

Bij financiële apps weegt de gebruiker de voordelen en risico's wel degelijk af

De meeste mensen zeggen privacy belangrijk te vinden, maar lijken hun persoonlijke data toch gemakkelijk te delen. Dit wordt de 'privacyparadox' genoemd. Maar is deze paradox ook zichtbaar in het gebruik van financiële apps?

IN HET KORT

- Wetgeving en marktontwikkelingen bevorderen het gebruik van financiële klantdata door derde partijen die apps aanbieden.
- Er kleven risico's aan datadelen, maar in de praktijk blijken consumenten deze risico's bewust af te wegen tegen de voordelen.

HANS BRITS

Senior beleidsmedewerker bij De Nederlandsche Bank (DNB)

NICOLE JONKER

Senior beleidsmedewerker bij DNB

Toepassingen op de telefoon maken ons leven gemakkelijk, en ook voor financiële zaken zijn er steeds meer apps beschikbaar. Vaak maken die toepassingen gebruik van onze persoonlijke gegevens. Technologie maakt het steeds makkelijker om data te delen, en regelgeving verplicht aanbieders van financiële producten aan derde partijen toegang te bieden, met expliciete toestemming van de gebruiker. Dit gebeurt al voor de gegevens van de betaalrekening, op grond van de Europese Richtlijn betalingsdiensten (PSD2). En in juni 2023 heeft de Europese Commissie een voorstel ingediend voor een kader voor toegang tot financiële gegevens ('FIDA'), dat niet alleen banken, maar ook andere financiële instellingen gaat verplichten derde partijen ook toegang te geven tot andere financiële data, zoals spaar- en beleggingsrekeningen, verzekeringen en pensioengegevens.

Technologie en regelgeving kunnen het aanbod bevorderen van nieuwe innovatieve diensten, waarbij gebruik wordt gemaakt van persoonlijke financiële gegevens. Maar data delen met derden brengt ook altijd een zeker risico met zich mee.

Een zorgpunt is dat consumenten aangeven privacy en gegevensbescherming belangrijk te vinden, maar tegelijkertijd vrij gemakkelijk persoonlijke gegevens lijken te delen. Er kan dan sprake zijn van een discrepantie tussen hun privacyvoorkeuren en hun daadwerkelijke gedrag. Dit fenomeen staat bekend als de 'privacyparadox', en komt vaak terug in wetenschappelijke analyses van het gebruik van data (Acquisti et al., 2016; Carrière-Swallow en Haksar, 2019). Als dit ook met financiële gegevens gebeurt, is dit

extra zorgelijk omdat datamisbruik tot financiële schade kan leiden, bijvoorbeeld door fraude, en mogelijk ook tot verminderd vertrouwen van het publiek in financiële instellingen. In deze bijdrage bekijken we of de privacyparadox ook opgaat voor financiële apps in Nederland.

Privacyparadox beperkt zichtbaar

De Nederlandsche Bank heeft in november 2022 een enquête gehouden onder 2.465 respondenten van het CentERpanel naar hun gebruik van financiële apps (Brits en Jonker, 2023). Er is gekeken naar het gebruik van financiële-informatieapps die financiële gegevens gebruiken voor het bieden van overzichten van inkomsten en uitgaven (digitale huishoudboekjes), of bij de aanvraag van leningen, huurcontracten en dergelijke. Ook is gekeken naar apps waarmee je kan betalen, zoals Apple Pay en Google Pay.

Consumenten maken nog maar mondjesmaat gebruik van financiële-informatieapps (figuur 1). Betaalapps zijn wel redelijk populair. Het gebruik van apps is in het algemeen het hoogst onder personen die er veel vertrouwen in hebben dat organisaties goed met hun data omgaan ('privacyonbezorgden'). Personen die hierover meer dan gemiddeld zorgen hebben ('privacyfundamentalisten') gebruiken apps het minst.

In het onderzoek is aan consumenten gevraagd hoe ze de voordelen van het gebruik waardeerden. Ook is gevraagd naar de ernst van de privacyrisico's die zij zien bij het delen van hun financiële gegevens, en de kans dat zo'n risico bewaarheid wordt. Risico's betreffen bijvoorbeeld het gebruik voor iets anders dan waar toestemming voor is gegeven, gebruik voor advertentiedoeleinden of het in handen komen bij andere partijen. De consumenten zijn ingedeeld in groepen die grote voordelen zien in het gebruik van een app of juist weinig, en groepen die hoge risico's zien of juist niet (tabel 1).

Het blijkt dat onder de consumenten die apps gebruiken, de groep die grote voordelen en lage risico's ziet verreweg het grootste is. Slechts een klein percentage gebruikt apps terwijl men de voordelen relatief klein acht en de risico's relatief hoog. Met andere woorden: de privacyparadox is wel waarneembaar, maar betreft een klein deel van de consumenten. Onder de consumenten die geen gebruiker zijn, is wel een wat grotere groep die de apps niet gebruikt maar toch de voordelen hoog inschat en de risico's laag. Dit

geldt vooral voor de financiële-informatieapps. Een mogelijke verklaring voor het niet-gebruik ondanks de verwachte voordelen is dat deze apps nog niet zo heel lang op de markt zijn en daardoor nog relatief onbekend zijn.

