



Vodafone Institut
für Gesellschaft
und Kommunikation

BIG DATA

**WANN
MENSCHEN
BEREIT SIND,
IHRE DATEN
ZU TEILEN**

Eine europäische Studie

Inhalt

Vertrauen braucht Transparenz	3
Berechtigte Skepsis	4
Studiendesign und Kernergebnisse	6
Wissen	8
Vertrauen	12
Einstellungen und Perspektiven	16
Datenschutz	20
Einstellung zu Big Data	21
Szenarien	24
Gerätenutzung	34
Impressum	35

Vertrauen braucht Transparenz

Grußwort von Hannes Ametsreiter

Es gibt kaum Begriffe, die in jüngerer Vergangenheit eine vergleichbare Karriere gemacht haben wie „Big Data“. Das Synonym für das computergestützte Sammeln von Daten in einer Menge, die jenseits der menschlichen Vorstellungskraft liegt, preisen Befürworter als Schritt in eine glanzvolle Epoche – und geißeln Kritiker als schwer zu kontrollierendes Machtinstrument.

Das gewaltige Potenzial von Big Data wird niemand ernsthaft bezweifeln: Städte ohne Verkehrschaos, energieeffiziente Wohnungen oder den Kundenwünschen genau angepasste Online-Shops. Szenarien, die bereits jetzt vorstellbar sind und teilweise schon praktiziert werden. Die Entwicklung der Digital-Ökonomie in den vergangenen Jahren hat bestätigt, dass datenbasierte Services weltweit zu den zentralen Wachstumstreibern gehören.

Wen das noch nicht beeindruckt, der denke an die mittel- und langfristigen Perspektiven. Das vernetzte Autofahren und die datengestützte Optimierung von Verkehrsflüssen werden künftig Tausende Verkehrstote verhindern können, und das massenhafte Sammeln von medizinischen Daten eröffnet Heilungschancen für lebensbedrohliche Krankheiten. Die Auswertung von Bewegungsdaten wird schon heute genutzt, um die Ausbreitung von Epidemien besser zu verstehen und gezielt auf diese zu reagieren.

Doch all diese Potenziale nützen wenig, wenn wir die Hoffnungen, aber auch die Sorgen vieler Menschen im Umgang mit Big Data nicht ernst nehmen. Die Wahrnehmung des Themas gestaltet sich häufig mehr emotional als rational. Eine Versachlichung der Debatte ist daher das Gebot der Zeit. Dazu leistet diese Studie des Vodafone



Dr. Hannes Ametsreiter,
CEO Vodafone Deutschland,
Mitglied im Executive Committee
der Vodafone Group

Institutes für Gesellschaft und Kommunikation einen wichtigen Beitrag. Sie zeigt, dass es natürlich Bedenken gegenüber einem neuen Phänomen gibt. Sie zeigt aber auch, dass es viele Menschen gibt, die prinzipiell bereit sind, ihre Daten zur Verfügung zu stellen: Vertrauen, Transparenz und ein Mehrwert für den einzelnen Nutzer und die Gesellschaft vorausgesetzt. Auch die EU-Kommission sieht die enormen Wachstumchancen durch Big Data. Der Persönlichkeitsschutz muss selbstverständlich gewahrt werden, darf aber auch nicht zu unbegründeter Überregulierung führen.

Also gilt es, die Menschen von den Vorzügen von Big Data zu überzeugen und ihnen gleichzeitig den vertrauensvollen Umgang mit ihren Daten zu garantieren. Über das Wie sind sicher zahlreiche Diskussionen notwendig – frei von jeder Ideologie. Diese Studie bietet einen hervorragenden Ausgangspunkt.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Ihr Hannes Ametsreiter

Berechtigte Skepsis

Gastkommentar von Viktor Mayer-Schönberger



Prof. Dr. Viktor Mayer-Schönberger,
Professor für Internet Governance und Regulierung,
Oxford Internet Institute

Kein Zweifel: Die beeindruckende Studie des Vodafone Instituts für Gesellschaft und Kommunikation, wie die Menschen in Europa Big Data einschätzen, ist brisant. Die Ergebnisse sind nichts weniger als eine Anklageschrift gegen die herrschende Praxis europäischen Datenschutzes. Der attestierte Vertrauensverlust ist dramatisch. Just als der Europäische Gerichtshof dem Datenschutz den Rücken stärkt – etwa beim Recht auf Vergessen oder der Kritik an „Safe Harbor“ – verlieren die Menschen den Glauben daran. So könnte man jedenfalls auf den ersten Blick meinen.

Aber jene, die vor allem in den USA immer wieder das Ende von informationeller Privatheit vorhergesagt, ja mitunter gar herbei gewünscht haben, sollten sich nicht zu früh freuen. Denn ein genauerer Blick zeigt, dass bei den europäischen Bürgerinnen und Bürgern nicht der Grundwert der Privatheit umstritten ist, sondern der Mechanismus, mit dessen Hilfe derzeit personenbezogene Daten vor allem geschützt werden sollen. Die Menschen bleiben dem Datenschutz als Grundwert verbunden (wie übrigens auch in Nordamerika; da herrscht weitgehende Einigkeit auf beiden Seiten des Atlantik).

Es ist die heutige Praxis des Datenschutzes, der die Menschen in Europa offenbar zutiefst skeptisch gegenüberstehen. Sie sehen sich nicht mehr in Kontrolle ihrer Daten. Und ihr Wunsch nach einfacheren und transparenteren Datenschutzbestimmungen ist ihre verständliche Reaktion auf die verwirrende Komplexität der Verwendung ihrer Daten.

Wer kann es ihnen übelnehmen? Die Datenschutzbestimmungen der populären Webanbieter sind oftmals dutzende Seiten lang. Wissenschaftler haben ermittelt, dass nur die Bestimmungen der zehn beliebtesten Webanbieter zu lesen mehr als zweihundert Stunden in Anspruch nehmen würde; und am Ende wäre man bei den ausgeklügelten juristischen Formulierungen wohl kaum schlauer als davor.

Diese Situation wird sich im Kontext von Big Data weiter verschärfen, etwa durch die dann zur Routine werdenden weit komplexeren Analysen von Daten aus den unterschiedlichsten Quellen für ganz neue Zwecke. Die Menschen spüren das, wie die Ergebnisse der Studie verdeutlichen, und bringen damit auch ihre tiefe Skepsis gegenüber Big Data zum Ausdruck. Aber hinter diesen durchaus verständlichen Zweifeln lassen sie auch eine Reihe von wichtigen Nuancen ausmachen. So stehen die Menschen der Verwendung ihrer persönlichen Daten vielfach pragmatischer gegenüber als es geltendes Datenschutzrecht vorsieht. Viele, besonders die Jungen verstehen, dass ihre Daten die Währung sind, mit der sie für kostenlose Dienstleistungen im Internet zu zahlen haben, seien es Suchmaschinen, Email-Konten oder Plattformen sozialer Medien. Und sie stehen einer Verwendung ihrer Gesundheitsdaten offener gegenüber, wohl weil sie hoffen daraus resultiere am Ende eine bessere Diagnose und Behandlung.

Ähnlich pragmatisch und trotzdem konsistent ist, wo die Menschen klare Grenzen ziehen: der Schutz ihrer Einkommens- und Finanzdaten ist den meisten besonders wichtig, ebenso klare Verbote der Wiederverwendung ihrer Gesundheitsdaten durch Versicherungen. Und Unternehmen dürfen Daten durchaus wiederverwenden, bloß nicht an Dritte weitergeben. In allen diesen Bereichen ist den Menschen offenbar die Gefahr des Missbrauchs so offenkundig wie die daraus unmittelbar resultierenden Nachteile.

Zweierlei nehme ich aus den Ergebnissen als besonders wertvoll mit. Erstens, und für die europäische Datenschutzelite wohl demütigend, fehlt der Mehrheit der Menschen der Glaube an die Effektivität geltender Datenschutzmechanismen. Gefragt ist hier daher ganz offensichtlich ein neuer Ansatz. Es ist eine Aufforderung an die Politik, einen besseren Mechanismus zum Schutz persönlicher Daten zu finden, der nicht nur auf die Komplexität von Big Data, sondern auch die daraus resultierende Schwäche eines primär auf der Zustimmung der Betroffenen beruhenden Ansatzes angemessen reagiert. Leider tut sich die Politik derzeit schwer damit, sich diese – meines Erachtens berechtigte – Kritik des Volkes wirklich zu Herzen zu nehmen und den Datenschutz neu und wieder effektiv zu denken.

Das ist bedauerlich, denn es steht eine ganz klare Alternative zur Verfügung: unmittelbare staatliche Regulierung. Anstatt den Betroffenen eine Entscheidung über etwas abzuverlangen, das sie weder verstehen noch realistisch gesehen verstehen können, wäre es denkbar, die Verwendung personenbezogener Daten im privaten wie im öffentlichen Bereich (also durch Unternehmen und staatliche Stellen) direkt zu regulieren, und damit verantwortungsloses Verhalten der Datenverwender einzuschränken oder gänzlich zu verbieten. Wir tun das schon jetzt in einer Reihe von Bereichen, die für die Betroffenen zu undurchschaubar und komplex geworden sind. Wir erwarten etwa von Patienten nicht, dass sie Medikamente und Behandlungen selbst auf Sicherheit testen. Dafür gibt es vielmehr klare gesetzliche Regeln und Behörden mit entsprechenden Verfahren und Kontrollen. Wir erwarten auch nicht mehr, dass Menschen ausschließlich selbst entscheiden, ob sie in Autos Sicherheitsgurte tragen oder nicht. Weil sich nicht anzuschmallen typischerweise gefährlich ist (ohne, dass sich daraus ein Nutzen ergäbe), haben wir die Verwendung des Sicherheitsgurtes einfach vorgeschrieben.

