

PRESSEMITTEILUNG

Internet World Messe veröffentlicht Studie über Datensicherheit im Netz:

„Snowden-Affäre“ bremst Konsumverhalten der Verbraucher im Netz

Internet World Messe gibt Verbrauchertipps für sicheres Onlineshopping

München, 26. September 2013 – Abhörskandal, Cyberspionage, Datenaufzeichnung – was die Deutschen stets als Bedrohung ansahen, ist seit der „Snowden-Affäre“ zur ungeahnten Realität geworden. Dies wirkt sich nun auf die Einkaufslust der Verbraucher im Internet aus. Fast jeder zweite deutsche Verbraucher sieht Gefahrenpotenziale für die Datensicherheit beim Online-Einkaufen. Mehr noch, zwölf Prozent versuchen seit dem Datenskandal Einkäufe im Netz zu vermeiden. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Studie, die das Online-Marktforschungsinstitut Fittkau & Maaß Consulting im Auftrag der Internet World Messe unter mehr als 1.000 deutschen Internet-Nutzern durchgeführt hat.

Viele Nutzer sehen seit Bekanntwerden der „Snowden-Affäre“ ihr Vertrauen in die Sicherheit ihrer persönlichen Daten im Internet erschüttert und sind sensibilisiert im Hinblick auf Risiken, die sich beim Online-Einkaufen oder der Nutzung sozialer Netzwerke ergeben könnten. Mehr als die Hälfte der Nutzer gibt an, seitdem an der Datensicherheit zu zweifeln. Dabei zeigen sich ältere Nutzer deutlich verunsicherter als jüngere. Gleiches gilt für Einwohner kleinerer Orte, die sich als sensibler erweisen als Großstädter. Als direkte Konsequenz von „Snowden“ haben 70 Prozent der Internet-Nutzer ihre Schutzsoftware auf den neuesten Stand gebracht. Für ebenso viele Nutzer sind Datenschutzthemen nun wichtiger als zuvor. Vor allem Nutzer aus den Neuen Bundesländern geben an, dass die Affäre ihr Online-Nutzungsverhalten beeinflusst habe. Gefahren für die persönliche Datensicherheit fürchten Nutzer vor allem bei der Einwahl in öffentliche WLANs (71 Prozent) sowie bei der Nutzung sozialer Netzwerke wie Facebook & Co (58 Prozent), wohingegen der E-Mail-Verkehr weniger gefährlich wahrgenommen wird (31 Prozent).

User kennen sich gut mit Datensicherheit aus

Gut jeder Zweite der befragten Internet-Nutzer bezeichnet sich selbst als sicherheitsbewusst. Entsprechend hoch ist das Know-how: Fast jeder Dritte bewertet den eigenen Kenntnisstand in Sachen Datenschutz gut oder sehr gut, weitere 48 Prozent immerhin als recht gut. Nicht einmal 3 Prozent stufen ihr Kenntnissniveau als gering ein. Knapp jeder zehnte Online-Nutzer sieht sich als echter Datenschutzkenner. Ihr Datenschutzwissen beziehen Nutzer dabei am häufigsten aus persönlichen Kontakten (47 Prozent). Auch Zeitungen/Zeitschriften (43 Prozent) und Fernsehsendungen (36 Prozent) werden oft genutzt.

