lande. Se mere på www.pwc.dk/tillidsbarometeret

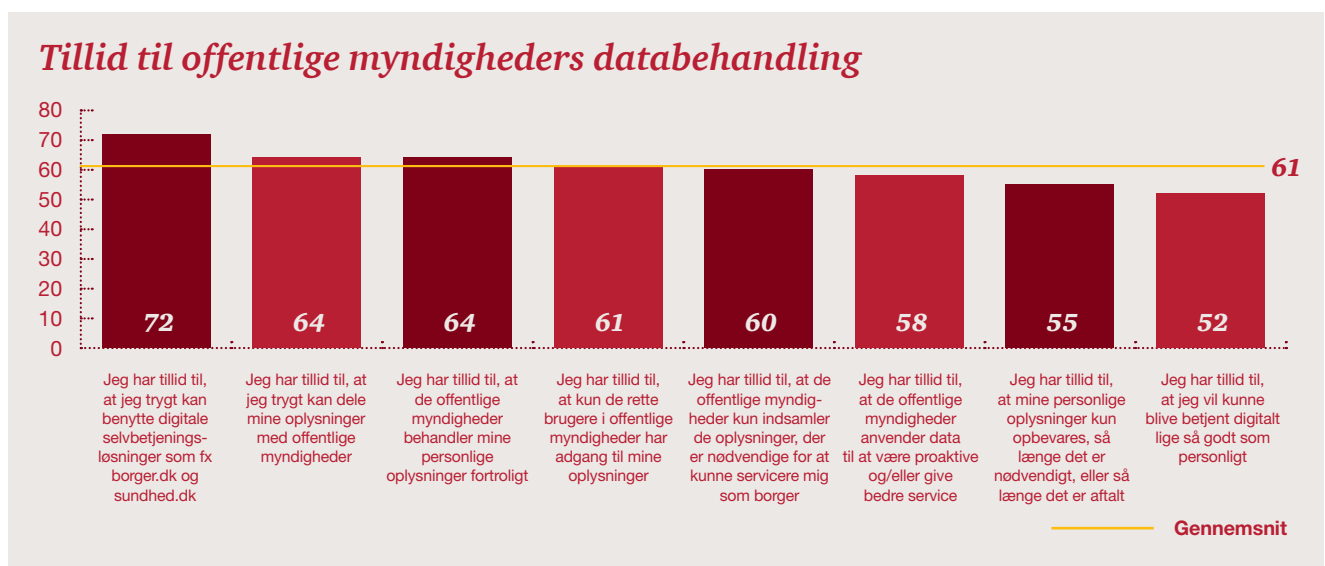
Tillid til offentlige myndigheders databehandling



61

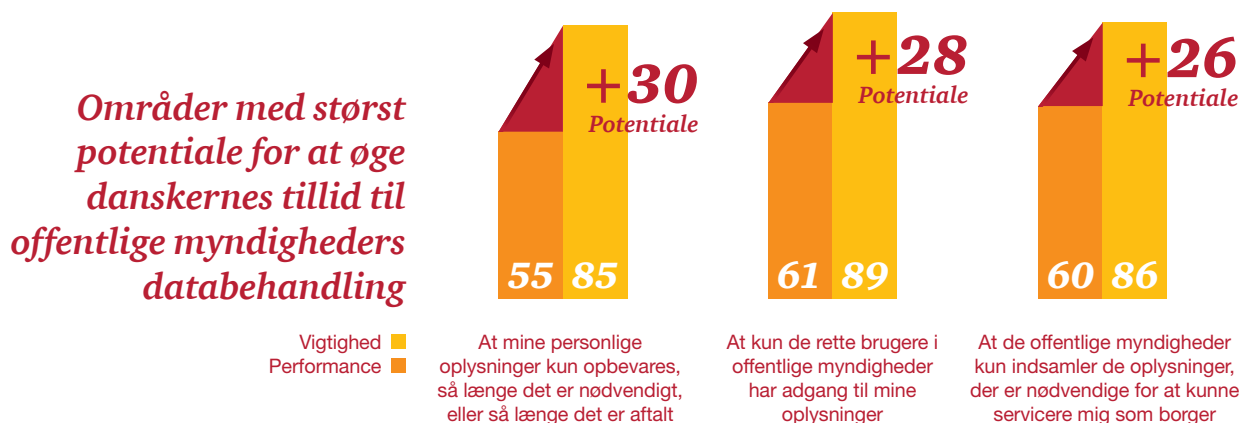
Danskernes kontakt med det offentlige foregår i stigende grad digitalt. Både kontakten med fx kommunerne og sundhedssektoren bliver mere digitaliseret, og danskerne møder stadig flere selvbetjeningsløsninger.

Samlet set ligger tilliden til offentlige myndigheders databehandling på **indekstal 61**. Dette er baseret på nedenstående otte udsagn, hvor danskerne dels er blevet bedt om at vurdere, hvor vigtigt hvert emne er for deres tillid til offentlige myndigheders databehandling, dels er blevet bedt om at anføre, hvor godt de mener, de offentlige myndigheder klarer opgaven på området.



For de otte udsagn har PwC sammenholdt danskernes vurderinger af væsentlighed og tillid i en grafik, der viser de tre områder, hvor forskellen er størst mellem tilliden til offentlige myndigheders databehandling og vigtigheden af emnet:

- **At mine personlige oplysninger kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt** har 30 i tillidspotentiale.
- **At kun de rette brugere i offentlige myndigheder har adgang til mine oplysninger** har et tillidspotentiale på 28.
- **At de offentlige myndigheder kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere mig som borger** har et tillidspotentiale på 26.

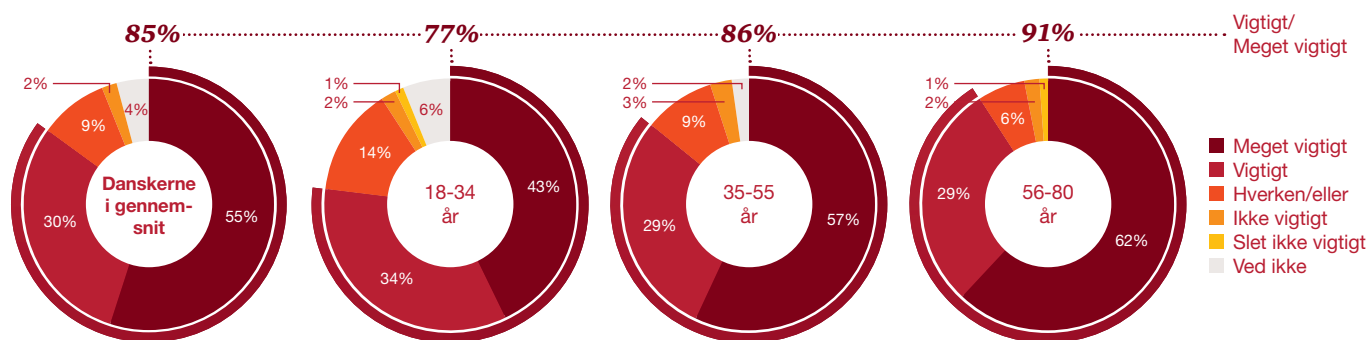


For de offentlige myndigheder er der således størst potentiale i at have en dialog med danskerne om opbevaringen af deres data. Det vil øge tilliden til de offentlige myndigheds databehandling, hvis danskerne får vished for, **at deres data kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt.**