Ich bin überzeugt, dass wir ähnliches auch für den Schutz bei der Verwendung persönlicher Daten tun müssen, gerade im Kontext von Big Data, um die Last eines effektiven Schutzes von der Zustimmung der Betroffenen auf die verantwortungsvolle Verwendung der Daten zu verschieben. Das muss nicht notwendigerweise die Innovationsmöglichkeiten beim Einsatz von Big Data zu stark beschneiden – ganz im Gegenteil: Gerade eine gesetzlich verankerte Zulässigkeit einer verantwortungsvollen Datenverwendung (auch für neue Zwecke) ohne die ausdrückliche Zustimmung der Betroffenen kann verantwortungsbewussten Datennutzern Raum für innovative neue Möglichkeiten geben. Es wird Zeit, dass wir der Politik diese Botschaft deutlich vermitteln.

Die zweite, gleich wichtige Botschaft ist die Tatsache, dass trotz der manchmal durchaus übertriebenen Rhetorik der Vorteile von Big Data es weder Unternehmen noch Regierungen bisher gelungen ist, die Menschen davon zu überzeugen, dass Big Data auch für die Betroffenen und die Gesellschaft einen deutlichen Mehrwert bietet. Im Gegenteil: Die nahezu wöchentlichen Meldungen über missbräuchliche Verwendung persönlicher Daten privater wie öffentlicher Stellen (man denke nur an Snowden!) haben das Vertrauen der Menschen in eine verantwortungsbewusste Datennutzung weiter beschädigt. Hier sind die Unternehmen aufgefordert zu handeln, denn ohne Vertrauen der Menschen kann sich Big Data nicht entwickeln. Ich selbst sehe sehr wohl den potenziell bedeutenden gesellschaftlichen Nutzen von Big Data und wünsche mir, dass das dafür notwendige Vertrauen geschaffen werden kann. Aber auch mir ist klar, dass Vertrauen zu schaffen und zu bewahren nicht Aufgabe der Betroffenen sondern der Datennutzer ist.

Ich denke, diese beiden wichtigen Botschaften der vorliegenden Studie lassen sich in umfassende Handlungsaufforderungen an die Politik und die entsprechenden Stakeholder ummünzen. Als Optimist hoffe ich, dass diese beiden Gruppen die Forderungen aufgreifen. Aber die vorliegende Studie bietet viel mehr. Ihr wahrer Wert liegt darin, dass Sie uns sowohl Kernbotschaft als auch Nuance zu einem der zentralen Themen der Zukunft unserer digitalen Gesellschaft bietet.

Studiendesign

Methodensteckbrief

Qualitative Vorphase*



- ▶ 4 Fokusgruppen (6-8 Personen/Gruppe)
- ▶ Deutschland und Italien
- ▶ Juli 2015

Quantitative Hauptstudie



- ▶ 8.256 Telefoninterviews (CATI)
- ▶ 8 Länder (vgl. Karte)
- ▶ August/September 2015



Tschech. Rep. (CZ): n = 1.008
 Frankreich (FR): n = 1.018
 Deutschland (DE): n = 1.216
 Irland (IE): n = 1.009
 Italien (IT): n = 1.000
 Niederlande (NL): n = 1.002
 Spanien (ES): n = 1.001
 Großbritannien (UK): n = 1.002

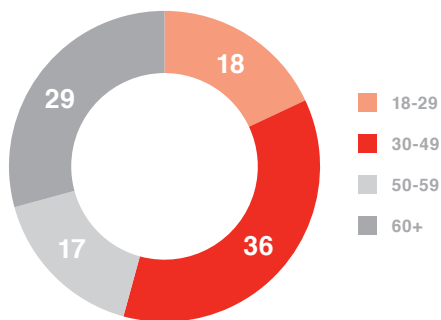
* Einige Originalzitate der qualitativen Vorphase werden in Sprechblasen dargestellt.

Hintergrund

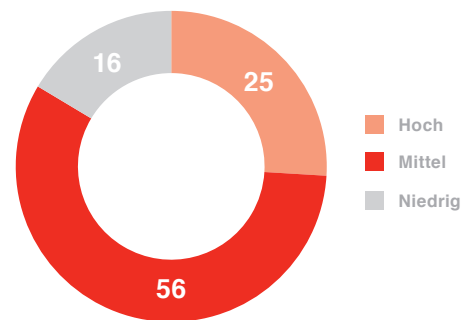
Die digitale Revolution verändert unsere Gesellschaft mit rasanter Geschwindigkeit. Die Sammlung, Speicherung und Analyse großer Datenmengen eröffnet neue Möglichkeiten in Wissenschaft und Forschung, verändert Bildung und Arbeitswelt und birgt großes Potenzial für Wachstum und Wertschöpfung. Diese enorme technologische Entwicklung wirft allerdings auch fundamentale politische und ethische Fragen auf: Wie können wir das Potenzial der Datenanalyse ausschöpfen und zugleich die Persönlichkeitsrechte schützen? Wie können wir im Zeitalter von „Big Data“ sicherstellen, dass die Privatsphäre und individuelle digitale Souveränität geschützt werden? Passende Regeln aufzustellen, die sowohl ökonomischen als auch ethischen

Ansprüchen genügen, ist eine der zentralen Herausforderungen unseres digitalen Zeitalters.

Um herauszufinden, wie Menschen in Europa über den Umgang mit persönlichen Daten und Privatheit denken, hat das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation eine bevölkerungsrepräsentative Studie zu Big Data in acht europäischen Ländern initiiert. In der Studie werden Alltagssituationen näher betrachtet, in welchen Konsumenten ihre persönlichen Daten bewusst oder unbewusst an private oder öffentliche Institutionen weitergeben. Letztere sammeln und analysieren diese Daten, um letztlich individualisierte Produkte und Leistungen anbieten zu können.



Alter



Bildungsabschluss*

Aufgrund von Rundungen entspricht die Summe der Einzelwerte nicht notwendigerweise 100%, dargestellte Mittelwerte können von aus dem Dokument berechneten Werten abweichen. * Höchster formaler Bildungsabschluss

Kernergebnisse

► Bürger stehen Big Data skeptisch gegenüber

Generell stehen die hier befragten Europäer dem Phänomen Big Data eher skeptisch gegenüber. Weniger als ein Drittel erkennt darin mehr persönliche Vorteile, bei mehr als der Hälfte der befragten Nutzer überwiegen in der persönlichen Einschätzung die Nachteile – in Deutschland sind dies sogar 62 Prozent.

► Wenig Vertrauen der Nutzer im Hinblick auf die Verwendung persönlicher Daten durch Unternehmen und Staat

Wollen Unternehmen und Anbieter digitaler Dienste Big-Data-Projekte erfolgreich umsetzen, so müssen sie ihre externe Kommunikation verbessern und das Vertrauen ihrer Kunden gewinnen, wie die Studie eindeutig belegt: Lediglich 26 Prozent aller Befragten stimmen der Aussage zu, Unternehmen respektierten den Schutz ihrer persönlichen Daten und nur jeder Fünfte (20 Prozent) gibt an zu wissen, wo und von wem seine persönlichen Daten gesammelt und gespeichert werden.

Das Vertrauen in einen verantwortungsvollen Umgang mit persönlichen Daten ist gegenüber privaten und öffentlichen Institutionen insgesamt niedrig. Während etwa Gesundheitseinrichtungen (43 Prozent), der eigene Arbeitgeber (36 Prozent) oder Banken (33 Prozent) beim Umgang mit Daten noch ein etwas höheres Vertrauen genießen, verlassen sich nur wenige Nutzer in diesem Zusammenhang auf Suchmaschinen (16 Prozent) und Anbieter sozialer Netzwerke (11 Prozent).

► AGB sind unbeliebte Informationsquellen im Hinblick auf die Verwendung der Nutzerdaten

Obwohl viele Menschen alltäglich Zugang zu ihren Daten gewähren, informieren sie sich oft nicht darüber, was mit diesen geschieht – jedenfalls nicht durch Nutzung existierender Informationsquellen. Nur 12 Prozent der befragten Europäer lesen nach eigenen Angaben die Nutzungsbedingungen oder Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), um mehr über die Sammlung und Nutzung von persönlichen Daten durch Unternehmen und Organisationen zu erfahren.

Gut ein Drittel (34 Prozent) gibt an, Informationen zur Datensammlung und -nutzung über Medien bzw. Nachrichten zu erhalten. 40 Prozent der befragten Bürger geben an, Nutzungsbedingungen oder AGB oftmals zu akzeptieren, ohne sie wirklich gelesen zu haben.

► Nutzer fordern klare und einfache Sprache bei AGB, sowie mehr Kontrolle und Transparenz

Ungefähr zwei Drittel der befragten Europäer wünschen sich ein höheres Maß an Transparenz bezüglich der Verwendung ihrer persönlichen Daten (64 Prozent) und knappere, in verständlicher Sprache verfasste AGB (68 Prozent). Durchschnittlich jeder zweite Befragte (51 Prozent) plädiert dafür,

die Einstellungen zur Privatsphäre individuell definieren zu können. Eine bekannte und etablierte Marke zu sein, ist offenbar nicht genug – nur bei gut einem Drittel (34 Prozent) der Befragten sorgt dies für mehr Vertrauen.

► Mehrheit der Befragten grundsätzlich bereit, persönliche Daten für Gesundheit, Verkehr und Umwelt zu teilen, wenn Mehrwert erkennbar

Eine deutliche Mehrheit der befragten Europäer steht der (pauschalen) Weitergabe von persönlichen Daten an Dritte, insbesondere zu kommerziellen Zwecken – unabhängig von Art oder Nutzung der Daten – sehr kritisch gegenüber.

