

## Samenvatting inzichten

Het design van de Corona app wordt gevoed door inzichten vanuit de gebruiker, om de app begrijpelijk en gebruiksvriendelijk te maken voor iedereen.

Deze inzichten komen uit kwalitatief en kwantitatief gebruikersonderzoek, waar tot nu toe 93 mensen zijn geïnterviewd en 289 mensen mee hebben gedaan aan kwantitatief onderzoek. In deze onderzoeken zijn verschillende delen van de app voorgelegd. De uitkomst van elk onderzoek is apart gerapporteerd in inzichten (bron: [rapportages](#)).

In dit document worden alle inzichten samengevat in vijf hoofdconclusies. In de hoofdconclusies komen de volgende zaken terug:

- Observaties uit het onderzoek
- De reden dat dit gebeurt of het achterliggende probleem
- Welke oplossingen werken of niet werken
- In hoeverre het genoemde probleem zich in het huidige design nog voordoet

### Management samenvatting

Het huidige ontwerp helpt gebruikers goed om antwoord te krijgen op hun belangrijkste zorgen en vragen rondom de app: hoe wordt mijn privacy gewaarborgd, zowel richting anderen als de overheid? En wanneer kan ik een melding verwachten? De app slaagt erin ook een deel van de twijfelaars over de streep te trekken. Hoewel met name het positief melden voor minder digitaal vaardigen een uitdaging kan zijn, zijn we er van overtuigd dat dit binnen de gegeven beperkingen de beste oplossing is. Alles bij elkaar waardeert men de app als eenvoudig en gebruiksvriendelijk. De volgende thema's hebben in de afgelopen weken in het ontwerp van de app de meeste aandacht gekregen.

1. [Privacy en anonimiteit zijn de grootste redenen om de app niet te gebruiken](#)
2. [Het is lastig je voor te stellen in welke situatie en wanneer je een melding ontvangt.](#)
3. [Hoe meer informatie je over het moment van blootstelling biedt, hoe waarschijnlijker dat mensen de waarschuwing serieus nemen.](#)
4. [Blootstelling notificatie: een gericht handelingsperspectief stelt mensen gerust.](#)
5. [Niet iedereen wordt overtuigd van/in de app. Enkele vragen blijven staan.](#)

## Privacy en anonimiteit zijn de grootste redenen om de app niet te gebruiken

Mensen zijn bang dat hun informatie zoals persoonsgegevens of locatie gedeeld worden met anderen of met de overheid<sup>1</sup>. Het gevoel dat privacy goed is beschermd heeft de grootste impact op adoptiebereidheid<sup>2</sup>. Dit maakt het essentieel om bij mensen vertrouwen op te bouwen in de privacy en anonimiteit van de app. Op dit moment wordt er in de onboarding een dun vertrouwen gecreëerd, hoewel sommigen ondanks dat het nog steeds niet geloven of begrijpen<sup>3</sup>.

### Maak duidelijk dat via bluetooth geen locatie gedeeld kan worden

Alleen uitleggen dat de app werkt met bluetooth blijkt niet genoeg. Het is lastig te begrijpen dat bluetooth niet je locatie weet of nodig heeft, "Hoe weet je anders hoe ver ik van een ander vandaan ben?"<sup>4</sup>.

→ **Technische uitleg van bluetooth helpt niet mee aan begrip.**

Een versimpelde technische uitleg van de werking van de app niet direct leidt tot verduidelijking<sup>5</sup>. Integendeel, doordat men niet precies begrijpt hoe de techniek werkt, trekt men onjuiste conclusies.

→ **Geef direct antwoord op de meest prangende vraag: bluetooth gebruikt geen locatie<sup>6</sup>.**

Door direct antwoord te geven op de vraag of bluetooth gebruikt maakt van je locatie, wordt het antwoord gemakkelijker begrepen, gewaardeerd en onthouden, ook zonder dat mensen precies hoeven te begrijpen hoe het werkt.

*"Er staat helemaal anoniem, is dat echt het geval? Je kan met bluetooth wel zien waar iemand is. Ik ben nog niet overtuigd."* - respondent (unmoderated onderzoek)

### Maak expliciet dat persoonsgegevens niet bekend zijn of gedeeld worden

Voordat men de app gezien heeft, is men wantrouwend over welke persoonsgegevens bekend zijn of gedeeld worden. Dit wantrouwen is in de app weggehaald door de volgende punten<sup>7</sup>:

→ **Het is belangrijk om expliciet te zijn over welke gegevens met anderen gedeeld worden voordat men de app installeert.** Het wekt vertrouwen wanneer men ziet wat er gedeeld wordt met anderen in een melding.