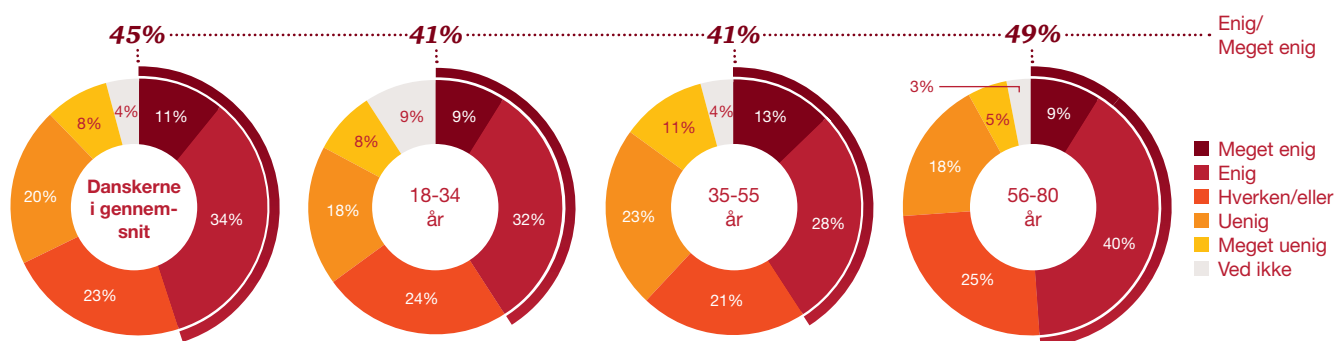
Det er således vigtigt eller meget vigtigt for 85 % danskerne, **at deres data kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt.** Kun 2 % angiver, at det ikke er vigtigt for dem. Tillidsbarometeret viser, at navnlig de 35-55-årige har den laveste grad af tillid til, **at det offentlige kun opbevarer deres data, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt.**

At kun de rette brugere har adgang til danskernes data, som er området med det næststørste tillidspotentiale, er vigtigt eller meget vigtigt for 89 % af danskerne. Endelig viser området med det tredjestørste potentiale, **at det offentlige kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere mig som borger**, at 87 % af danskerne mener, at det er vigtigt eller meget vigtigt for dem.

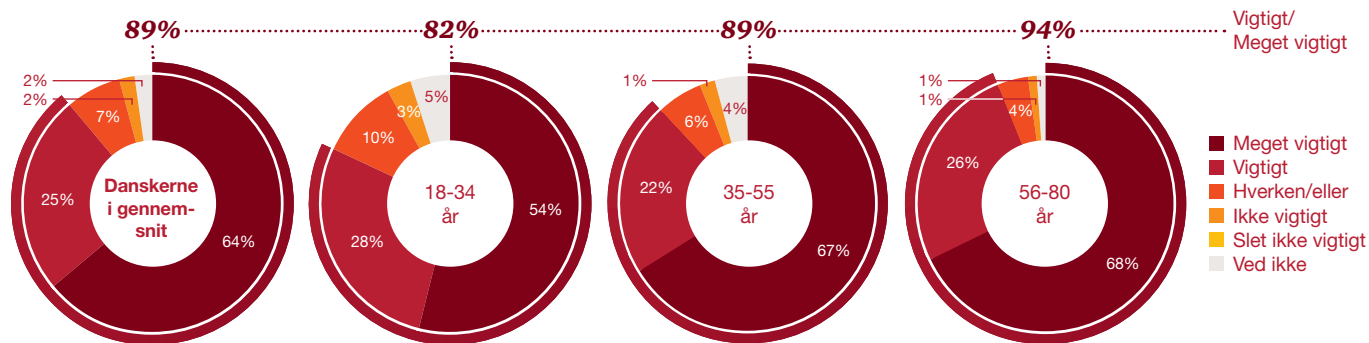
“At mine personlige oplysninger kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt”



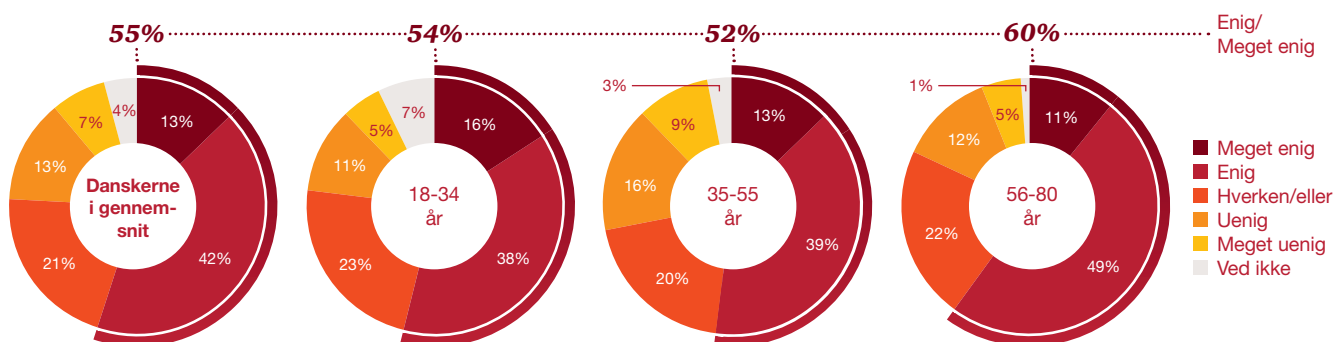
“Jeg har tillid til, at mine personlige oplysninger kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt”



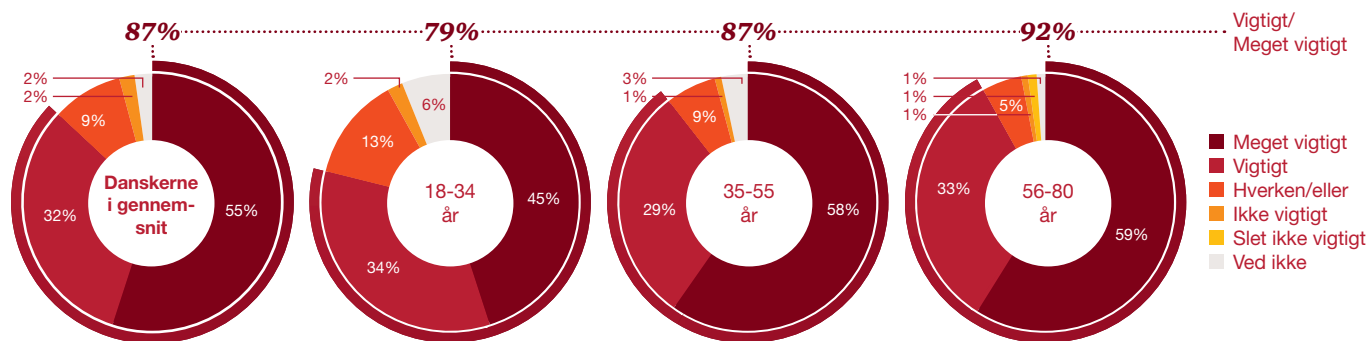
“At kun de rette brugere i offentlige myndigheder har adgang til mine oplysninger”