Befragt nach konkreten Anwendungsgebieten können sich allerdings knapp zwei Drittel (65 Prozent) der Befragten vorstellen, dass die Daten vieler Menschen anonym von Gesundheitsinstitutionen gesammelt werden, um Verbesserungen bei der Entdeckung und Behandlung von Krankheiten zu erreichen. Gut zwei von drei (68 Prozent) geben an, der Nutzung intelligenter, datenbasierter umweltfreundlicher Zähler („Smart Meter“) positiv gegenüber zu stehen. Immer noch über die Hälfte der Befragten (55 Prozent) hätte keine Bedenken, dass ihre beim Autofahren entstehenden Bewegungsdaten an Navigationssysteme weitergegeben werden, um individuelle Verkehrshinweise zu erhalten.

► Big-Data-kritische Deutsche, Big-Data-freundliche Spanier: Unterschiedliche Einstellungen innerhalb von Europa

Im länderübergreifenden – europäischen – Vergleich zeigt sich, dass Deutsche sehr sensibel auf Datenschutzfragen und den Schutz der Privatsphäre antworten und der Weitergabe ihrer persönlichen Daten äußerst kritisch gegenüber stehen. Iren, Briten und Holländer erweisen sich in dieser Hinsicht als etwas weniger skeptisch. Niederländer bewerten sich im Umgang mit Daten im Internet selbstsicher – im europäischen Vergleich fühlen sie sich auch am besten informiert. Die befragten Südeuropäer vermitteln aufgrund ihres Antwortverhaltens insgesamt eine eher entspannte Haltung in Bezug auf die Sammlung und Verwendung ihrer persönlichen Daten.

► Geringes Vertrauen bei Älteren und Menschen mit niedrigem Bildungsabschluss

Personen mit einem niedrigen formalen Bildungsniveau haben das Gefühl, nicht ausreichend über die Praxis des Sammelns und Auswertens ihrer persönlichen Daten informiert zu sein. Ähnlich sieht es im Generationenvergleich aus: Während jüngere Menschen angeben, sich (selbst-)sicher in der digitalen Welt zu bewegen, dominiert bei Älteren das Gefühl mangelnder Kompetenz und fehlenden Vertrauens. Generell sind die Über-60-Jährigen am kritischsten, während die Unter-49-Jährigen sich gerne stärker bei der Definition ihrer individuellen Privatsphären-Einstellung involvieren würden.

Wissen

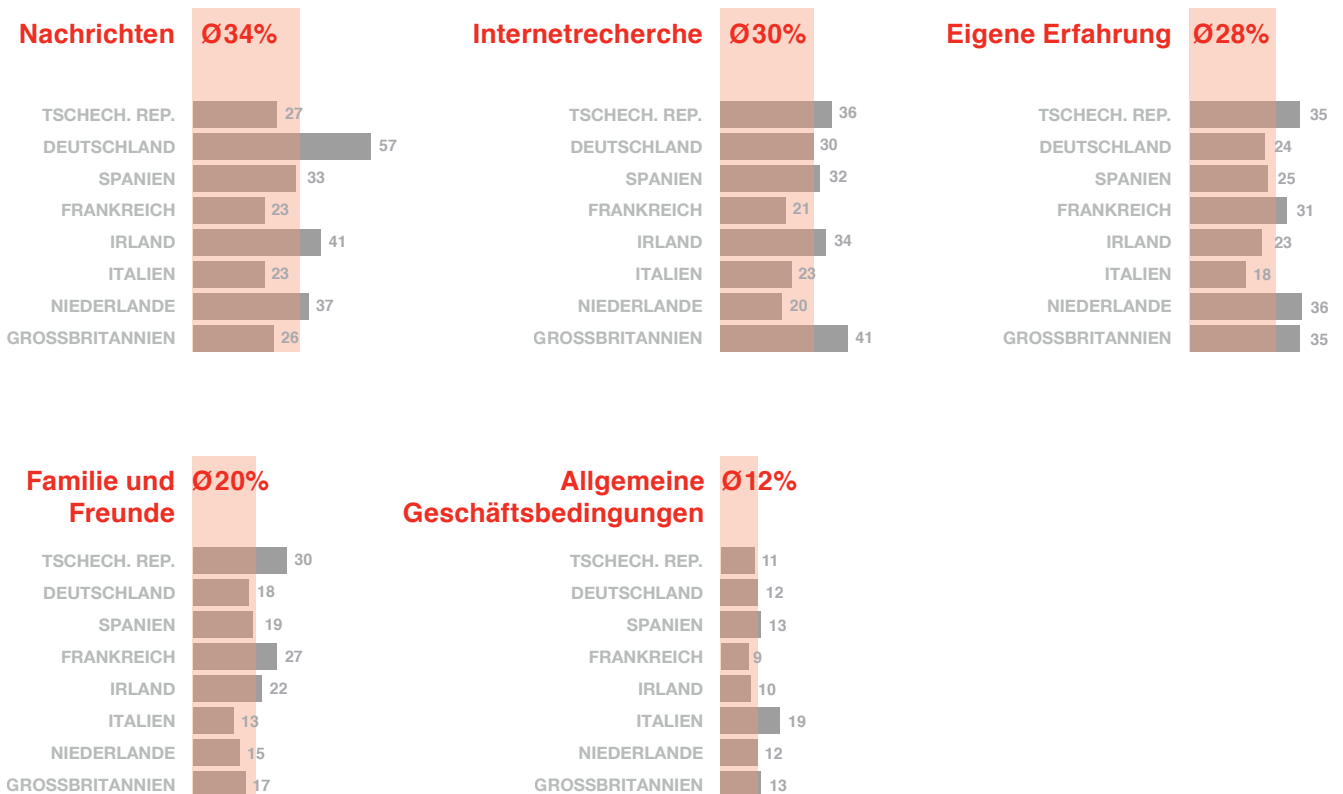
Viele Organisationen und Unternehmen haben das Ziel, ihre Produkte zu verbessern sowie ihren Service an Kundenbedürfnisse anzupassen und sammeln daher heutzutage große Mengen digitaler Informationen über ihre Nutzer. Dies ist kein neues Phänomen, doch durch das schnelle Wachstum des Internets, erhöhte Datenspeicherkapazitäten und verbesserte Datenanalyse entwickeln sich ständig neue Wege, um die Möglichkeiten für Datensammlung und -verarbeitung auszubauen.

Obwohl viele Menschen täglich ihre Daten teilen, haben sie häufig wenig Wissen darüber, was mit diesen Daten eigentlich passiert. Ein Ziel der vorliegenden Studie war es daher herauszufinden, woher Menschen ihr Wissen

über die Sammlung und Nutzung von persönlichen Daten beziehen. Konsumenten ziehen verschiedene Quellen zu Rate, um sich über die sie betreffende Datensammlung und -verwendung durch Organisationen zu informieren. Nachrichten und Medien stellen dabei die Hauptinformationsquelle dar. Rund ein Drittel der Befragten erlangt hierdurch sein Wissen – insbesondere geben dies die Deutschen an (57 Prozent). Als zweithäufigste Quelle wird von den hier befragten Europäern die Internetrecherche genannt (30 Prozent), wobei Ältere und Personen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss deutlich weniger von dieser Informationsquelle Gebrauch machen (60+ Jahre: 15 Prozent, niedriger Abschluss: 14 Prozent).

Woher beziehen Sie Ihr Wissen über die Datensammlung?

Dargestellter Prozentsatz = „ja“



Woher haben Sie das Wissen über die Datensammlung? Mehrfachantwort. Basis: Teil der Befragten (n = 4.134).

Nur 12%

der Befragten sagen, dass sie die allgemeinen Geschäftsbedingungen lesen, um sich über die Sammlung und Nutzung ihrer persönlichen Daten zu informieren.

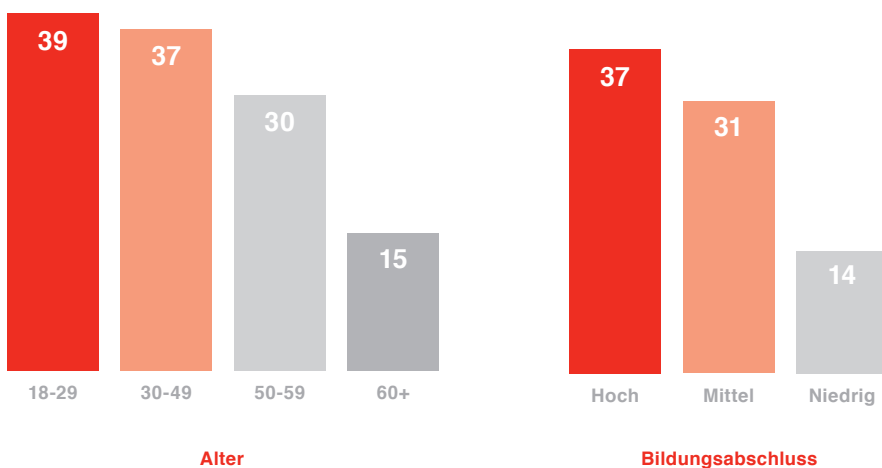
Weiter geben die befragten Personen an, ihr Wissen über die Sammlung persönlicher Daten durch eigene Erfahrung mit der Nutzung von Diensten (28 Prozent) sowie auch über Freunde und Familie (20 Prozent) zu erhalten. Die am wenigsten genutzte Informationsquelle sind mit nur 12 Prozent die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Anbieters eines Internetdienstes.