Datenaffäre hemmt Shopping im Netz

Datensicherheit beim Online-Shopping ist für deutsche Verbraucher seit jeher eine äußerst sensible Sache. „In den letzten Jahren wuchs der Online-Handel in Deutschland aufgrund von Datenschutzbedenken deutlich langsamer als in den USA und anderen europäischen Ländern“, weiß Nicole Rüdlin, Leiterin der Internet World Messe und Studienauftraggeberin. „Der Datenskandal hat deutliche Spuren bei den Verbrauchern hinterlassen, gerade was das Vertrauen beim Einkaufen im Netz betrifft.“ Denn nach Aussagen der Netzgemeinde scheint sich dieser Trend seit Bekanntwerden der „Snowden-Affäre“ zu verstärken: Die Mehrheit der Verbraucher sieht Gefahrenpotenziale für die Datensicherheit beim Online-Einkaufen. Jeder Fünfte kauft ungern online ein, da er Bedenken hinsichtlich der Sicherheit seiner persönlichen Daten hat. Unter den Internet-Senioren ist dieser Anteil deutlich erhöht. Zwölf Prozent der Verbraucher geben sogar an, dass sie seitdem versuchen, Einkäufe via Internet zu vermeiden. Rund 60 Prozent kaufen aus Angst vor Datenmissbrauch ungern bei kleineren bzw. unbekanntem Online-Händlern ein. Personen, die (noch) relativ selten online einkaufen, betrifft dies noch mehr als die erfahrenen Webshopper. „Die Studie zeigt uns, dass das Thema Datensicherheit für den deutschen E-Commerce nach wie vor einen äußerst kritischen Erfolgsfaktor darstellt“, kommentiert Susanne Fittkau, beim Forschungsinstitut Fittkau & Maaß Consulting verantwortlich für die Studienkonzeption. „Das gilt besonders für kleine und mittelständische sowie neue Online-Händler, die (noch) keinen hohen Bekanntheitsgrad aufweisen. Im Gegensatz zu Internet-Riesen wie Amazon, eBay, Otto & Co. müssen sie das Vertrauen potenzieller Kunden noch erobern – und dabei können Sicherheitsbedenken der Nutzer eine große Hürde darstellen.“

Internet World Messe gibt fünf Verbrauchertipps für sicheres Onlineshopping

Vor diesem Hintergrund hat die Internet World Messe Tipps zusammengestellt, worauf Verbraucher achten müssen, wenn sie sicher im Netz einkaufen wollen:

1. Schützen Sie sich gegen Phishing

Sichern Sie Ihren Computer gegen Schadprogramme, die Passwörter oder Kontodaten auslesen können. Verwenden Sie ein aktuelles Viren-Schutzprogramm, aktivieren Sie eine Personal Firewall und aktualisieren sie diese regelmäßig. Halten Sie auch regelmäßig Ihr Betriebssystem und verwenden Sie Browser, die Sie vor als böartig bekannten Webseiten warnen. Seien Sie auch vorsichtig beim Öffnen von E-Mail-Anhängen und öffnen Sie E-Mails generell nur im Text-Format.

2. Verwenden Sie sichere Passwörter

Wenn Sie ein Kundenkonto bei einem Online-Händler anlegen, achten Sie darauf, ein sicheres Passwort zu verwenden. Dieses sollte mindestens acht Zeichen lang sein, aus Groß- und Kleinbuchstaben sowie Sonderzeichen und Ziffern bestehen, möglichst nicht den Namen von Familienmitgliedern oder deren Geburtsdaten enthalten und idealerweise nicht in Wörterbüchern vorkommen.

3. Achten Sie auf sicheren Online-Datentransfer

Sensible Zahlungsdaten sollten Sie online nur übertragen lassen, wenn diese via SSL (Secure Sockets Layer) verschlüsselt werden. Dies erkennen Sie an Websites, die mit https beginnen. Auf gar keinen Fall sollten Sie reagieren, wenn Sie per Mail aufgefordert werden, vertrauliche Daten wie Passwörter oder Kreditkarteninformationen per E-Mail oder über ein Formular einzugeben.

4. Geizen Sie mit Ihren Daten

Immer wieder ist in der Presse von Hackerangriffen auf Online-Shops zu lesen, bei denen sensible Informationen wie beispielsweise Kreditkartendaten entwendet werden. Seien Sie daher extrem wählerisch, wem Sie ihre persönlichen Zahlungsdaten anvertrauen und geben Sie nur die Daten preis, die zum Abwickeln des Geschäftes wirklich notwendig sind. Wer Payment-Dienstleister wie PayPal, Yapital oder Amazon Payment nutzt, muss beim Händler überhaupt kein Zahlungsdaten hinterlegen, sondern bezahlt die fällige Rechnung lediglich über die Eingabe von Nutzernamen und Kennwort bei den Payment-Anbietern selbst.