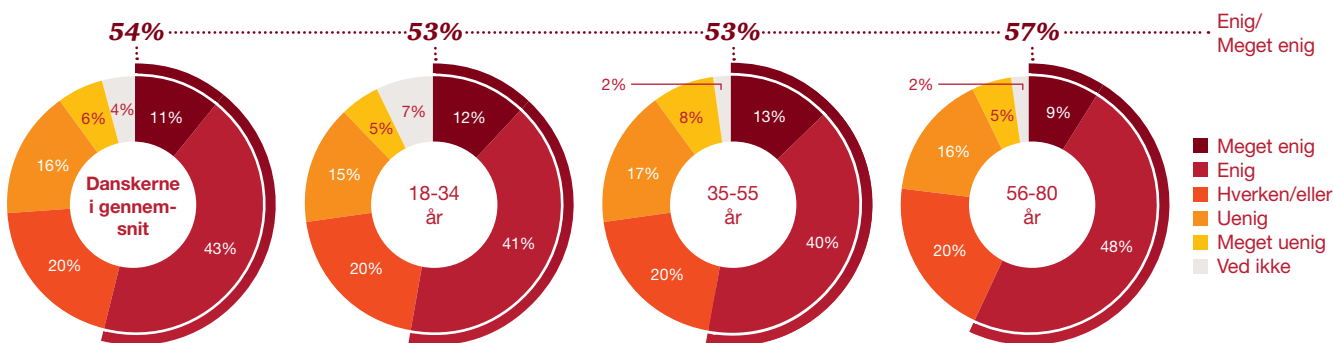
“Jeg har tillid til, at kun de rette brugere i offentlige myndigheder har adgang til mine oplysninger”



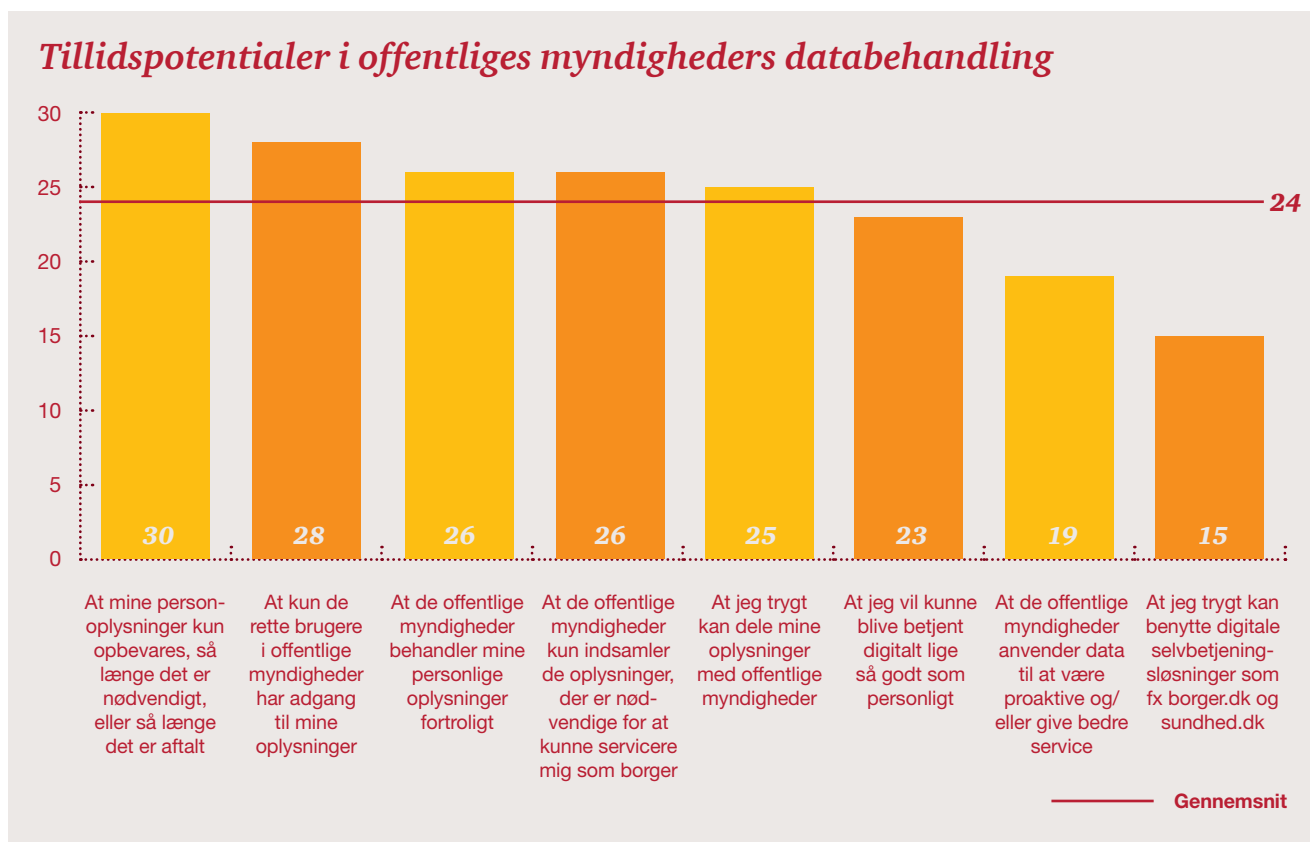
“At de offentlige myndigheder kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere mig som borger”



“Jeg har tillid til, at de offentlige myndigheder kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere mig som borger”



Nedenfor har vi sammenholdt alle otte udsagn i en grafik og har for hvert af de otte områder vist tillidspotentialet i forhold til at øge danskernes tillid til de offentlige myndigheders databehandling. Det gør det muligt at prioritere en målrettet indsats for at øge danskernes tillid.



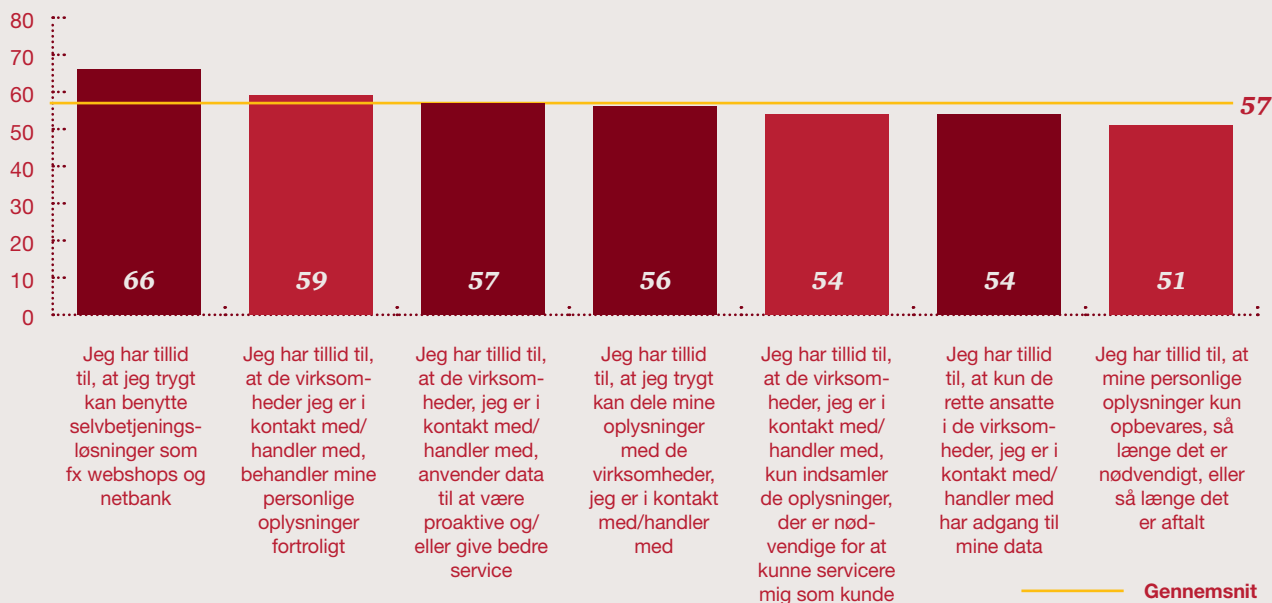
Tillid til det private erhvervslivs databehandling

Når danskerne køber varer og tjenesteydelser, afgiver de forskellige oplysninger, for at deres køb kan gennemføres. Dette kan både omfatte oplysninger, som forbrugeren selv har afgivet i forbindelse med sine køb, og oplysninger, som virksomheden selv indsamler fx via cookies. Samlet set ligger tilliden til det private erhvervslivs databehandling på **indekstal 57**, baseret på danskernes svar på syv udsagn. Danskerne er blevet bedt om at vurdere, dels hvor vigtigt hvert emne er for deres tillid til det private erhvervslivs databehandling, dels hvor godt de mener, det private erhvervsliv klarer opgaven på området.