„Wenn

man sich auf einer Homepage registrieren möchte, muss man all diesen Punkten zustimmen, ansonsten kann man sich schlicht nicht registrieren.“

TEILNEHMER FOKUSGRUPPE QUALITATIVE BEFRAGUNG

Internetrecherche als Wissensquelle über Datensammlung nach Alter und Bildungsabschluss

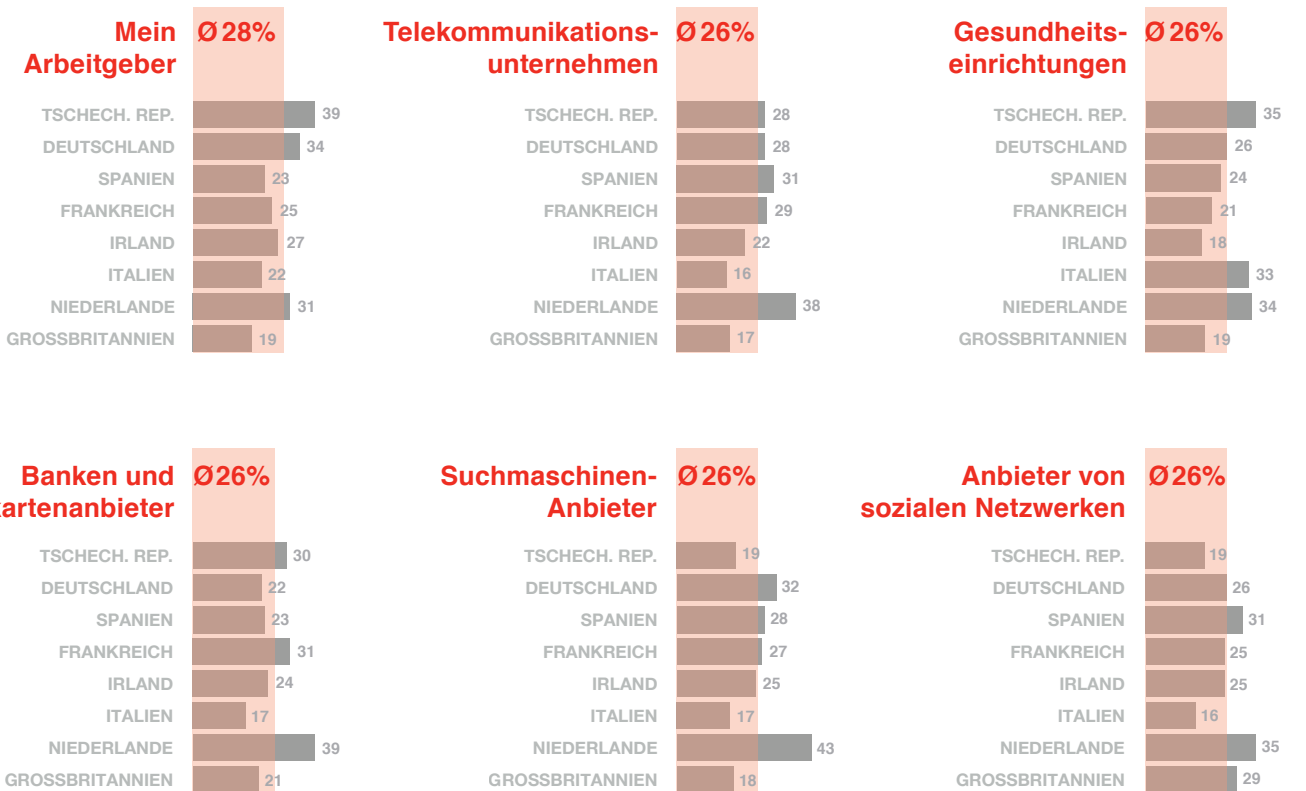


Woher haben Sie das Wissen über die Datensammlung? Mehrfachantwort.
Basis: Teil der Befragten (n = 4.134).

Wissen

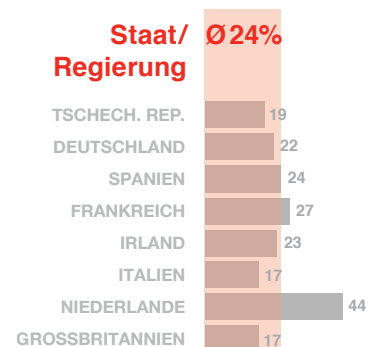
Wie viel wissen Sie über die Datensammlung und -nutzung der folgenden Einrichtungen?

Dargestellter Prozentsatz = „sehr viel“ + „viel“



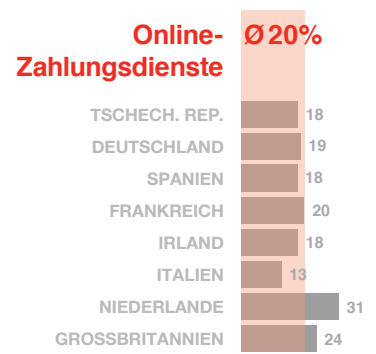
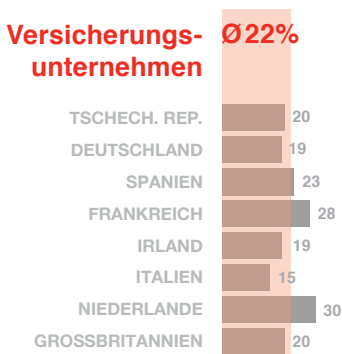
Weniger

als ein Viertel der befragten Europäer sieht sich darüber informiert, wie die Regierung mit ihren Daten umgeht (24 Prozent).



Es wird deutlich, dass sich nur wenige der befragten Europäer über die Sammlung ihrer Daten durch verschiedene Organisationen ausreichend informiert fühlen. Am ehesten wissen die Menschen in diesem Zusammenhang noch über die Datenverwendung ihres Arbeitgebers Bescheid (28 Prozent geben an, hierüber sehr viel bzw. relativ viel zu wissen). Rund ein Viertel glaubt, über die Datensammlung durch Telekommunikationsanbieter, Gesundheitsorganisationen, Banken, Suchmaschinenanbieter und

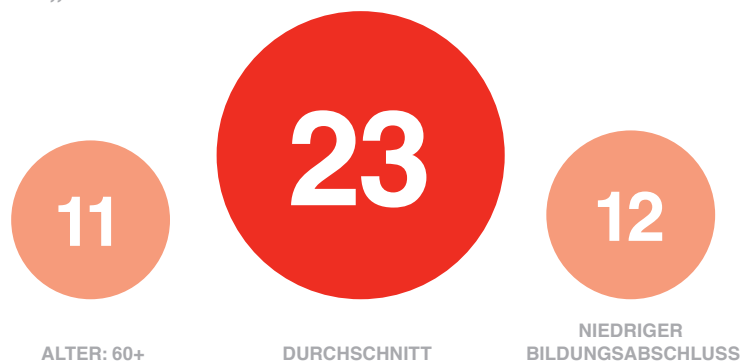
Anbieter sozialer Netzwerke informiert zu sein, wobei die Niederländer generell ein höheres Kenntnisniveau angeben, während demgegenüber Italiener hier zurückhaltender antworten. Nur ein knappes Viertel (24 Prozent) gibt an zu wissen, wie der eigene Staat mit persönlichen oder personenbezogenen Daten umgeht, nur einer von fünf Befragten fühlt sich über die Datensammlung und -nutzung durch Online-Shops (21 Prozent) und Online-Bezahldienste (20 Prozent) ausreichend informiert.



Einige Organisationen und Einrichtungen sammeln, speichern und analysieren persönliche Daten für verschiedene Zwecke. Wie viel wissen Sie über die Datensammlung und -nutzung der folgenden Einrichtungen? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Sehr viel“ bis 5 „Nichts“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen. Top 2 Boxen. Basis: Alle Befragten (n = 8.256).

Wahrgenommenes Wissen über Datensammlung und -nutzung über alle Institutionen nach Alter und Bildungsabschluss

Dargestellter Prozentsatz = „sehr viel“ + „viel“



Durchschnittliches Wissensniveau über Datensammlung und -nutzung über alle Institutionen. Prozentsatz der Befragten, welche „sehr viel“ oder „viel“ antworten. Basis: Alle Befragten (n = 8.256).

Die vorliegende Studie bestätigt frühere Untersuchungen zur digitalen Gesellschaft: Die digitale Souveränität des einzelnen Bürger steigt mit zunehmender Bildung: Je höher das

(formale) Bildungsniveau des Einzelnen, desto höher auch der subjektive Wissensstand über die Praxis der Datensammlung. Auch Jüngere fühlen sich hier besser informiert.