→ **De anonimiteit op meerdere plekken in de onboarding en in de app benadrukken zorgt voor vertrouwen in anonimiteit.** Dit zorgt ervoor dat men, zonder dat men de werking van de app helemaal begrijpt, weet dat de app anoniem is en geen gegevens deelt met anderen.

→ **Maak onderscheid in wat er in de melding gedeeld wordt en wat de app en overheid zelf weet.** Het is heel duidelijk dat de app geen informatie met anderen deelt, terwijl er soms nog vragen zijn over wat de app zelf weet.

<sup>1</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'De onboarding biedt onvoldoende antwoord...](#)

<sup>2</sup> bron: [inzicht uit kwantitatief onderzoek: Gevoel dat privacy goed is gewaarborgd...](#)

<sup>3</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Men begrijpt dat er rekening...](#)

<sup>4</sup> bron: [inzicht uit kwantitatief onderzoek: 'Mensen hebben het gevoel...](#)

<sup>5</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Hoe werkt de app precies?'](#)...

<sup>6</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Men begrijpt dat het op basis van bluetooth werkt ...](#)

<sup>7</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Mensen lijken zich minder zorgen te maken...](#)

*"Tegenwoordig wordt er zoveel gezegd. Ik neem dit met een korreltje zout. Je weet niet wat ze echt doen. Of het echt wel veilig en anoniem is."*

Wanneer blijkt dat je besmet bent lijkt men minder kritisch over privacy

Op dat moment is de gezondheid van anderen belangrijker. Daarnaast lijkt er na langer gebruik meer vertrouwen te zijn in de app<sup>8</sup>.

*"Omdat ik dan toch al corona heb, dan heb ik de app al een tijdje. Dan vertrouw ik er wel op dat het anoniem blijft. Hoe sneller ik toestemming geef, hoe sneller anderen het bericht krijgen."*

Het is lastig je voor te stellen in welke **situatie** en **wanneer** je een melding ontvangt.

Het is lastig om in te beelden in welke **situaties** je een melding ontvangt.

Het lastig is te begrijpen in welke situaties men een melding kan verwachten, omdat het lastig lijkt de duur van het contact te koppelen aan de nabijheid van die persoon<sup>9</sup>.

*"Ik zou wel willen weten, stel je buurman heeft het coronavirus opgelopen maar je bent niet met je buurman in contact geweest. Krijg je dan een melding want je bent natuurlijk dan niet besmet geraakt. Of moet dan heel de woonwijk in quarantaine?"*

De volgende oplossingen helpen in de verbeelding van deze situaties:

→ **Voorbeelden in de onboarding helpen om relatie tussen duur en nabijheid van contact te begrijpen**

In de onboarding maken we de koppeling tussen nabijheid en de duur van het contact duidelijk aan de hand van twee voorbeelden. Deze voorbeelden helpen enerzijds om de situaties te begrijpen, en anderzijds hebben de voorbeelden een positieve impact op de installatie bereidheid<sup>10</sup>.

*"Je fietst voorbij, geeft mij aan dat als ik eens op de fiets ga ik niet 100 meldingen krijg. En een voorbeeld dat je langer in de buurt bent geweest voordat het echt telt."*

→ **Specifiek zijn over de contactduur helpt**

Men lijkt een specifieke contactduur in de onboarding goed te onthouden. Een duidelijk tijdslot lijkt te helpen om je in te beelden welke situatie binnen die 10 minuten valt en welke niet.

<sup>8</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Mensen lijken zich minder zorgen te maken...](#)

<sup>9</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Het is soms lastig in te beelden wat die 10 minuten contact betekent'](#)

<sup>10</sup> bron: [inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Voorbeelden in de onboarding informeren...'](#)

*"Dus dat is niet op de markt of supermarkt, die 10 minuten. Dat is op je werk of bij bezoek."*

Corona radar: men verwacht direct een melding te ontvangen wanneer je bij een besmet persoon in de buurt bent

Het lijkt niet direct duidelijk dat men een melding krijgt nadat je bij iemand met Corona in de buurt bent geweest. Men denkt dat je een direct een melding krijgt op het moment dat je bij mensen in de buurt bent met Corona. Dit zorgt voor extra zorgen over privacy en anonimiteit<sup>11</sup>.