57

Tillid til det private erhvervslivs databehandling

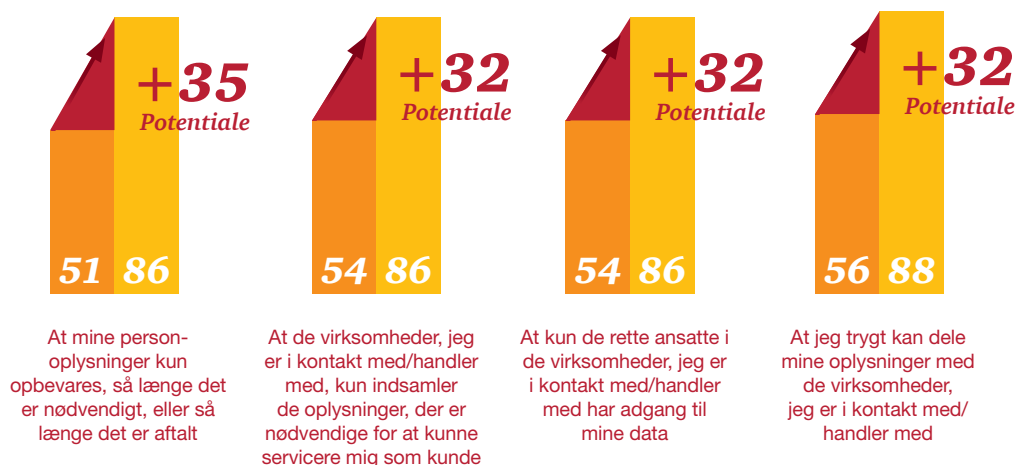


Vi har som på området for de offentlige myndigheders databehandling sammenholdt danskernes to vurderinger (tillid samt vigtighed) i en grafik, der viser de fire emner, hvor det private erhvervsliv har det største potentiale i forhold til at øge danskernes tillid til erhvervslivets databehandling. I prioriteret rækkefølge er tillidspotentialet størst på nedenstående fire områder:

- **At personoplysninger kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt** har et tillidspotentiale på 35.
- **At de virksomheder, jeg er i kontakt med/handler med, kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere mig som kunde** har et tillidspotentiale på 32.
- **At kun de rette ansatte i de virksomheder, jeg er i kontakt med/handler med har adgang til mine data** har et tillidspotentiale på 32.
- **At jeg trygt kan dele mine oplysninger med de virksomheder, jeg er i kontakt med/handler med** har et tillidspotentiale på 32.

Områder med størst potentiale for at øge danskernes tillid til det private erhvervslivs databehandling

Vigtighed ■
Performance ■



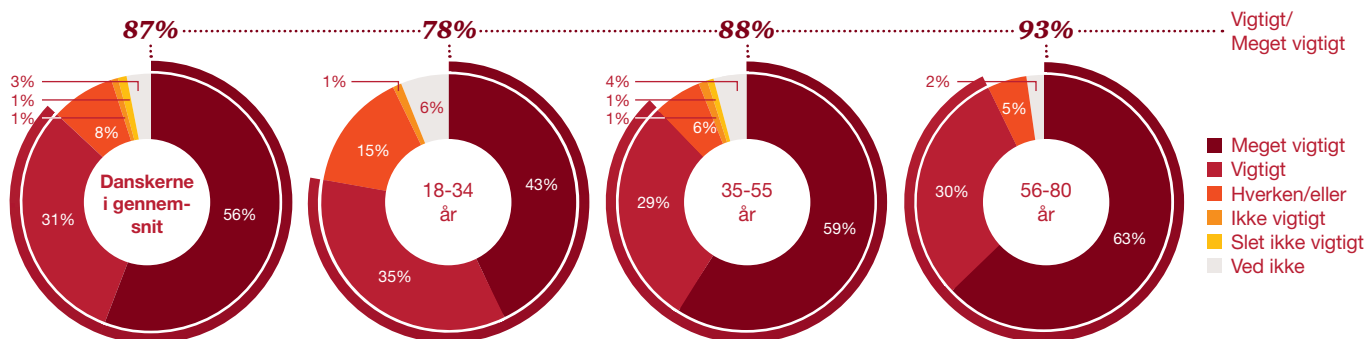
Ser man nærmere på resultaterne er der 93 % af de ældre danskere (56-80 år), der finder det vigtigt eller meget vigtigt, **at kun de rette ansatte i de virksomheder, de er i kontakt med/handler med, har adgang til deres oplysninger.** Til sammenligning er det 78 % af danskerne i alderen 18-34 år, der finder dette vigtigt eller meget vigtigt. Det er også denne aldersgruppe af danskere, der har den laveste grad af stillingtagen til spørgsmålet, og som svarer hverken/eller.

Danskerne mener generelt, at det er vigtigt, **at de virksomheder, de er i kontakt med/handler med, kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere dem som kunder.** 89 % har således svaret, at dette er vigtigt eller meget vigtigt for dem. For danskerne i alderen 18-34 år svarer 81 %, at det er vigtigt eller meget vigtigt for dem, **at de virksomheder, de er i kontakt med/handler med, kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere dem som kunder.** For danskerne i alderen 56-80 år er dette vigtigt eller meget vigtigt for 94 %.

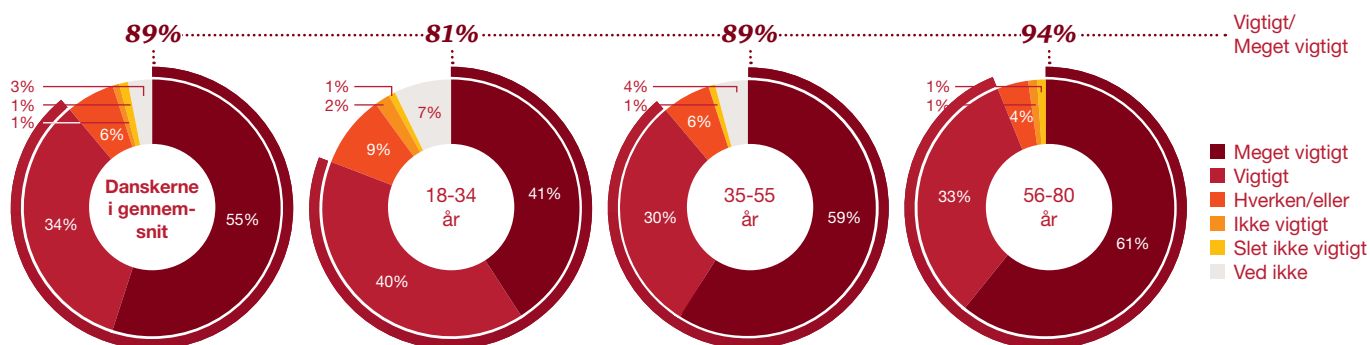
At mine personlige oplysninger kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt, er vigtigt for 87 % af danskerne. Igen ser vi den største forskel mellem de yngre danskere på 18-34 år og de ældre danskere på 56-80 år. Her svarer 78 % af de 18-34-årige og 93 % af de 56-80-årige, at det er vigtigt eller meget vigtigt for dem, **at deres personlige oplysninger kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt.**

For 89 % af danskeres vedkommende er det vigtigt eller meget vigtigt, **at de trygt kan dele deres oplysninger med de virksomheder, de er i kontakt med/handler med.** 80 % af de yngre danskere i alderen 18-34 år finder dette vigtigt eller meget vigtigt for deres tillid til det private erhvervslivs databehandling, hvor det samme gør sig gældende for 93 % af danskerne mellem 56-80 år.