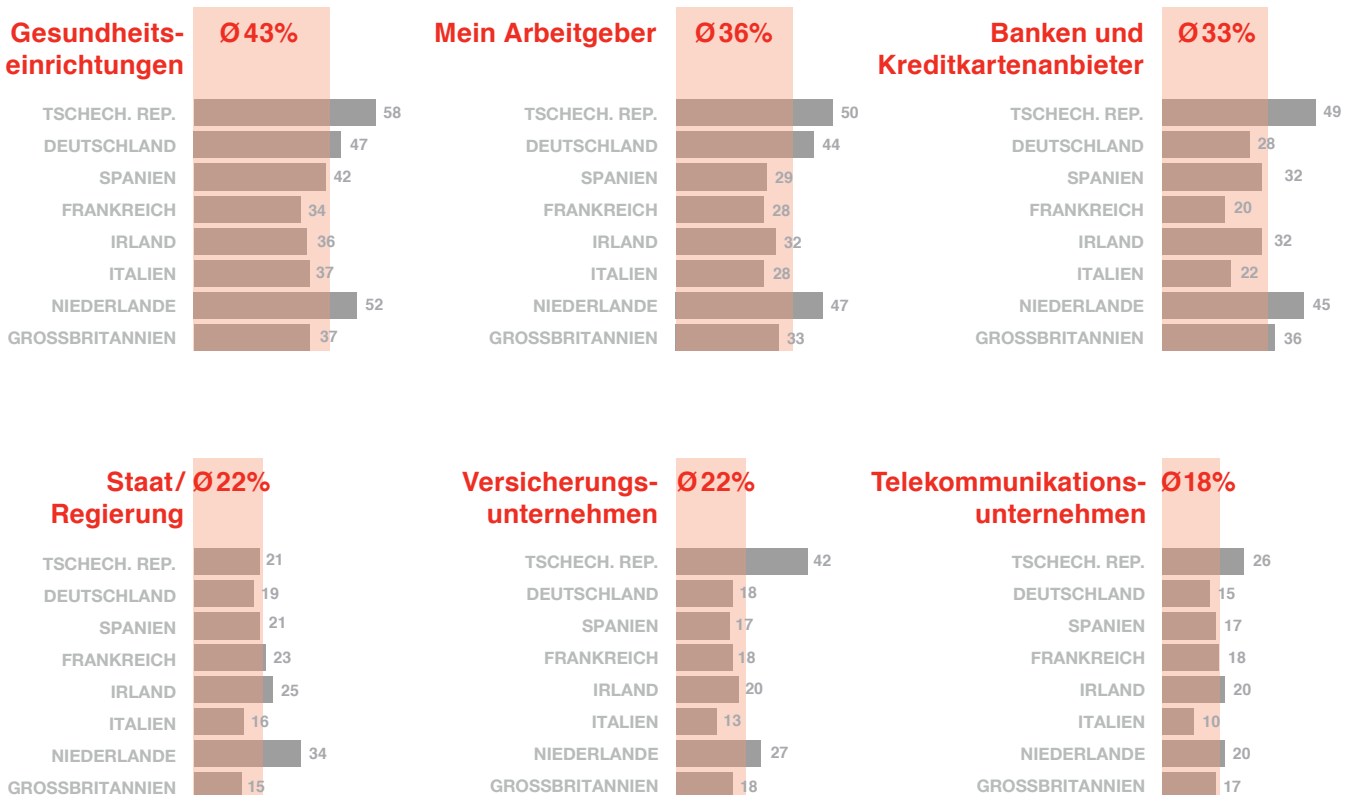
Vertrauen

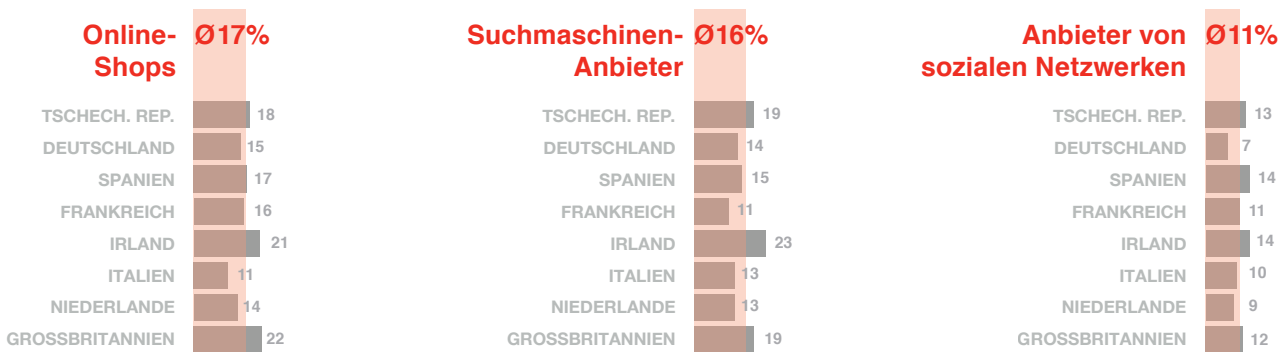
Die Basis einer stabilen und langfristigen Interaktion zwischen Bürgern und Institutionen, seien diese öffentlich oder privatwirtschaftlich, ist Vertrauen. Um das Vertrauen von Menschen hinsichtlich der Nutzung ihrer persönlichen Daten durch eine Organisation zu gewinnen, müssen insbesondere Letztere verantwortlich handeln.

So bestätigt die Studie zunächst eindeutig: Das Vertrauensniveau in Bezug auf die Nutzung von persönlichen Daten hängt stark von der Art der Institution ab. Die vorliegende Studie belegt, dass dieses Vertrauen derzeit generell als eher niedrig zu bewerten ist.

Wie groß ist Ihr Vertrauen in die nachstehenden Organisationen und Einrichtungen bezüglich der Nutzung Ihrer persönlichen Daten?

Dargestellter Prozentsatz = „sehr stark“ + „stark“





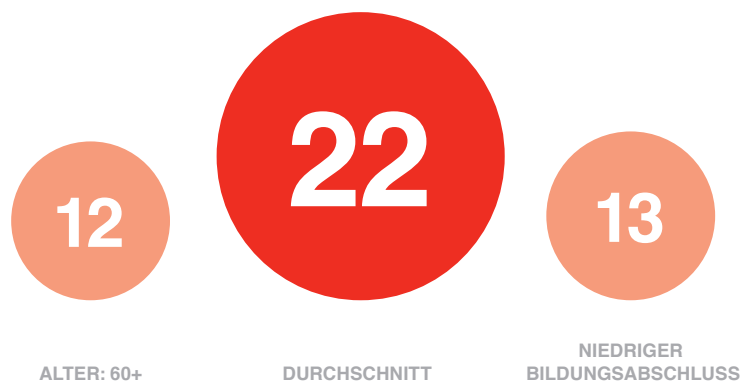
Wie groß ist Ihr Vertrauen in die nachstehenden Organisationen und Einrichtungen bezüglich der Nutzung Ihrer persönlichen Daten? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Sehr groß“ bis 5 „Überhaupt kein Vertrauen“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Top 2 Boxen. Basis: Alle Befragten (n = 8.256).

Im Detail zeigt sich: Am ehesten wird Gesundheitsinstitutionen vertraut: 43 Prozent glauben, dass diese ihre Daten sicher verwahren. 36 Prozent verlassen sich darauf, dass ihr Arbeitgeber korrekt mit den Daten umgeht und ein Drittel vertraut Banken und Kreditkartenanbietern. Gut eine von fünf Personen vertraut Regierung und Versicherern (je 22 Prozent) und Telekommunikationsanbietern (18 Prozent). Dabei sind Niederländer und Tschechen gegenüber diesen

Organisationen etwas unkritischer. Online-Anbieter stehen insgesamt am Ende dieses Rankings: Nur elf Prozent vertrauen sozialen Medien, gefolgt von Suchmaschinenanbietern (16 Prozent) und Online-Shops (17 Prozent). Sowohl Alter als auch Bildungsabschluss haben einen deutlichen Einfluss auf das Vertrauen: Mit steigendem Alter und geringerem formalen Bildungsniveau sinkt das durchschnittliche Vertrauensniveau.

Durchschnittliches Vertrauensniveau über alle Institutionen bezüglich der Nutzung von persönlichen Daten nach Alter und Bildungsabschluss

Dargestellter Prozentsatz = „sehr stark“ + „stark“



Durchschnittliches Vertrauensniveau über alle Institutionen bezüglich der Nutzung von persönlichen Daten. Prozentsatz der Befragten, welche „sehr stark“ oder „stark“ antworten. Basis: Alle Befragten (n = 8.256).

Vertrauen

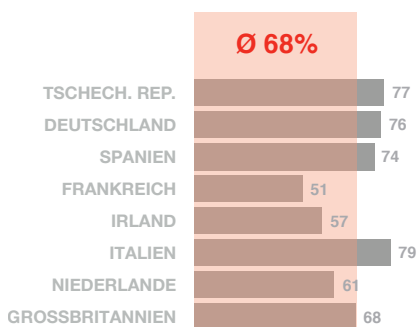
Der Erhalt oder Aufbau von Vertrauen wird von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. Auf Seiten der Anbieter ergeben sich damit verschiedene Möglichkeiten, um das Vertrauen der Menschen (Konsumenten/Bürger) im Hinblick auf die Sammlung und Verwendung ihrer persönlichen Daten zu entwickeln. Zunächst sollten Nutzer verstehen können, welche Daten von ihnen gesammelt werden und wie diese verwendet werden. Auch hier helfen eine einfache und klare Sprache und kurze AGB sehr,

Vertrauen zu gewinnen; über zwei Drittel der Befragten stimmen dieser Aussage zu (68 Prozent). Transparenz darüber, welche Daten gesammelt werden und wie diese genutzt werden, wird in der Liste der vertrauensbildenden Maßnahmen mit 64 Prozent am zweithäufigsten genannt. So können Organisationen diese Bedürfnisse zum Beispiel durch die Vermeidung von Kleingedrucktem fördern: 56 Prozent sagen, dass dies das Vertrauen erhöhen würde.

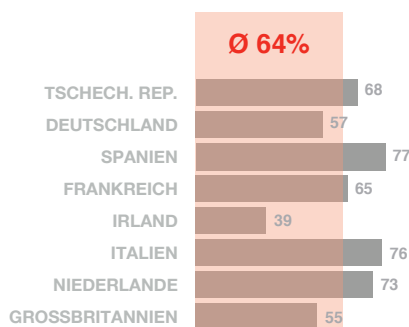
Wie könnte eine Organisation oder ein Unternehmen Ihr Vertrauen bezüglich der Nutzung Ihrer persönlichen Daten gewinnen?