*"Je krijgt die melding 10 minuten nadat je in de buurt bent geweest bij iemand die positief getest is."*

*"Je krijgt zeker een pushbericht. Het is ook weer een beetje discriminerend. Als ik in de trein zit zou ik denken wie is dat dan?"*

→ **Benadruk dat je een melding krijgt nadat je in de buurt bent geweest**

Men lijkt het beter te begrijpen door in de onboarding veelvuldig te benoemen en benadrukken dat je de melding krijgt nadat je bij iemand in de buurt bent geweest. Door dit zowel in voorbeelden als de uitleg te benadrukken<sup>12</sup>.

→ **Verwijder alle referenties die kunnen wijzen op een radar**

In eerste ontwerpen van de onboarding waren er afbeeldingen of andere referenties die de perceptie voor een Corona radar versterkte. Een voorbeeld is het bovenaanzicht van mensen met een cirkel eromheen, die impliceert dat je op het moment dat je iemand tegenkomt, een melding krijgt wanneer iemand Corona heeft.

→ **Probeer de Corona radar te voorkomen in de uitleg van de app in de campagne/PR<sup>13</sup>**

Ondanks deze aanpassingen laat kwantitatief onderzoek zien dat deze 'Corona radar' nog steeds vaak voorkomt.

Hoe meer informatie je over het moment van blootstelling biedt, hoe waarschijnlijker dat mensen de waarschuwing serieus nemen.

Wanneer respondenten het fictieve scenario voorgelegd krijgen waar je een melding ontvangt dat je extra kans op besmetting hebt gelopen, schrikt men van deze notificatie.

→ **Het is belangrijk om het gelopen risico te nuanceren**

Voor beide groepen is het belangrijk om de melding te nuanceren. De melding moet in balans zijn met de nauwkeurigheid van de technologie. Dit zodat je mensen niet onnodig

<sup>11</sup> Bron: [Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'De onboarding biedt onvoldoende antwoord op..](#)

<sup>12</sup> Bron: [Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Corona radar: men lijkt beter te begrijpen dat je een melding krijgt.](#)

<sup>13</sup> Bron: [Inzicht uit kwantitatief onderzoek: 'Mensen hebben het gevoel de app erg goed te begrijpen, maar begrijpen..](#)

bang maakt, maar wel duidelijk maakt dat er een reële extra kans is dat ze het virus hebben opgelopen. En mensen aanzet tot handelen.

*"Ik zou me rot schrikken. Dit is niet zomaar iets. Normaal weet je het niet. En nu wel. Ik zou er op klikken."*

- **Toon de notificaties alleen op het moment dat huisartsen en GGD's geopend zijn<sup>14</sup>.**  
Direct na het ontvangen van de melding heeft men behoefte aan persoonlijk contact. De mogelijkheid tot persoonlijk contact na de melding helpt om mensen gerust te stellen.

*"Moet ik het 0800 nummer meteen bellen? Moet ik in paniek raken?"*

- **Adviseer mensen om bij zorgen/angsten of vragen de huisarts te bellen<sup>15</sup>.**  
Sommigen bellen de GGD ook zonder klachten, vooral om gerustgesteld te worden. Om het nummer van de GGD voornamelijk te gebruiken wanneer je echt klachten hebt en een afspraak wilt maken, geven we aan om bij zorgen/angsten of vragen de huisarts te bellen. Ook raden we aan om de huisarts te bellen bij extreme klachten.
- **Empathie en erkenning wordt gewaardeerd<sup>16</sup>.**  
Uit onderzoek met ex-patiënten blijkt dat mensen die symptomen van Corona ervaren, blijkt dat het tonen van empathie, erkenning en begrip belangrijk is. Iets kleins als een oprechte boodschap aan het einde van een besmet melden flow wordt als persoonlijk en attent ervaren.