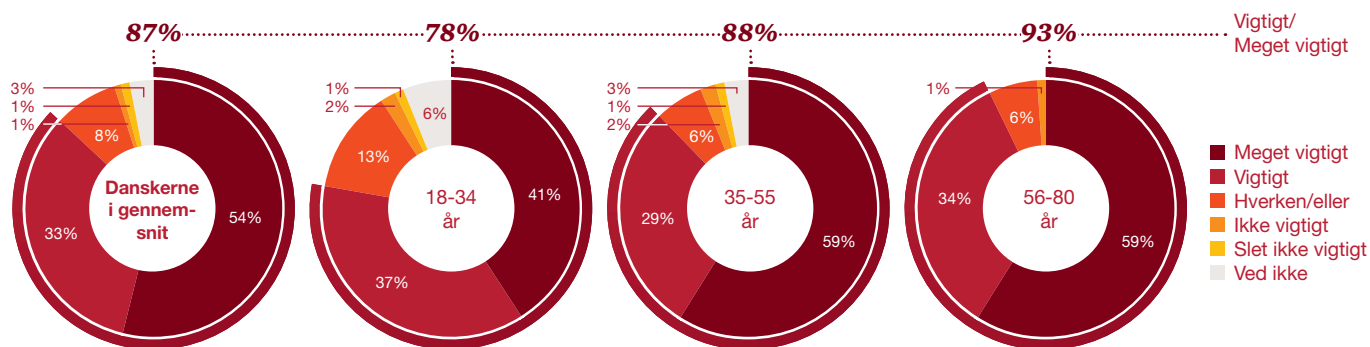
“At kun de rette ansatte i de virksomheder, jeg er i kontakt med/handler med, har adgang til mine oplysninger”



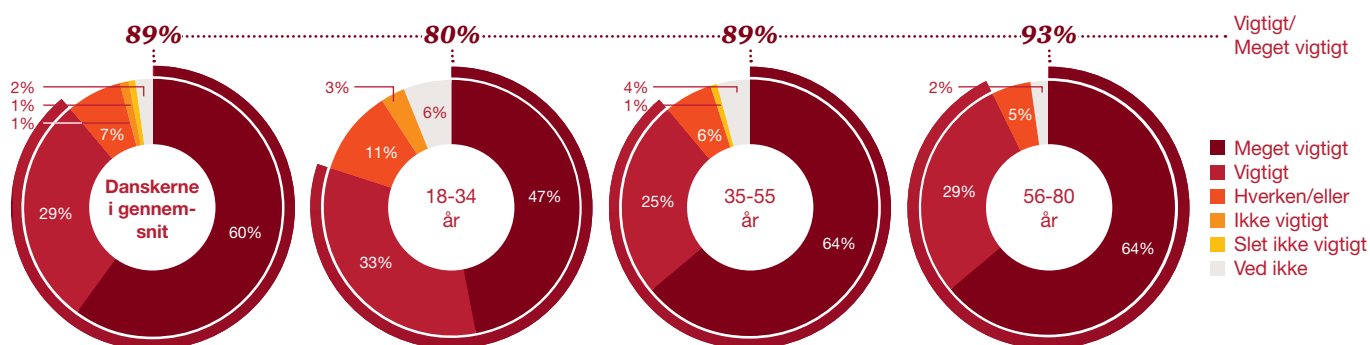
“At de virksomheder, jeg er i kontakt med/handler med, kun indsamler de oplysninger, der er nødvendige for at kunne servicere mig som kunde”



“At mine personlige oplysninger kun opbevares, så længe det er nødvendigt, eller så længe det er aftalt”

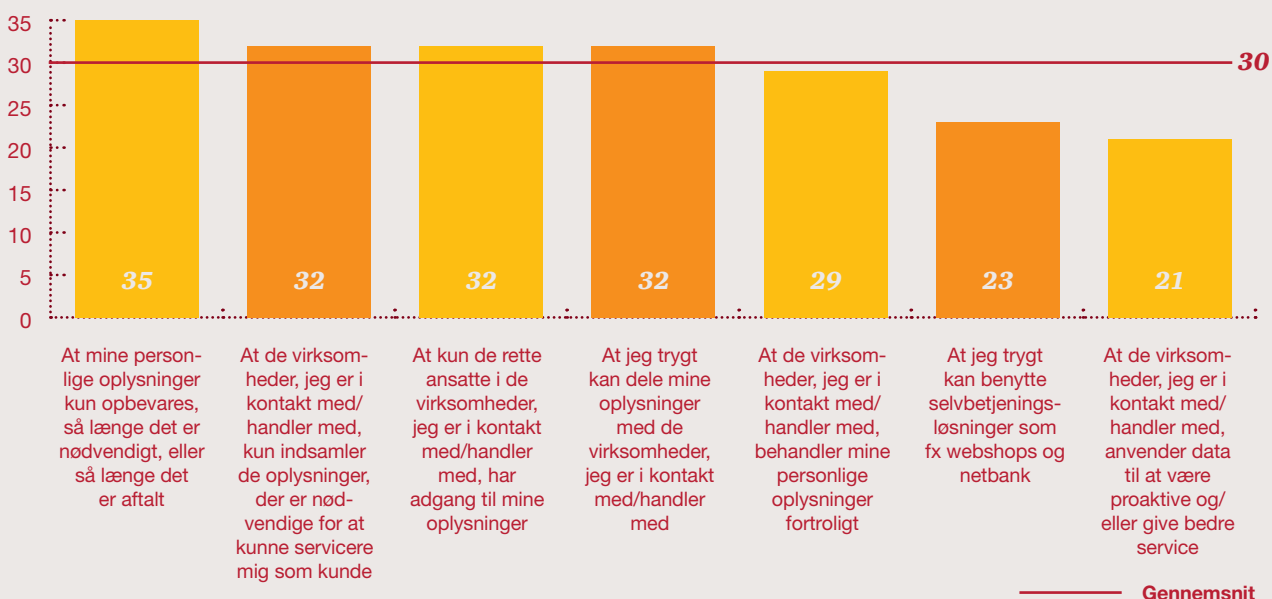


“At jeg trygt kan dele mine oplysninger med de virksomheder, jeg er i kontakt med/handler med”



Nedenfor har vi sammenholdt alle syv udsagn og har for hvert spørgsmål vist tillidspotentialet i forhold til at øge danskernes tillid til det private erhvervslivs databehandling. Det gør det muligt at prioritere en målrettet indsats for at øge danskernes tillid.