Dargestellter Prozentsatz = „ja“

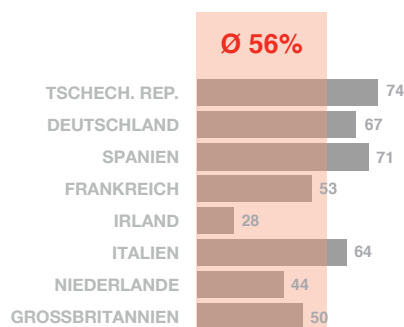
Einfache, klare Sprache sowie kurze und verständliche AGB



Transparenz bezüglich Datensammlung und -nutzung



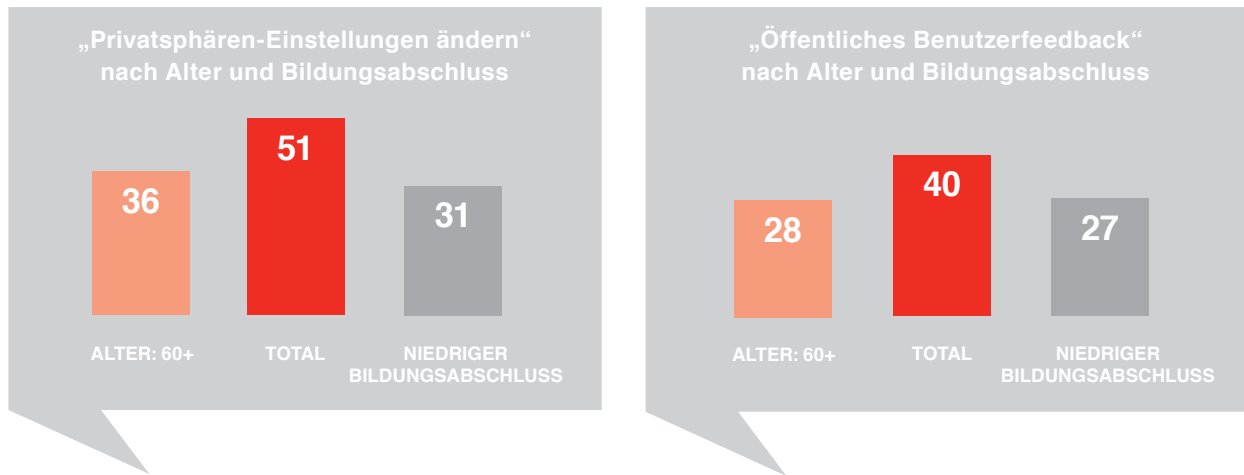
Vermeidung von Kleingedrucktem



Weiter verbinden über die Hälfte der Befragten (51 Prozent) Vertrauen in Institutionen mit der Möglichkeit, persönlich Einfluss auf die eigenen Privatsphären-Einstellungen zu haben. Eine andere Form der Ermächtigung von Nutzern stellt die Förderung von öffentlichem Feedback durch Nutzer dar, sie wird von 40 Prozent genannt.

Allerdings zeigen hier die älteren Generationen (60+ Jahre) und Menschen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss wenig Interesse. Eine bekannte Marke zu sein ist hingegen nicht ausreichend, um Vertrauen aufzubauen; nur ein gutes Drittel (34 Prozent) stimmt dieser Aussage zu.

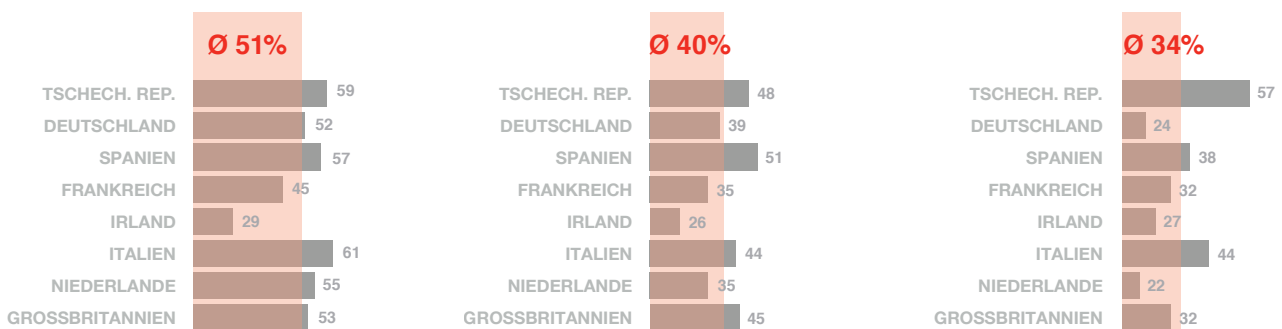
Möglichkeiten, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen



Möglichkeit, Privatsphären-Einstellungen zu ändern

Öffentliches Benutzerfeedback

Bekannte Marke



Wie könnte Ihrer Meinung nach eine Organisation oder ein Unternehmen Ihr Vertrauen bezüglich der Nutzung Ihrer persönlichen Daten gewinnen? Mehrfachantwort. Basis: Teil der Befragten (n = 4.140).

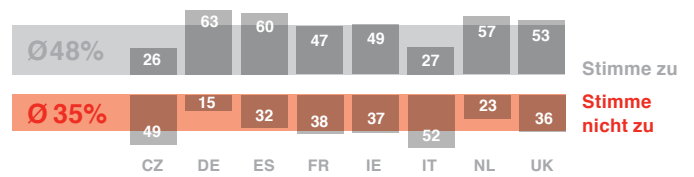
Über zwei Drittel

(68 Prozent) stimmen der Aussage zu, dass eine einfache und klare Sprache und kurze AGB sehr dabei helfen, Vertrauen zu gewinnen.

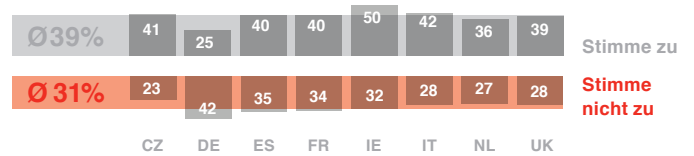
Einstellungen und Perspektiven

Wissensstand zum Umgang mit Daten in Unternehmen

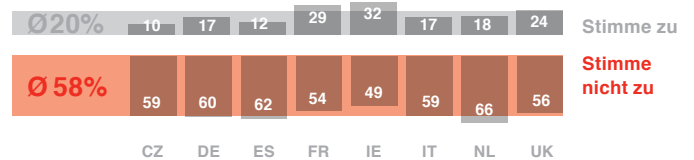
Ich weiß, dass Unternehmen, die kostenlose Dienste anbieten, meine Daten nutzen, um für die Produkte und Dienste von Drittunternehmen zu werben.



Heutzutage versuchen zunehmend mehr Unternehmen, ihren Kunden mehr Kontrolle über ihre Daten zu geben, indem sie über die Änderungsmöglichkeiten ihrer Privatsphären-Einstellungen informieren.



Ich weiß, wo und von wem meine persönlichen Daten gesammelt und gespeichert werden.



In welchem Maß stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen. Basis: Teilstichprobe (n = 4.514-8.256).

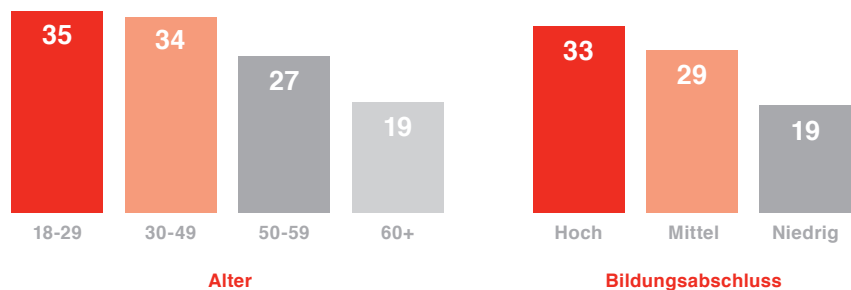
In der vorliegenden Studie wurden auch grundsätzliche Einstellungen zu Datennutzung und die subjektive Einschätzung des eigenen Wissensstands zum Umgang mit Daten in Unternehmen erhoben. Dieser Wissensstand ist zwischen den Ländern sehr unterschiedlich ausgeprägt. So ist sich knapp die Hälfte der befragten Europäer (48 Prozent) grundsätzlich darüber bewusst, dass kostenlose Services von Unternehmen zumeist mit einer Datensammlung für Werbezwecke gekoppelt sind. Vor allem in Deutschland und Spanien stimmen sechs von zehn Befragten dieser Aussage zu (63 bzw. 60 Prozent). Allerdings widerspricht über ein Drittel (35 Prozent) dieser Aussage. Die geringste Zustimmung hierzu kommt von Befragten aus Italien und der Tschechischen Republik (27 bzw. 26 Prozent Zustimmung).

Die Frage, ob Unternehmen ihren Nutzern heute ausreichend Kontrolle über ihre eigenen Daten geben, polarisiert zwischen den Befragten: Während 39 Prozent dieser Aussage zustimmen (in Irland sogar jeder Zweite), gestehen 31 Prozent der Befragten den Unternehmen keine erkennbaren Bemühungen zu und gut ein Viertel (26 Prozent) will keine klare Position einnehmen.

Der Befund mangelnder individueller digitaler Souveränität bestätigt sich auch hier: Nur zwei von zehn Befragten fühlen sich darüber informiert, wo und von wem die sie betreffenden Daten eigentlich gespeichert werden (20 Prozent), während deutlich mehr als die Hälfte (58 Prozent) angibt, dies nicht zu wissen.

„Durch mein Online-Verhalten und meine Privatsphären-Einstellungen habe ich die Kontrolle darüber, welche Informationen über mich gesammelt werden.“

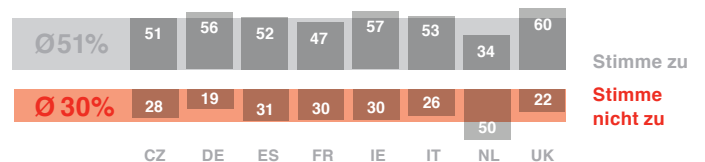
Dargestellter Prozentsatz = „stimme zu“



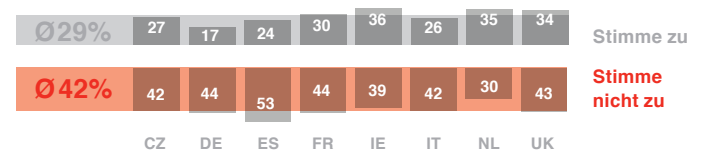
In welchem Maß stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.
Basis: Teilstichprobe (n = 4.514-8.256).

