



Cybersicherheit: Meine Daten gehören mir – oder doch nicht?

Mit voranschreitender Digitalisierung sowie zunehmender Anzahl und Bandbreite digitaler Services und Technologien nehmen Ausmaß und Vielfalt der verarbeiteten Kundendaten immer weiter zu. Neben den Mehrwerten, die die digitalen Möglichkeiten zweifelsohne für Verbraucher*innen und Händler bieten, sorgen allerdings im Kontext dieser Datenverarbeitung und -speicherung personenbezogener Daten auch immer wieder Meldungen um Datenlecks und Datenskandale für Aufruhr. Als mögliche „Opfer“ von Cyberkriminalität und Datenmissbrauch, rufen solche Negativereignisse bei Verbraucher*innen häufig Besorgnis hervor.

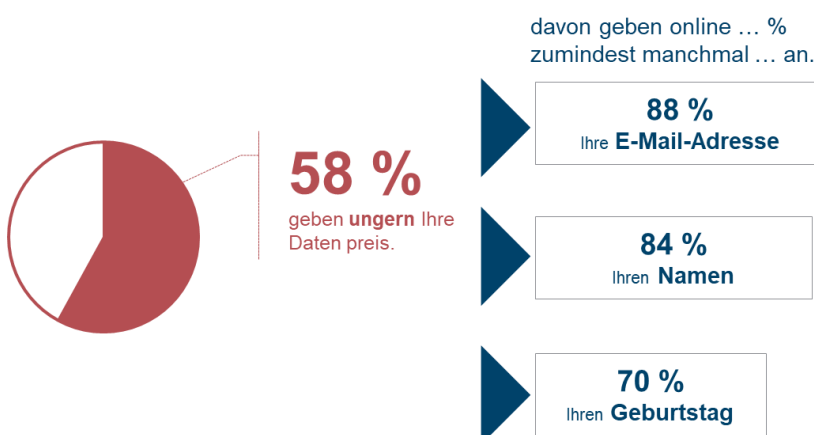
Der vorliegende Newsletter gibt auf Basis einer Befragung nicht nur Aufschluss darüber, wie Internetnutzer*innen grundsätzlich zur eigenen Datenpreisgabe im Internet stehen, sondern auch wie sie die Entwicklung sowie den aktuellen Status quo der Datensicherheit im Internet einordnen.

Datenpreisgabe im Internet: Heiligt der Zweck die Mittel?

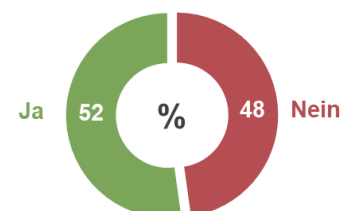
Mehr als die Hälfte der Internetnutzer*innen hat Angst vor dem Missbrauch der persönlichen Daten. In der Konsequenz aus der öffentlichen Berichterstattung rund um Datenlecks sind viele nach eigener Aussage bei der Weitergabe persönlicher Daten bewusst vorsichtiger geworden. So geben 58 Prozent der deutschen Internetnutzer*innen in einer aktuellen Befragung an, dass sie nur ungern ihre Daten im Internet preisgeben. Diese Konsequenz wird aber häufig nur inkonsequent verfolgt: von ihnen geben nämlich dennoch 88 Prozent online immer mal wieder ihre E-Mail-Adresse, 84 Prozent ihren Namen und 70 Prozent ihren Geburtstag an.

Nutzen und Mehrwerte von Technologien oder auch Services scheinen die vorhandene Skepsis und das unguete Gefühl der Internetnutzer*innen bei der Datenpreisgabe an einigen Stellen zu überlagern. So wäre beispielweise jede/r Zweite bereit, sein/ihr Geburtsdatum für einen 5%-Rabattgutschein bei einem Händler anzugeben.

Preisgabe personenbezogener Daten: Meinung vs. Verhalten



Würden Sie bei einem Händler Ihr Geburtsdatum angeben, wenn Sie dafür von diesem Händler ... einen 5 % Rabatt-Gutschein erhalten?



IFH Köln, 2019

ECC Köln, 2019

Fragen: „Haben Sie schon mal folgende Ihrer Daten online angegeben/übertragen?“; Angaben in %; Darstellung von Top-2-Boxen (Ja, regelmäßig/Ja, manchmal); Internetnutzer*innen 18-69 Jahre: n = 1.158.