*"Beterschap, dat is netjes en leuk. Dat is wel leuk dat ze niet zo zakelijk...  
Ja... Gewoon iets liefs!"*

**Blootstelling notificatie: een gericht handelingsperspectief stelt mensen gerust.**

Na het krijgen van een melding heeft ervaart men onzekerheid, stress en heeft men veel vragen. De meeste vragen zijn gericht op wat te doen nu je weet dat je verhoogd risico hebt gelopen.

*"Dan blijf je nu nog met een onbehaaglijk gevoel zitten, dan kan je alleen maar wachten tot je afspraken. Wat nu? Kan ik mn vragen of mn verhaal kwijt?" (over tot 48 uur wachten voordat de GGD contact met je opneemt)*

- **Een actiegericht handelingsperspectief stelt mensen gerust<sup>17</sup>**  
Na het openen van de notificatie, leest men de informatie onder de melding bij verhoogd risico aandachtig. De informatie wordt gewaardeerd en geeft antwoord op de meeste vragen. Het advies is duidelijk en concreet, zodat er direct actie op ondernomen kan

<sup>14</sup> Bron: [Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Een deel van de mensen wil een test aanvragen zonder symptomen van Corona te hebben.'](#)

<sup>15</sup> Bron: [Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'De melding bij besmetting wordt niet door iedereen geopend en mag menselijker'](#)

<sup>16</sup> Bron: [Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Veel boosheid: patiënten en ex-patiënten hebben behoefte aan erkenning.'](#)

<sup>17</sup> Bron: [Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Uitleg onder 'wat moet ik doen?' helder en gewaardeerd'](#)

worden.

→ **Details in de notificatie helpen om de melding serieus te nemen**

Op het moment dat mensen de melding 'U bent in de buurt geweest van iemand die positief is getest' krijgen, begrijpt nog niet iedereen de urgentie van die melding. Mensen willen graag meer details krijgen over dat contact, zodat ze in kunnen schatten of het inderdaad een risico was, of dat ze simpelweg iemand op straat gepasseerd hebben<sup>18</sup>.

*"Dan zou ik checken waar, hoe lang, hoe dichtbij, zodat ik zelf kan checken en dat het klopt."*

→ **Zoek de balans tussen eigen verantwoordelijkheid en adviezen.**

Men moet genoeg informatie hebben om eigen verantwoordelijkheid te nemen. Geef voor de verschillende situaties een mogelijkheid tot actie: Wanneer onzeker of bij vragen, ga naar de huisarts. Voor een afspraak, bel de GGD. Bij extreme klachten, bel de huisarts.

Niet iedereen wordt overtuigd van/in de app. Enkele vragen blijven staan.

De app neemt niet alle vragen/bedenkingen weg. Deze vragen/bedenkingen kunnen echter wel in de campagne/communicatie/PR meegenomen worden om ook deze groep te overtuigen.

→ **Communiceer het effect van de app in de campagne/PR<sup>19</sup>.**

*Hoe draagt de app bij om de verspreiding van het Coronavirus te stoppen?  
Hoeveel mensen moeten de app gebruiken wil het effect hebben?*

Men weegt af in hoeverre de anonimiteit/privacy opweegt tegen het voordeel van de app om verspreiding te voorkomen. Duidelijke communicatie over het effect van de app, ook bij een lager aantal gebruikers, helpt om deze inschatting te maken.

→ **Geef een inschatting van de kans op een melding in de campagne/PR<sup>20</sup>.**

Sommigen zijn bang dat de app ze heel vaak een waarschuwing gaat geven. Dit terwijl de kans op een melding erg klein is.

→ **Leg op een laagdrempelige manier uit hoe de app werkt<sup>21</sup>.**

Sommigen hebben behoefte aan gedetailleerde uitleg over de werking van de app. Enerzijds om het vertrouwen in de privacy te onderbouwen en anderzijds om te begrijpen wat er aan de melding vooraf gaat om het belang ervan in te schatten.

<sup>18</sup>Bron: Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Opvolging advies app hangt af van details in de melding en de ingeschatte juistheid daarvan.'

<sup>19</sup>Bron: Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Men heeft vragen over de effectiviteit van de app.'

<sup>20</sup>Bron: Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'De blootstellingsmelding voelt nog altijd niet urgent genoeg.'

<sup>21</sup>Bron: Inzicht uit kwalitatief onderzoek: 'Mensen hebben het gevoel de app erg goed te begrijpen, maar begrijpen veel dingen...'