

Pressmeddelande 2017-03-08

Svensk oro för integriteten på nätet

Få konsumenter tror på stärkt personskydd med ny EU-lag

Nära hälften av svenskarna är oroad för sin integritet på nätet. Oron är störst hos de yngre och bland 23-35-åringar är drygt 52 procent oroliga. Förhoppningarna om att nya datalagringsregler ska kunna förbättra personskyddet är dessutom svaga. Det visar en undersökning som Claremont, ett management- och IT-konsultföretag som stöttar kunderna genom hela digitala förändringsresan, låtit genomföra. Claremont uppmanar nu alla aktörer som vänder sig mot konsumenter att ta deras oro på allvar, anpassa sig till lagändringen och se till att konsumenterna känner sig trygga.

Nära 40 procent av svenska folket känner sin integritet hotad när de e-handlar och när de måste godkänna så kallade cookies på hemsidor. Få oroar sig däremot när de använder LinkedIn eller twitter, endast sju respektive nio procent enligt management- och IT-konsultföretaget Claremonts undersökning.

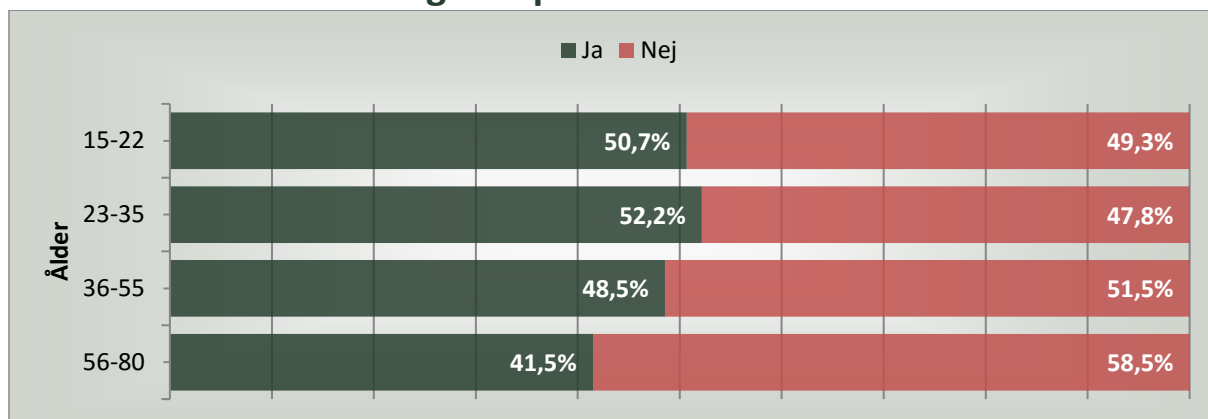
Nästa år inför EU ett nytt datalagringsdirektiv, General Data Protection Regulation (GDPR), som ska stärka skyddet av personuppgifter. Över hälften av dem som svarat på enkäten tror dock inte att det nya regelverket kommer att förbättra konsumenternas skydd.

EU-direktivet som ersätter den svenska Personuppgiftslagen (PUL) höjer kraven på privata såväl som offentliga aktörer som behandlar persondata. Henrik Brinkhagen, ansvarig för affärsområdet Business Development på Claremont, erfar att många företagsledare ser de kommande reglerna som ett nödvändigt ont som endast renderar ökade kostnader och utgör ett hot mot affärerna. De flesta avvaktar samtidigt med att anpassa sig till det nya regelverket då det fortfarande är oklart exakt vad det kommer att innebära.