Tillidspotentialer i det private erhvervslivs databehandling



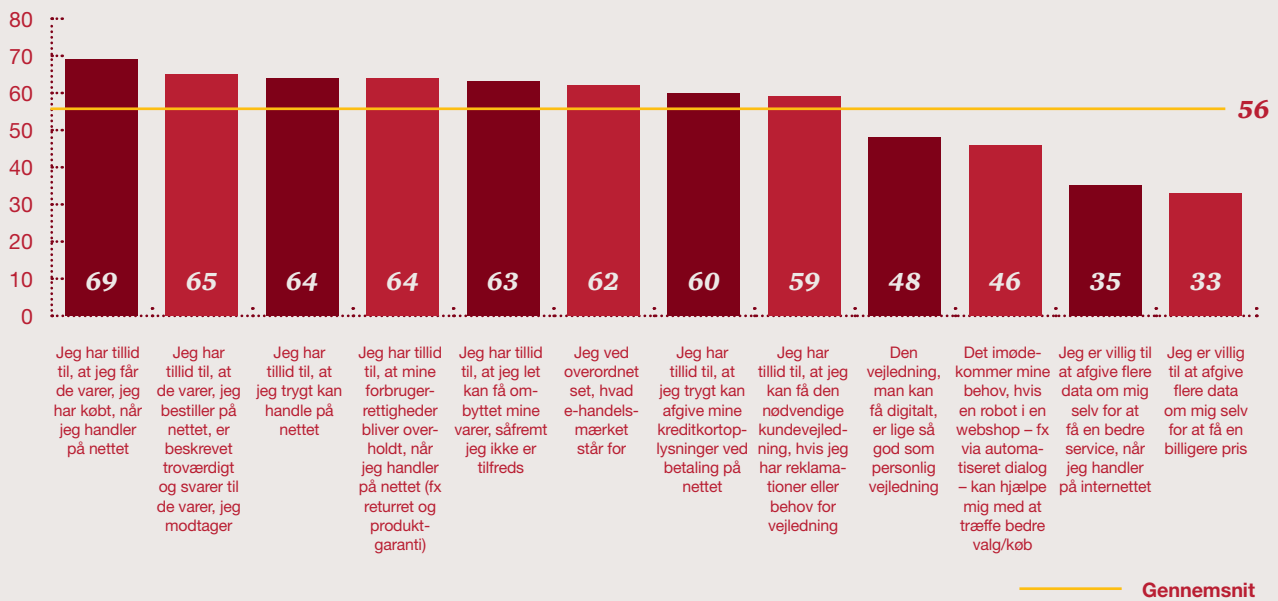
Tillid til online shopping

Danskerne køber varer og tjenesteydelser online stiger, og tilliden til at handle og shoppe online er derfor vigtig. Samlet set ligger tilliden til online shopping på **indekstal 56**, baseret på danskernes svar på 12 spørgsmål, hvor de er blevet bedt om at vurdere, hvor vigtigt hvert emne er for deres tillid til online shopping. For hvert af de 12 spørgsmål er tilliden som følger.



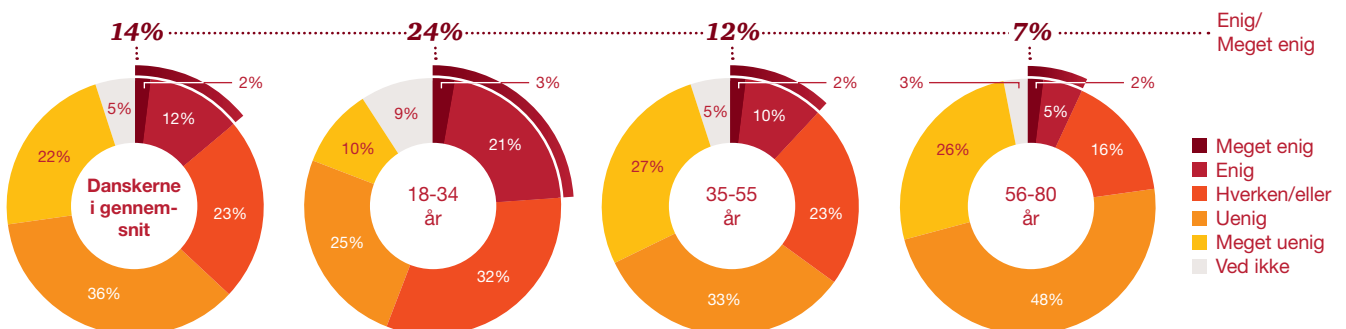
56

Tillid til online shopping

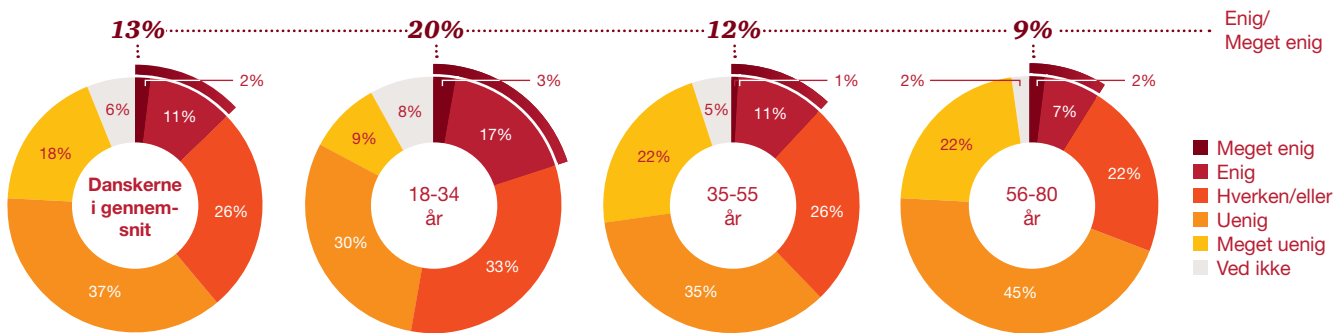


Tillidsbarometeret viser, at danskerne har lavest tillid i forhold til at afgive data om sig selv for at opnå en bedre service eller en billigere pris. Generelt er kun 14 % af danskerne **villige til at afgive flere data om sig selv for at opnå en billigere pris**, og kun 13 % af danskerne, **vil afgive flere data om sig selv for at få en bedre service**, når de handler på internettet. På dette område skiller de yngre danskere, i alderen 18-34 år, sig ud, da 24% her er villige til at afgive flere data for at opnå en billigere pris, mens 20 % af de yngre danskere er villige til at afgive flere data for at få en bedre service.

“Jeg er villig til at afgive flere data om mig selv for at få en billigere pris”



“Jeg er villig til at afgive flere data om mig selv for at få en bedre service, når jeg handler på nettet”

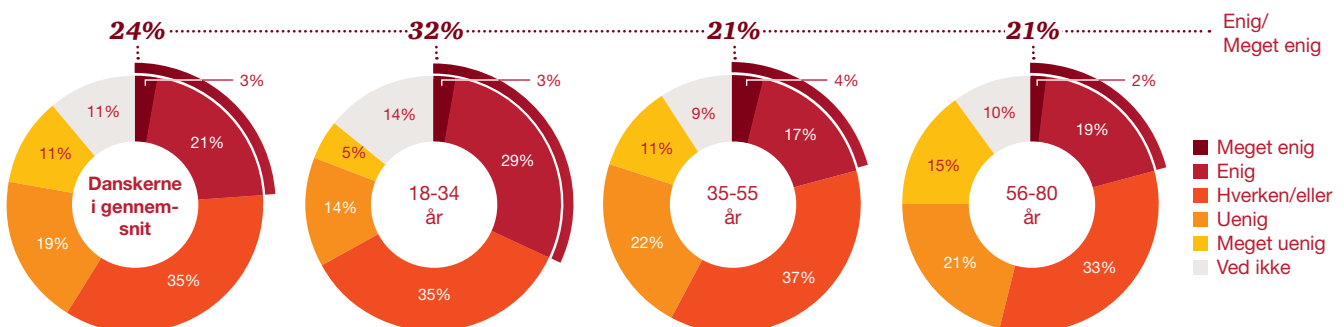


I disse år etableres der også mange nye forretningsmodeller, der er datadrevne, hvor forbrugerne indtaster deres data for at få serviceydelser, deler indhold på sociale medier, eller afgiver oplysninger for at opnå fordele og billigere priser. Virksomhederne her baserer således hele eller dele af deres forretning på, at forbrugerne afgiver oplysninger, som virksomhederne herefter anvender til at levere den serviceydelse, som forbrugerne efterspørger. Danskernes svar på ovenstående to områder om at afgive data i forhold til at opnå en bedre pris eller service viser, at virksomheder, der ønsker at vinde forbrugernes digitale tillid og få flere danskere til at se fordelen i trykt at afgive flere data om sig selv, står over for en stor opgave, hvor det bliver nødvendigt for dem at sikre, at dataafgivelsen er en klar fordel for både forbrugeren og virksomheden.