Datenschutz durch Online-Verhalten

Ich vermeide es, über sehr persönliche Dinge in E-Mails oder Textnachrichten zu schreiben, weil ich den Zugriff Dritter befürchte.



Durch mein Online-Verhalten und meine Privatsphären-Einstellungen habe ich die Kontrolle darüber, welche Informationen über mich gesammelt werden.



In welchem Maß stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen. Basis: Teilstichprobe (n = 4.514-8.256).

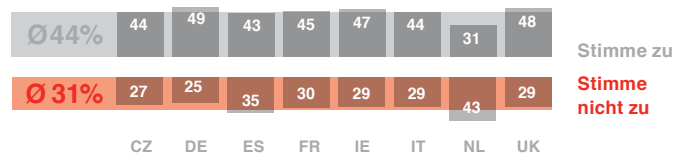
Die Sorge davor, dass unbekannte Dritte auf die von Diensteanbietern gespeicherten persönlichen Daten zugreifen könnten, ist groß. Über die Hälfte der Befragten (51 Prozent) vermeidet es nach eigener Aussage, über Privates in E-Mails oder Textnachrichten zu schreiben. Vor allem Briten (60 Prozent) und Deutsche (56 Prozent) zeigen sich besorgt, während die Hälfte der Niederländer (50 Prozent) weniger skeptisch ist und sich nicht in ihrem Schreibverhalten einschränkt.

Mit 29 Prozent gibt weniger als ein Drittel der befragten Europäer an, durch das eigene Onlineverhalten oder die Privatsphären-Einstellungen ein Gefühl der Kontrolle über seine Daten zu haben. 42 Prozent geben explizit an, keine Kontrolle über ihre Daten zu haben. Nur wenige Deutsche und Spanier fühlen sich diesbezüglich sicher (17 bzw. 24 Prozent), das gleiche gilt für ältere Personen über 60 Jahren und Personen mit einem niedrigen formalen Bildungsabschluss (jeweils 19 Prozent).

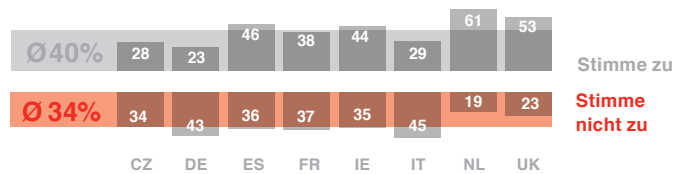
Einstellungen und Perspektiven

Umgang mit allgemeinen Geschäftsbedingungen

Ich lese die allgemeinen Geschäftsbedingungen, bevor ich Apps oder Programme herunterlade.



Ich akzeptiere die Allgemeinen Geschäftsbedingungen ungelesen und nutze Online-Dienste, ohne die jeweiligen Datenschutz-Bestimmungen zu kennen.



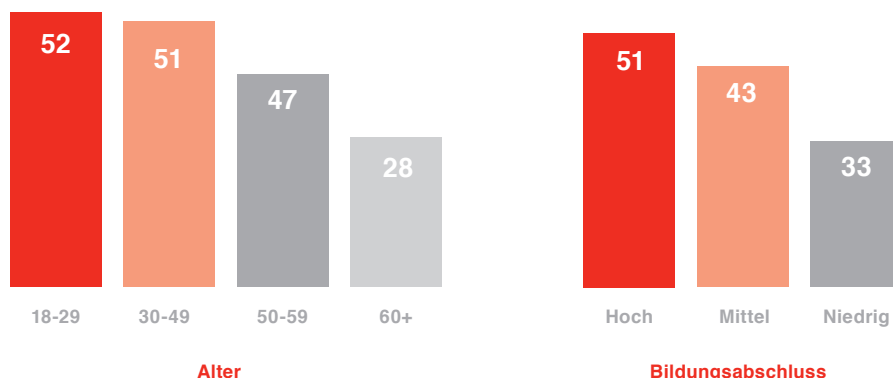
In welchem Maß stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Basis: Teilstichprobe (n = 4.514-8.256).

In den allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) werden Nutzer darüber informiert, welche Informationen von ihnen gesammelt und wie diese verwertet werden. Von den Befragten geben 44 Prozent an, die Bedingungen zu lesen, bevor sie von Anbietern Programme oder Apps herunterladen. Geringer und deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt sind hier die Anteile der Niederländer (31 Prozent), der Personen über 60 Jahre (28 Prozent) und

der Menschen mit einem niedrigen Bildungsabschluss (33 Prozent). Viele Personen stimmen den AGB zu, ohne diese im Vorfeld genau durchgelesen zu haben: vier von zehn Nutzern (40 Prozent) verwenden einen Online-Service, ohne genau geprüft zu haben, was mit ihren Daten passieren wird – allerdings widerspricht ein Drittel der Befragten (34 Prozent) dieser Aussage. Deutliche Unterschiede zeigen sich im Ländervergleich: Lediglich

„Ich lese die allgemeinen Geschäftsbedingungen, bevor ich Apps oder Programme herunterlade“

Dargestellter Prozentsatz = „stimme zu“



In welchem Maß stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Basis: Teilstichprobe (n = 4.514-8.256).

23 Prozent der Deutschen und 28 Prozent der Tschechen geben an, den AGB zuzustimmen, ohne sich über die Datenschutz-Bestimmungen zu informieren, während sechs von zehn Niederländern (61 Prozent) angeben, dies zu tun.

In Anbetracht der Entwicklungen der letzten Jahre, wie zum Beispiel dem internationalen Terrorismus oder aber der zunehmend in das öffentliche Bewusstsein gerückten Internetkriminalität, haben Vorratsdatenspeicherung und Überwachung durch den Staat an Bedeutung zugenommen. Um konkrete Gefahren abzuwehren, könnte der Zugriff auf Privatdaten Strafverfolgungsbehörden dabei helfen, in kritischen Situationen adäquat und schnell zu reagieren.

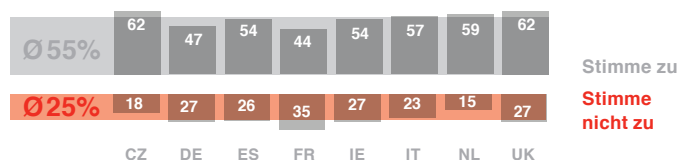
Über alle acht Länder hinweg stimmt durchschnittlich über die Hälfte der befragten Personen (55 Prozent) der Aussage zu, dass dem Staat zur Erhaltung der Sicherheit im eigenen Land der Zugriff auf die persönlichen Daten seiner Bürger gestattet sein sollte. Demgegenüber lehnt ein Viertel (25 Prozent) dies ab, während sich 19 Prozent enthalten. Vor allem Engländer und Tschechen befürworteten den Datenzugriff (je 62 Prozent), viele Franzosen stimmen dagegen (35 Prozent Ablehnung).

Über
die Hälfte der Befragten (55 Prozent) stimmt der Aussage zu, dass dem Staat zur Erhaltung der Sicherheit im eigenen Land der Zugriff auf persönliche Daten gestattet sein sollte.

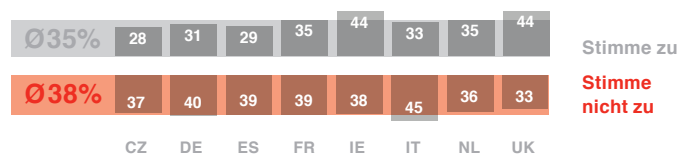
Die Wahrung der Privatsphäre ist vor dem Hintergrund der Digitalisierung eine neue und hoch komplexe Aufgabe für den Rechtsstaat geworden. Hier ist kritisch zu hinterfragen, ob existierende Gesetze und staatliche Regulierung der analogen Welt für den Schutz der Privatsphäre in der digitalisierten Welt noch angemessen sind. Die heterogenen Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen, dass auch die Bürger in Europa diesen existierenden Zwiespalt wahrnehmen: So stimmt etwas über ein Drittel der Befragten (35 Prozent) der Aussage zu, dass die existierenden Gesetze diesbezüglich adäquat sind, während über ein Drittel (38 Prozent) widerspricht. Ein Viertel hat hierzu keine klare Meinung.

Staatliche Regulierung und Gesetze bezüglich der Datennutzung

Regierungen haben einen legitimen Anspruch darauf, den Zugang zu persönlichen Daten anzufordern, um das Land vor Straftaten und Terrorismus zu schützen.



Ich vertraue darauf, dass die bestehenden Gesetze und Regierungsbestimmungen hinsichtlich des Schutzes meiner Privatsphäre angemessen sind.



In welchem Maß stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu? Bitte nutzen Sie die Skala von 1 „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen. Basis: Teilstichprobe (n = 4.514-8.256).

Datenschutz

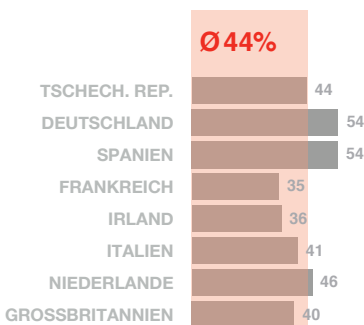
Als häufigste Maßnahme zum Schutz ihrer persönlichen Daten nennen die befragten Europäer das Löschen bzw. Blockieren von Cookies (44 Prozent). Insgesamt ist das Meinungsbild dazu in Europa allerdings als heterogen zu bezeichnen: Deutsche und Spanier liegen hier über dem Durchschnitt, Franzosen und Iren deutlich darunter. Wichtig ist aus Sicht der Bevölkerung auch das Anhalten eines Downloads bei Anforderung der Eingabe persönlicher Daten (41 Prozent). Vor allem Spanier sehen hierin eine adäquate Maßnahme, Franzosen hingegen weniger.

