

Deutsche unsicher beim Datenschutz im Internet

22.08.2012, 11:27 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *FriendScout24 GmbH*

Studie von FriendScout24: Drei Viertel der Onliner meiden Eingabe persönlicher Daten / Unsicherheit beim Datenschutz führt zum Abbruch bei Online-Einkäufen

München, 21. August 2012 – Das umstrittene Meldegesetz, die Datensammelwut internationaler Konzerne – Medienberichte zu Themen wie diesen haben die Unbefangenheit der Deutschen bei der Internetnutzung offenbar eingeschränkt. So fühlen sich drei Viertel der Onliner unsicher bei der Eingabe persönlicher Daten oder geben zum Teil überhaupt keine persönlichen Daten im Netz preis. Die Ängste haben auch Auswirkungen auf die Bereitschaft der Konsumenten, online Waren zu bestellen und hemmen somit die weitere Entwicklung des Internets als Vertriebsplattform. So haben 70 Prozent der Deutschen aufgrund von Sicherheitsbedenken bereits auf Produktkäufe im Netz verzichtet. Das sind die zentralen Ergebnisse einer aktuellen, repräsentativen Studie von FriendScout24, Deutschlands Partnerportal Nr. 1, und dem Marktforschungsinstitut GfK.

„Die Studienergebnisse zeigen, dass Unternehmen sich einen klaren Wettbewerbsvorteil erarbeiten können, wenn sie das Vertrauen der Verbraucher beim Thema Datenschutz gewinnen“, sagt Martina Bruder, CEO FriendScout24: „Die Datenskandale einiger weniger Firmen schaden hingegen der Entwicklung des Internets als Vertriebsplattform.“ Entsprechend nimmt FriendScout24 den Datenschutz auf seinen Portalen sehr ernst. Gemeinsam mit mehreren Partnern und dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) hat das Unternehmen im Mai dieses Jahres den S.P.I.N. Kodex (Kodex für seriöse Partnersuche im Internet) ins Leben gerufen (www.spin-kodex.de). Dieser verpflichtet alle Teilnehmer zu einem verantwortlichen Umgang mit Kunden, fairen Geschäftspraktiken und zur Einhaltung hoher Datenschutzstandards.

Deutsche bei Online-Partnersuche besonders sensibel

Auch die aktuelle Studie zeigt, dass Datenschutz bei der Online-Partnersuche als besonders sensibel gilt. So sind drei Viertel der Deutschen der Meinung, dass der Datenschutz gerade hier zu 100 Prozent gewährleistet sein müsse. Frauen stimmen dieser Aussage sogar mit 78 Prozent zu, Männer immerhin mit 72 Prozent. Martina Bruder: „Gerade Partnerportale sind aufgefordert, die höchsten Sicherheitsvorkehrungen zu treffen und für ein Höchstmaß an Transparenz beim Datenschutz zu sorgen. Dort, wo es um sensible private Informationen geht, erwarten die Nutzer einen hundertprozentigen Schutz.“

Jeder Zweite würde für besseren Datenschutz mehr bezahlen

Generell haben lediglich 26 Prozent der Internetnutzer keine oder wenig Bedenken, persönliche Daten einzugeben, wenn sie etwa einen Service in Anspruch nehmen oder ein Produkt erwerben wollen. 58 Prozent geben hingegen nur ungern Daten im Internet preis und zögern deshalb mit der Angabe dieser Informationen. 16 Prozent erscheint die Eingabe persönlicher Daten sogar ein so unsicheres Unterfangen, dass sie diese so gut wie nie auf einer Website angeben. Frauen empfinden hierbei eine deutlich stärkere Unsicherheit als Männer: Fast 80 Prozent fühlen sich bei der Dateneingabe „weniger sicher“ oder „unsicher“, aber nur 68 Prozent der Männer. Aufgrund des hohen Unsicherheitsgefühls sind immerhin 56 Prozent der Deutschen bereit, einen leicht höheren Preis für ein Produkt oder einen Service zu zahlen, wenn dies dem Datenschutz dient.