Lesebeispiel: 58 Prozent der deutschen Internetnutzer*innen (18-69 Jahre) geben an, dass Sie ungern Daten im Internet preisgeben. 88 Prozent von ihnen geben jedoch zumindest manchmal online ihre E-Mail-Adresse an.

Fragen: „Stellen Sie sich nun vor, ein Händler, egal ob online und/oder mit Ladengeschäften, möchte Ihr Geburtsdatum erfassen, um Ihnen eine Geburtstagsüberraschung zu schicken zu können. Würden Sie Ihr Geburtsdatum angeben, wenn Sie dafür von diesem Händler einen 5 % Rabatt-Gutschein erhalten?“; Angaben in %; Internetnutzer*innen 20-69 Jahre: n = 1.001.



Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß?

Über diesen „offenkundigen“ Widerspruch hinaus, dass aktiv personenbezogene Daten angegeben werden, obwohl die eigene Meinung dagegen spricht, zeigen die Ergebnisse der Befragung außerdem, dass sich Internetnutzer*innen häufig gar nicht „bewusst“ sind, welche Daten sie durch die Nutzung digitaler Dienste „unbewusst“ preisgeben. Insgesamt ist mehr als jede/r Dritte eigenen Angaben zufolge unsicher, welche Daten er oder sie quasi durch das tagtägliche Verhalten tatsächlich weitergibt.

Nachrichtensenden via WhatsApp und Onlineshopping sind nur zwei Verhaltensweisen, die für den Großteil der Bevölkerung mittlerweile wie selbstverständlich zum Alltag dazu gehören. Doch, dass damit verbunden auch Daten preisgegeben werden und noch konkreter, welche Daten das sind, das scheint vielen Nutzer*innen häufig nicht bewusst zu sein – oder sie wollen es vielleicht lieber nicht so genau wahrhaben. So glauben beispielweise 51 Prozent der befragten Internetnutzer*innen, dass Sie noch nie Daten zu ihrem Einkaufsverhalten freigegeben haben – 90 Prozent von ihnen shoppen jedoch regelmäßig online und drei von vier nutzen sogar regelmäßig Kundenkarten. 63 Prozent der Internetnutzer*innen glauben außerdem, noch nie persönliche Kontakte freigegeben zu haben, obwohl von ihnen fast Jede/r regelmäßig WhatsApp nutzt.

Preisgabe verhaltensbezogener Daten: Bewusstsein vs. Verhalten



ECC Köln, 2019

Fragen: „Geben Sie folgende Informationen (z. B. durch Nutzung von Smartphones, Apps oder Onlineshops) für Unternehmen frei?/ Geben Sie an, welchen Tätigkeiten Sie regelmäßig nachgehen.“ Angaben in %; Internetnutzer*innen 18-69 Jahre: n = 2.000.

Lesebeispiel: 51 Prozent der deutschen Internetnutzer*innen (18-69 Jahre) haben angegeben, dass sie glauben, noch nie Daten zu ihrem Kaufverhalten preisgegeben zu haben – 90 Prozent von ihnen shoppen jedoch regelmäßig online.



Händler in der Verantwortung im Umgang mit (Kunden-)Daten

Auch wenn viele Internetnutzer*innen der Datenpreisgabe im Internet offen skeptisch gegenüberstehen, wird ihr digitaler Fußabdruck z. B. durch die Nutzung von immer mehr digitalen Diensten und Technologien (un-)bewusst und zweifelsfrei immer größer. Gleichzeitig lässt für sie der Überblick über die preisgegebenen Daten weiter nach, die Intransparenz steigt. Wenn es um die Preisgabe von Daten im Internet geht, befinden sich Internetnutzer*innen in der Konsequenz in einem Spannungsfeld aus Meinung, Bewusstsein und tatsächlichem Verhalten: Auch, wenn sie eigentlich keine weiteren personenbezogenen Daten preisgeben wollen, sind sie sich häufig nicht gänzlich bewusst, welche Daten sie durch ihr Verhalten automatisch preisgeben oder müssen dies in Kauf nehmen. Internetnutzer*innen sehen nicht nur sich selbst, sondern auch Unternehmen, wie im Konkreten z. B. Händler, oder auf übergeordneter Ebene auch den Staat in der Pflicht, ihre Daten dabei zu schützen.