5. Schützen Sie sich vor schwarzen Schafen

Online-Shopping ist generell besser als sein Ruf. Der allergrößte Teil der Webhändler ist sehr darum bemüht, die bestellte Ware schnell an den Kunden auszuliefern. Trotzdem gibt es auch schwarze Schafe in der Branche. Achten Sie daher unter anderem auf Gütesiegel wie „Trusted Shops“ oder „S@fer Shopping“, wenn Sie den entsprechenden Händler nicht

kennen. Auch ein Blick ins Impressum gibt Aufschluss: Wer hier nur eine Postfachadresse angibt, wirkt nicht unbedingt vertrauenswürdig. Die Aufmachung des Shops ist ein weiteres Indiz für die Seriosität des Händlers. Bei schlechtem Bildmaterial oder haufenweise Rechtschreibfehlern sollten Sie, wenn überhaupt, nur auf Rechnung oder per Nachnahme bestellen. Und auch ein Blick in die AGB, und hier insbesondere auf die Absätze zu Versandkosten, Umtausch und Reklamation schützt vor bösen Überraschungen.

Über die Studie

Fittkau & Maaß untersuchte im Auftrag der Internet World Messe in einer internet-repräsentativen Panelbefragung im Sommer 2013 über 1.000 Internetnutzer hinsichtlich der Sicherheit ihrer persönlichen Daten im Netz. Im Fokus stand dabei die Frage welche Auswirkungen der weltpolitische Datenskanal rund um die „Snowden-Affäre“ für die deutschen Internetnutzer. Ein ausführliches Studiendokument mit allen Ergebnissen der Befragung steht kostenlos unter folgendem Link zum Download zur Verfügung:

<http://www.internetworld-messe.de/Presse/Studie>

Über die Internet World Messe

Bereits seit 1997 ist die Internet World Messe die Veranstaltung für Internet-Professionals und Treffpunkt für Entscheider auf Anbieter- und Anwenderseite. Im Jahr 2014 öffnet die E-Commerce Messe Internet World vom 25.-26. Februar auf dem Münchener Messegelände bereits zum 18. Mal ihre Tore. Die Themenschwerpunkte der Messe sind Shopsoftware & Technik, Payment & Logistik, Usability, Online Marketing, Social & Mobil. Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress, der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ steht. Veranstalter der Internet World ist die gleichnamige Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business.

Über Fittkau & Maaß Consulting

Fittkau & Maaß Consulting verfügt über langjährige Expertise in der technischen wie konzeptionellen Durchführung von Online-Studien. Die Forschungs- und Beratungs-Services sind gezielt auf digitale, interaktive Medien ausgerichtet. Internet-Studien wie die WWW-Benutzer-Analyse W3B sowie individuell konzipierte Forschungs- und Beratungsprojekte (u. a. Trend-, Wettbewerber- und Potentialanalysen, Zufriedenheitsstudien, Werbewirkungsforschung, Website-Tests, Usability-Labs, Online-Panelbefragungen) unterstützen die Kunden von Fittkau & Maaß Consulting bei Planung, Konzeption, Monitoring, Optimierung und Vermarktung ihrer Online-Produkte und -Aktivitäten.

Links

<http://www.internetworld-messe.de>

<http://www.fittkaumaass.de>

Pressekontakt

Vera Vaubel

Tel.: +49 (89) 98103987

Fax: +49 (89) 98103988

E-mail: medienberatung@vaubel.de

Vaubel Medienberatung GmbH

Gumpfenbergstr. 6, 81679 München

<http://www.vaubel.de>

Unternehmenskontakt

Regina Reitzer

Tel.: +49 (89) 74117-128

Fax: +49 (89) 74117-448

E-mail: regina.reitzer@nmg.de

Neue Mediengesellschaft Ulm mbH –

Kongresse & Messen

Bayerstraße 16 a, 80335 München

<http://www.nmg.de>