Doch welche Kriterien muss eine Website erfüllen, damit sie aus Sicht der User vertrauenswürdig erscheint? Der Hinweis auf eine SSL-verschlüsselte Datenübertragung steht hier ganz vorne: 70 Prozent der Onliner sehen durch diese Technik ein hohes Datenschutzniveau gewährleistet. Auf Platz zwei steht die Einbindung eines TÜV-Siegels (51 Prozent), gefolgt von ausführlichen Hinweisen zum Thema Datenschutz in den AGBs (45 Prozent). Die Bekanntheit der Website oder der Marke lässt nur für 32 Prozent der Internet-Nutzer Rückschlüsse auf höhere Datenschutz-Standards zu.

Verbraucher nur unzureichend über Datenschutz informiert

Obwohl Frauen dem Thema Datenschutz eine hohe Bedeutung beimessen, fühlen sich nur 21 Prozent der weiblichen Online-Nutzer gut über die aktuelle Entwicklung beim Datenschutz informiert. 68 Prozent wissen lediglich in etwa, über was diskutiert wird und 11 Prozent geben an, dass sie über so gut wie keine Kenntnisse bei dem Thema verfügen. Anders männliche Onliner: 45 Prozent Männer verfolgen das Thema Datenschutz nach eigenen Angaben regelmäßig in den Medien und fühlen sich entsprechend „sehr gut“ informiert. 52 Prozent wissen in etwa, über was diskutiert wird und nur 4 Prozent geben an, so gut wie keine Kenntnisse über das Thema zu haben.

Bei der Frage, wer für den Datenschutz im Internet verantwortlich ist, scheiden sich die Geister. 46 Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass die Nutzer selbst für ihre im Internet preisgegebenen Daten verantwortlich sind. Knapp 28 Prozent sehen in erster Linie die Unternehmen in der Bringschuld für den Schutz der ihnen anvertrauten Daten. Und 27 Prozent sind der Meinung, der Staat müsse durch Gesetze für Datensicherheit im Internet sorgen. Interessant: Je älter die Befragten sind, desto eher sehen sie die Verantwortung beim jeweiligen User. So sind 54 Prozent der Probanden ab 60 Jahren der Meinung, die Verantwortung liege bei jedem selbst. Aber nur 29 Prozent der 14- bis 29-Jährigen stimmen dieser Aussage zu.

Informationen über den Datenschutz bei FriendScout24 finden Sie hier:

www.spin-kodex.de
www.sichere-partnersuche.de

Portrait

Über FriendScout24

FriendScout24 ist Deutschlands Partnerportal Nr. 1 und darüber hinaus in weiteren sechs europäischen Ländern vertreten. Als erster und einziger Full-Service-Anbieter bedient FriendScout24 alle ernsthaften Beziehungsbedürfnisse – sei es die Suche nach dem Lebenspartner, nach Flirten, Daten und Verliebtsein, bis hin zum Wunsch nach einer erotischen Beziehung. FriendScout24 hat sich nachhaltig als vertrauenswürdiger Anbieter und als seriöse Marke im Online-Dating-Markt etabliert, verbunden mit der konsequenten Verpflichtung zur Integrität und Seriosität. Damit hat FriendScout24 die Partnersuche im Internet unter www.friendscout24.de seit seiner Gründung im Jahr 2000 maßgeblich gestaltet und das Online-Dating in der Gesellschaft verankert. FriendScout24 ist Gründungsmitglied des SPIN-Kodex, der sich für eine sichere Partnersuche im Netz einsetzt (www.spin-kodex.de). Mit Secret bietet FriendScout24 unter www.secret.de den Premium Casual Dating Service für erotische Beziehungen ohne Bindungsdruck. Das Unternehmen ist Teil der Scout24-Gruppe, die zur Deutschen Telekom gehört.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/657317/Deutsche-unsicher-beim-Datenschutz-im-Internet.html>