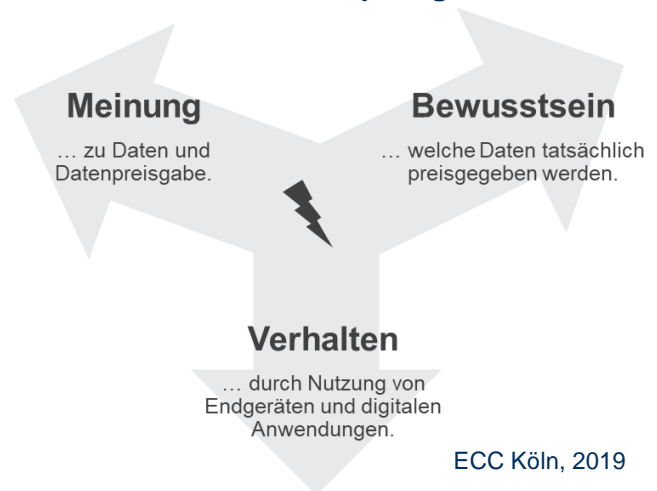
In der Rückschau auf die letzten 1-2 Jahre fällt ihr Resümee bezüglich dieses Bestrebens allerdings gemischt aus: Nur 27 Prozent der Internetnutzer*innen sehen in den letzten 1-2 Jahren eine Verbesserung der Datensicherheit im Internet – jede/r Dritte sieht in dieser Zeit sogar eine Verschlechterung. In der Konsequenz ist auch heute noch jede/r Vierte nicht zufrieden mit dem aktuellen Stand der Datensicherheit im Internet. Vor dem Hintergrund dieser ausbaufähigen Entwicklung und, der sich stetig weiterentwickelnden digitalen Dienste und dem damit stetig wachsenden digitalen Fußabdruck, sind Händler und andere Anbieter gefordert. Sie müssen Verantwortung übernehmen und einen vertrauensvollen Umgang mit Kundendaten sicherstellen sowie kundenseitig mehr Vertrauen schaffen. Denn, auch wenn deutsche Unternehmen hier im internationalen Vergleich aus Kundensicht vergleichsweise akzeptabel dastehen, so bleibt bei der Vertrauenswürdigkeit hinsichtlich der Datenverarbeitung auch bei Ihnen noch deutlich Luft nach oben.

Studie zum Thema Digitale Technologien und Datenverarbeitung: Weitere Insights finden Sie in der Studie „Handel mit der Zukunft: Welche digitalen Technologien langfristig die besten Chancen haben und welche Rolle Kunden und Daten dabei einnehmen“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit der OTTO Group.

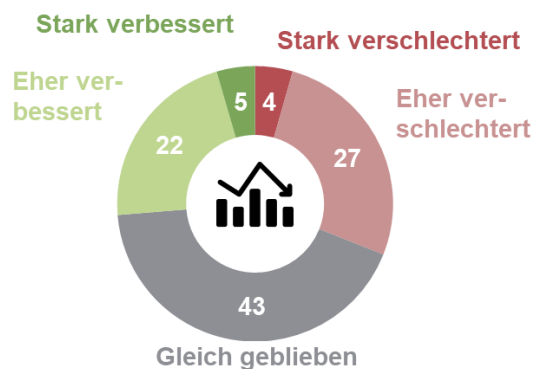
Kostenpflichtiger Download unter: <https://www.ifhshop.de/studien/e-commerce/301/handel-mit-der-zukunft>

Kontakt:
Handelsverband Deutschland (HDE)
Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
Tel. 030/72 62 50-0 | Fax 030/72 62 50-99
hde@einzelhandel.de | www.einzelhandel.de

Spannungsfeld der Internetnutzer*innen beim Thema Datenpreisgabe



Entwicklung der Datensicherheit im Internet in den letzten 1-2 Jahren



Fragen: „Wie hat sich Ihrer Einschätzung nach die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten im Internet in den letzten 1-2 Jahren entwickelt?“ Angaben in %; Internetnutzer*innen 20-69 Jahre: n = 936.