Voordelen, risico's en vertrouwen

Om de factoren die het appgebruik van consumenten beïnvloeden inzichtelijk te maken, hebben we een probit-regressieanalyse uitgevoerd (tabel 2). De afhankelijke variabelen zijn gelijk aan één als een respondent gebruikmaakt van een financiële-informatieapp of mobiele betaalapp, en nul als dit niet het geval is.

Hoe groter de voordelen van een app – in termen van hoe nuttig en plezierig consumenten het gebruik ervan vinden – des te groter de kans dat zij besluiten om een dergelijke app daadwerkelijk te gaan gebruiken. De invloed van voordelen is het grootst bij de mobiele betaalapps en het kleinst bij de financiële-informatieapps. Mogelijk speelt bij financiële-informatieapps dat ze nog niet zo lang op de markt zijn, en veel consumenten niet op de hoogte zijn van de mogelijkheden ervan. Ook kan het zijn dat de mogelijkheden onvoldoende aansluiten op klantbehoeften.

Hoe privacygevoeliger consumenten de persoonlijke data vinden die zij moeten delen, des te lager de kans dat zij een bepaalde app gebruiken. De kans dat men verwacht zelf slachtoffer te kunnen worden van ongeoorloofd gebruik van persoonlijke data heeft ook een sterk drukkend effect op het appgebruik. De ernst van de impact van zulke gebeurtenissen op iemands privacy heeft echter geen negatief effect op appgebruik.

Daarnaast kan het vertrouwen in appaanbieders belangrijk zijn. Hoe meer vertrouwen consumenten hebben dat deze bedrijven goed en betrouwbaar omgaan met klantgegevens, des te groter de kans dat zij een bepaald type app gebruiken. Dit effect is zichtbaar bij mobiele betaalapps, maar (nog) niet bij financiële-informatieapps.

Conclusie en implicaties

Consumenten maken bewuste keuzes. Zowel de 'privacyfundamentalisten', de 'privacypragmatici' als de 'privacyonbezorgden' wegen voordelen en risico's van appgebruik af. Ze verschillen vooral in hoe groot ze de voordelen en privacyrisico's inschatten.

Om de consumenten in staat te stellen de keuzes adequaat te maken, is informatieverstrekking van belang. Toekomstige wetgeving maakt het mogelijk dat veel meer financiële gegevens beschikbaar komen voor aanbieders van financiële-informatieapps. Het is van groot belang dat consumenten goed geïnformeerd worden over de mogelijkheden van apps, en over de risico's van appgebruik. Zowel aanbieders van apps, consumentenorganisaties als financiële toezichthouders hebben hier een rol, en het is een belangrijk aandachtspunt voor toekomstige regulering.

Literatuur

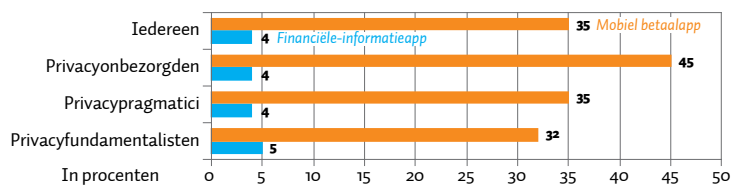
Acquisti, A., C. Taylor en L. Wagman (2016) The economics of privacy. *Journal of Economic Literature*, 54(2), 442–492.

Brits, H. en N. Jonker (2023) The use of financial apps: Privacy paradox or privacy calculus? DNB Working Paper, 794.

Carrière-Swallow, Y. en V. Haksar (2019) The economics and implications of data: An integrated perspective. IMF Strategy, Policy and Review Department, 19/16.

Mobiele betaalapps veel populairder dan financiële-informatieapps

FIGUUR 1



Data: CentERpanel | ESB

Aandeel consumenten dat app gebruikt, naar risicoperceptie en verwachte voordelen

TABEL 1

	Gebruikers		Niet-gebruikers	
	Laag risico	Hoog risico	Laag risico	Hoog risico
Financiële informatie				
Grote voordelen	69%	12%	28%	19%
Kleine voordelen	12%	7%	22%	31%
Mobiele betalingen				
Grote voordelen	49%	23%	12%	13%
Kleine voordelen	18%	10%	29%	46%

■ Privacyparadox ■ Rationeel gebruik/niet-gebruik

Data: CentERpanel | ESB

Regressieresultaten: Gebruik financiële apps door consumenten

TABEL 2

2a. Financiële-informatieapps

Verwachte voordelen	0,04***
Kans slachtoffer data-incident	-0,02***
Impact data-incident op privacy	0,01
Privacygevoeligheid data	-0,02*
Vertrouwen app-providers	0,00
N	2.246

2b. Mobiele betaalapps

Verwachte voordelen	0,11***
Kans slachtoffer data-incident	-0,09***
Impact data-incident op privacy	0,03***
Privacygevoeligheid data	-0,09***
Vertrouwen app-providers	0,06***
N	2.112

*/*** Significant op respectievelijk tien- en eenprocentniveau

Noot: De coëfficiënten geven de marginale effecten in procentpunten. De modellen zijn gecontroleerd voor demografische factoren, alsmede voor de algemene privacyhouding van respondenten.

ESB