Tillid til robotter og automatisering

Også danskernes holdning og tillid til robotter, automatisering og digital rådgivning tyder på, at virksomhederne har en opgave med at skabe tillid til deres systemer og have dialog med kunderne om, at der kan opnås en lige så god service med den nye teknologi som med fysisk betjening. Fx mener kun 24 % af danskerne, at det vil imødekomme deres behov, hvis en robot hjælper dem, når de foretager indkøb i en webshop. Tendensen med, at yngre danskere i højere grad har tillid til digitaliseringen, gør sig også gældende for robotter og automatiseret dialog. Således er 32 % af de 18-34 årige enige i, **at det imødekommer deres behov, hvis en robot i en webshop – fx via automatiseret dialog – kan hjælpe med at træffe bedre valg/køb.**

“Det imødekommer mine behov, hvis en robot i en webshop – fx via automatiseret dialog – kan hjælpe mig med at træffe bedre valg/køb”



Onlinerobotter kan fx give forslag til forbrugeren, baseret på kundens egne afgivne data fx præferencer inden for farve og varemærke, men en robot kan også komme med forslag, baseret på andre kunders tidligere eller lignende valg via dataspor og dataadfærd. 30 % af danskerne er dog uenige i, **at det imødekommer deres behov, hvis en robot i en webshop – fx via automatiseret dialog – kan hjælpe med at træffe bedre valg/køb.** Virksomhederne bør således være opmærksomme på, at teknologiens muligheder nok kræver en særskilt tilgang til kundeførelse og -dialog, hvis denne skal være med til at øge tilliden mellem forbruger og virksomhed.

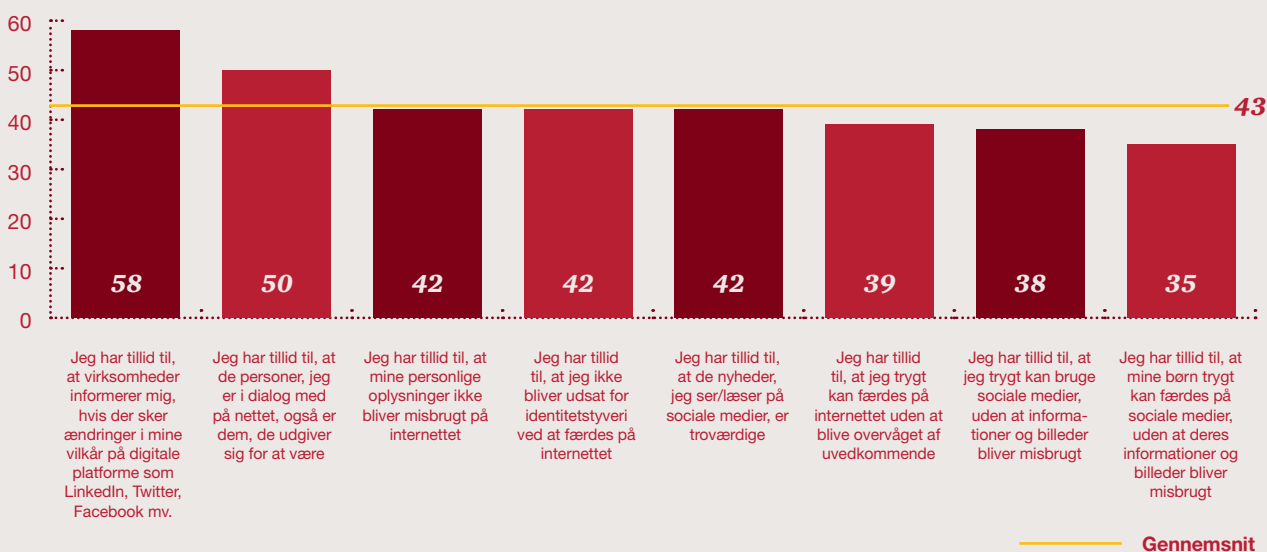
Tillid til sociale medier

Nyheder og data udveksles på de sociale medier og hastigheden af disse udvekslinger er stigende. Både private, myndigheder og virksomheder er aktive på de sociale medier, og der udveksles fx billeder, oplysninger, nyheder, serviceinformationer og historier. I en tid med debat om, hvorvidt fake news og købt indhold på bl.a. Facebook har påvirket demokratiske valg, er det betimeligt at sætte fokus på området sociale medier i relation til tillid. Det samlede indekstal for sociale medier **ligger på 43**, hvilket er det laveste på det digitale område af Tillidsbarometeret – samt det laveste for hele barometeret. Tallet er baseret på danskernes svar på otte udsagn, hvor de er blevet bedt om at vurdere deres tillid på området. For hvert af de otte udsagn er tilliden som følger.



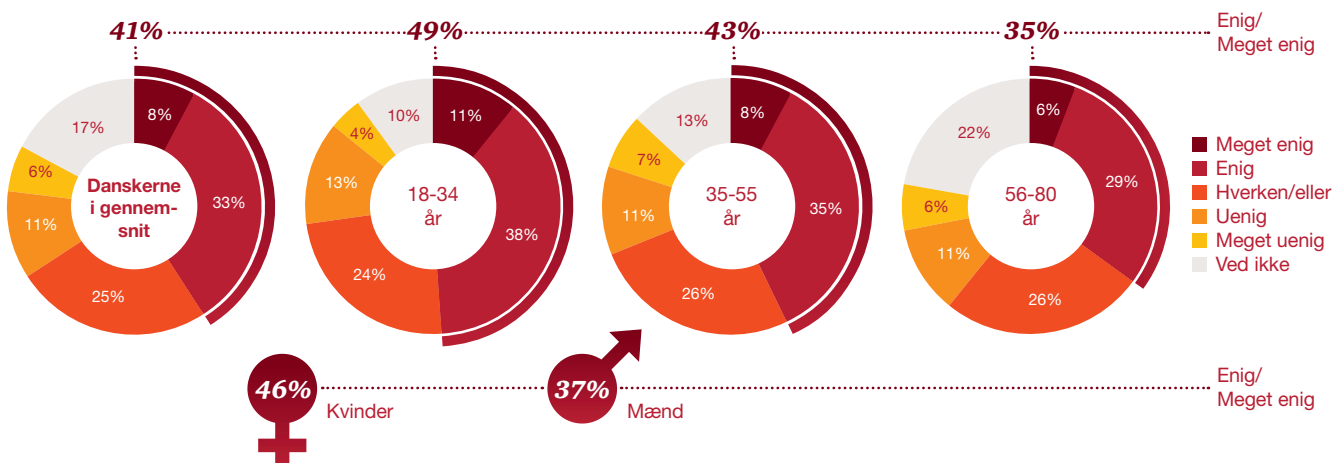
43

Tillid til sociale medier



Den største tillid på området finder vi i danskernes tillid til, **at virksomhederne informerer dem, hvis der sker ændringer i deres vilkår på digitale platforme som LinkedIn, Twitter, Facebook mv.** (58), mens den laveste tillid (35) er i forhold til om danskerne har tillid til, **at deres børn trygt kan færdes på sociale medier, uden at deres informationer og billeder bliver misbrugt.**