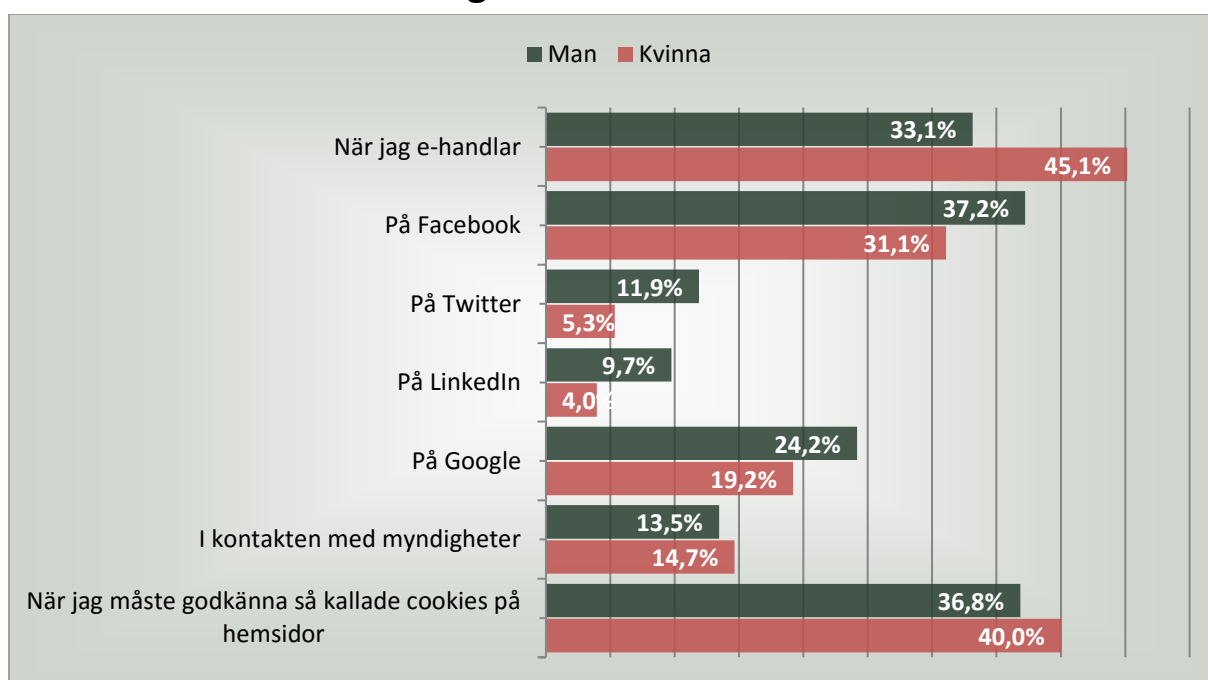
Henrik Brinkhagen menar dock att de som möter kundernas oro tidigt och visar att de tydligt värnar om sina kunders integritet – oavsett hur direktivet kommer att implementeras och säkerställas – har chans att vinna på de nya reglerna.

– I stället för att stoppa huvudet i sanden borde företag ta tillfället i akt och stärka relationen med sina kunder genom att erbjuda transparens och tillhandahålla information om vilka uppgifter som sparas och varför, samt vem som kan se dem och hur de kommer att användas. Här finns en stor möjlighet för den som nyttjar de nya reglerna till sin fördel, exempelvis ökad trovärdighet och kännedom om sina kunder. Ett ökat förtroende från kunderna, uppmuntrar i sin tur till en förbättrad kunddialog och underlättar användningen av värdefulla kunduppgifter, säger han.

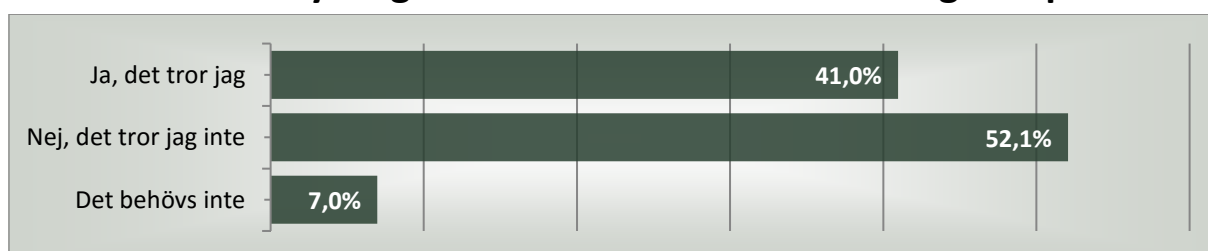
Är du oroad för din integritet på nätet?



När känner du att din integritet är hotad?



Tror du att den nya lagen kommer att stärka din integritet på nätet?



Undersökningen är genomförd som en internetenkät via SnabbaSvar.se under februari 2017. 1 018 personer i åldrarna 15-80 år har svarat på enkäten. De som svarat utgör ett representativt urval ur befolkningen i avseende på kön, ålder och geografi.

Henriks tips till konsumentföretagen

Berätta för kunderna:

- ✓ Det här vet vi om dig
- ✓ Därför behöver vi dessa uppgifter
- ✓ Dessa har tillgång till uppgifterna
- ✓ Så här kommer de att användas

Om Claremont

Claremont hjälper kunderna i den digitala verkligheten och genom högkvalitativa Management- och IT-konsulttjänster förverkligar de deras potential. Claremont stöttar kunderna genom alla faser av deras förändringsresa; från digital strategi och analys, under genomförandet och givetvis i förvaltningen av lösningen. Claremont har blivit utsett till Superföretag av Veckans Affärer 2016 och 2015 och till Gasellföretag 2015, 2014 och 2013. Läs mer: www.claremont.se

Kontakt

Henrik Brinkhagen | Affärsområdesansvarig Business Development, Claremont | 0727 16 55 55 | henrik.brinkhagen@claremont.se