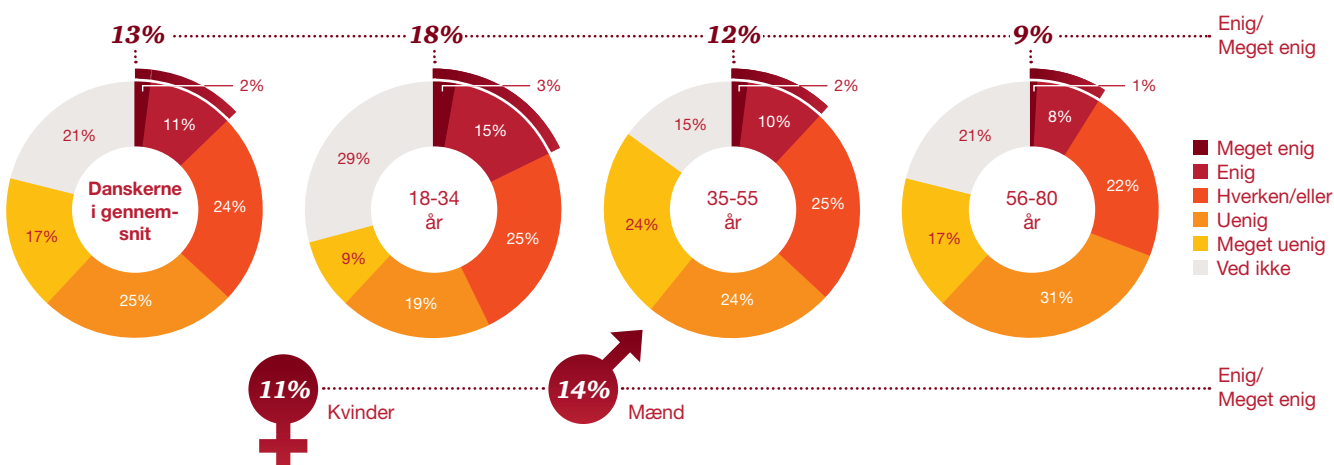
“Jeg har tillid til, at virksomheder informerer mig, hvis der sker ændringer i mine vilkår på digitale platforme som LinkedIn, Twitter, Facebook mv.”



Der er flere kvinder end mænd, der er enige i, *at de har tillid til, at virksomheder informerer, hvis der sker ændringer i deres vilkår på digitale platforme som LinkedIn, Twitter, Facebook mv.* 46 % af kvinderne er enige eller meget enige i dette udsagn, hvor det samme gør sig gældende for 37 % af mændene.

Til gengæld ser vi, at kvinder har lavere tillid end mænd til, *at deres børn trygt kan færdes på sociale medier, uden at deres informationer og billeder bliver misbrugt.*

“Jeg har tillid til, at mine børn trygt kan færdes på sociale medier, uden at deres informationer og billeder bliver misbrugt”



Om Tillidsbarometeret

Tillidsbarometeret er et øjebliksbillede af tilliden i Danmark. Data er repræsentativt for den danske befolknings tillid til otte udvalgte områder.

Tillidsbarometerets otte parametre



Danskernes tillid



Tillid til institutioner



Tillid til det private erhvervsliv



Tillid til erhvervslivets rammevilkår



Tillid til offentlige myndigheders databehandling



Tillid til det private erhvervslivs databehandling



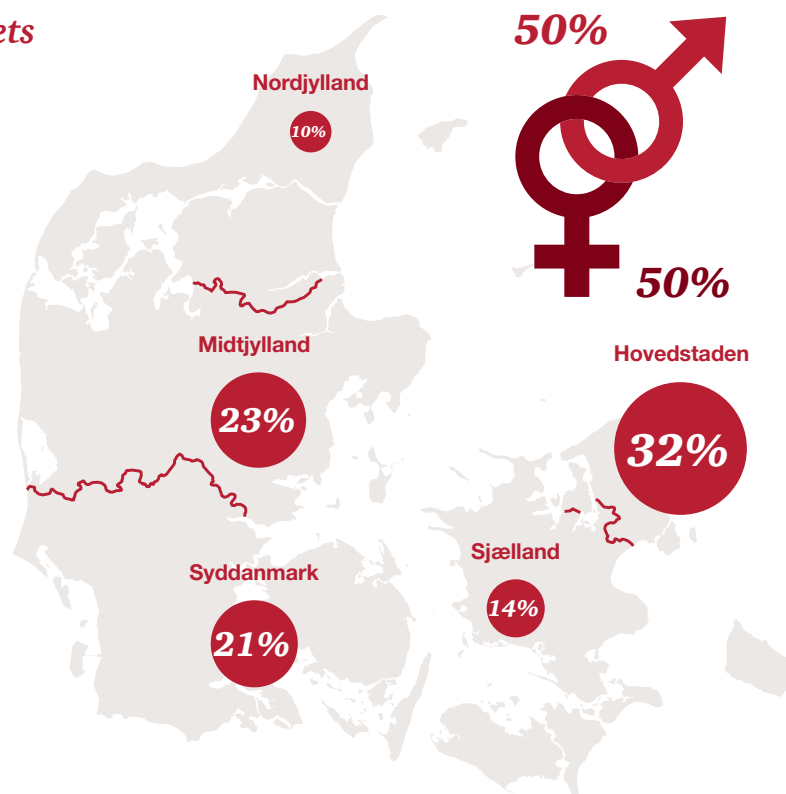
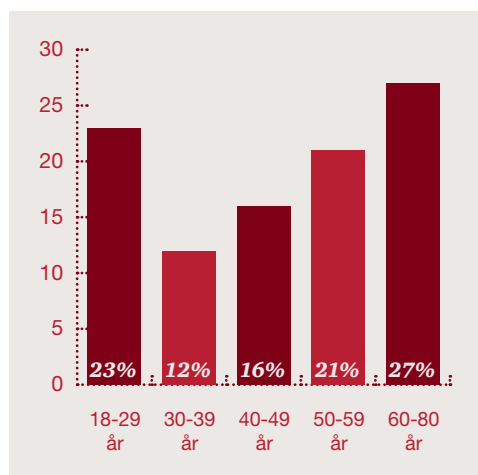
Tillid til online shopping



Tillid til sociale medier

I PwC ønsker vi at bidrage til at skabe øget tillid i samfundet og løse væsentlige problemstillinger, og vi vil sætte fokus på tilliden, som et aktiv, der er med til at skabe sammenhængskraft og øget værdi i samfundet. Vi stiller derfor flere gange årligt resultater fra Tillidsbarometeret til rådighed. Her er alle danskernes svar i Tillidsbarometeret samlet i ét tal; Tillidstallet.

Demografi for Tillidsbarometerets deltagere



Denne publikation udgør ikke og kan ikke erstatte professionel rådgivning. PricewaterhouseCoopers Statsautoriseret Revisionspartnerselskab påtager sig intet ansvar for tab, nogen måtte lide som følge af handlinger eller undladelser baseret på publikationens indhold, ligesom PricewaterhouseCoopers Statsautoriseret Revisionspartnerselskab ikke påtager sig ansvar for indholdsmæssige fejl og mangler.

© 2018 PricewaterhouseCoopers Statsautoriseret Revisionspartnerselskab.

Alle rettigheder forbeholdes. I dette dokument refererer "PwC" til PricewaterhouseCoopers Statsautoriseret Revisionspartnerselskab, som er et medlemsfirma af PricewaterhouseCoopers International Limited, hvor hver enkelt virksomhed er en særskilt juridisk enhed.