Fast ein Drittel (31 Prozent) aller Befragten gibt an, die Bekanntgabe des echten Namens und weiterer persönlicher Daten zu meiden. Tschechen liegen hier deutlich über dem Durchschnitt (50 Prozent), Niederländer darunter (18 Prozent). Eine weitere Maßnahme zum Schutz der eigenen Daten ist der Verzicht auf soziale Medien (31 Prozent). Andere Möglichkeiten, die angegeben werden, sind der Verzicht auf Online-Shopping (24 Prozent) und bei einem kleineren Teil der Befragten (15 Prozent) die Nutzung spezieller E-Mail-Programme, die Nachrichten verschlüsseln können.

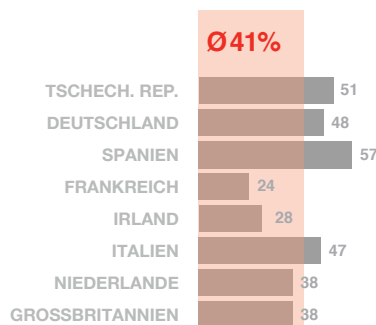
Wie schützen Sie Ihre persönlichen Daten?

Dargestellter Prozentsatz = „ja“

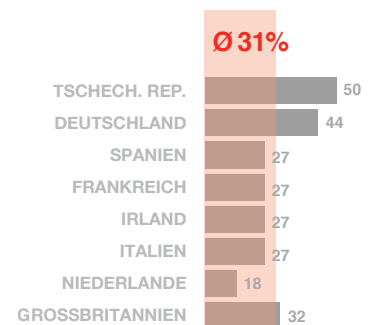
Ich lösche oder blockiere Cookies auf meinem Computer.



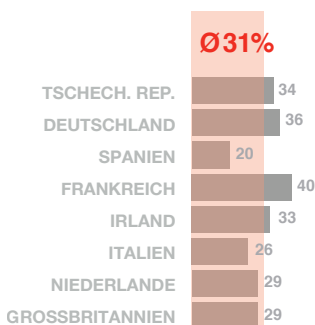
Ich habe den Download einer App/ eines Online-Spiels abgebrochen, da der Zugriff auf meine persönlichen Daten erforderlich war.



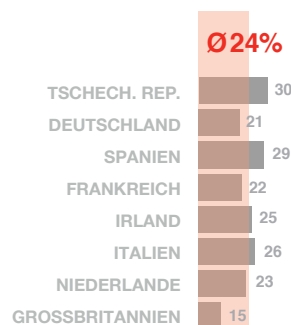
Ich vermeide die Nutzung meines richtigen Namens und anderer persönlicher Details



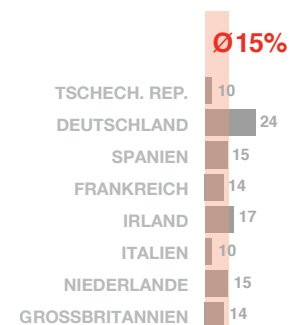
Ich vermeide die Nutzung von sozialen Netzwerken.



Ich kaufe nicht online ein.



Ich nutze einen besonderen E-Mail-Account, der meine Nachrichten verschlüsselt.



Wie schützen Sie Ihre persönlichen Daten? Mehrfachantwort. Basis: Alle Befragten (n = 8.256).

Einstellung zu Big Data

Über die Hälfte aller Befragten (55 Prozent) gibt an, eher Geld für die Nutzung eines Service bezahlen zu wollen anstatt persönliche Daten vom Anbieter sammeln und nutzen zu lassen. Bei der Altersgruppe der 18 bis 29-Jährigen hält sich diese Präferenz zwischen „Geld zahlen“ und „Daten zur Verfügung stellen“ nahezu die Waage. Vergleicht man die Länder miteinander, so zeigt sich, dass Niederländer und Franzosen diesbezüglich eher freizügig mit ihren Daten umgehen. Italiener und Spanier hingegen bevorzugen nach eigenen Angaben klar, für einen Dienst zu zahlen.

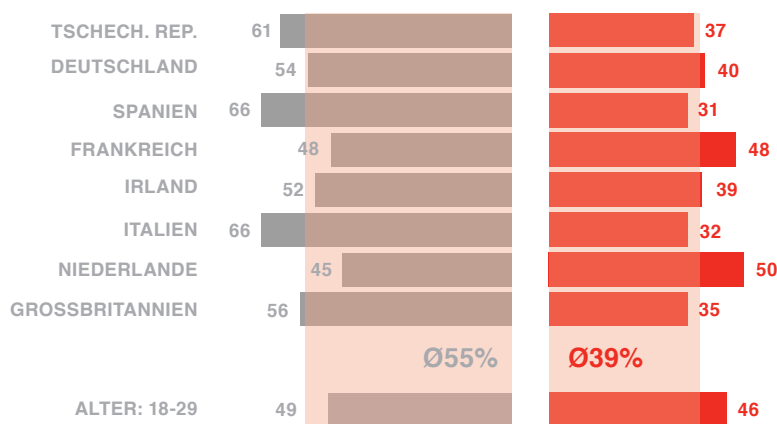
Laut einer deutschen Studie von IfD Allensbach¹ nutzen mobile Internetnutzer knapp drei Mal so häufig kostenlose Apps im Vergleich zu kostenpflichtigen. Dies ist ein Indiz dafür, dass in der Realität aktuell noch sehr viele Menschen Apps und Dienste nutzen, ohne dafür zu zahlen und dafür häufig auch die Nutzung der eigenen Daten durch die Anbieter letztlich in Kauf nehmen – zum Teil auch mangels Alternativen.

Über

die Hälfte aller befragten Europäer (55 Prozent) gibt an, eher Geld für die Nutzung eines Service bezahlen zu wollen anstatt es zuzulassen, dass persönliche Daten vom Anbieter gesammelt und genutzt werden dürfen (39 Prozent).

¹ IfD Allensbach, 2015. Allensbacher Computer- und Technik-Analyse - ACTA 2015. Quelle: <http://www.ifd-allensbach.de/acta/> (letzter Zugriff: 12.2015).

Nutzung von Online-Diensten – mit Geld oder mit Daten zahlen?



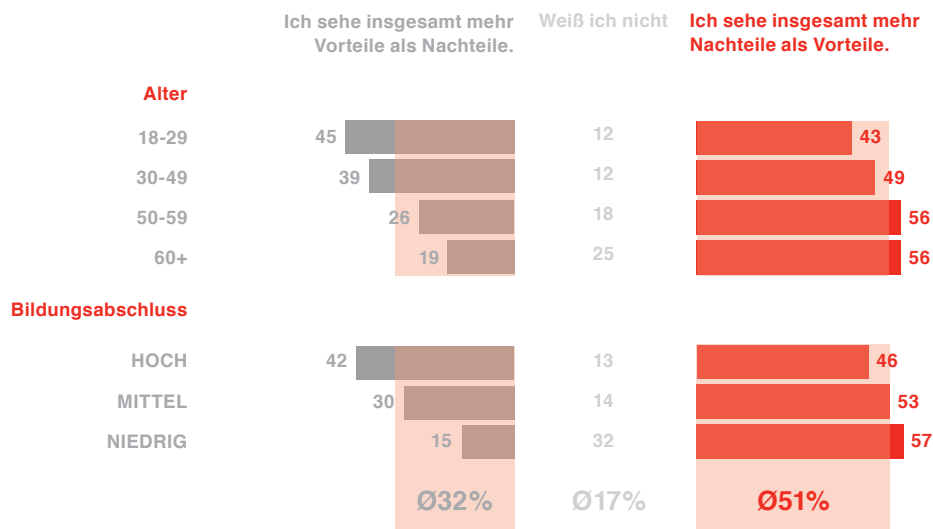
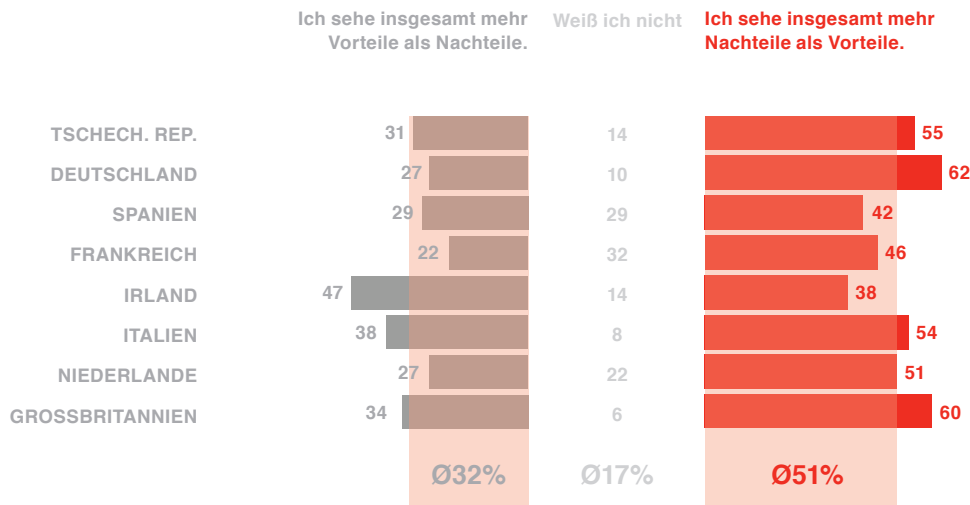
Generell zahle ich lieber für einen Dienst, als dem Anbieter zu erlauben, meine persönlichen Daten für Werbezwecke zu verwenden.

Generell zahle ich lieber nicht für einen Dienst – aber ich weiß, dass der Anbieter daraufhin einige meiner persönlichen Daten für Werbezwecke sammelt und verwendet.

Wenn Sie einen digitalen Dienst nutzen (z. B. E-Mail, Apps), welche der nachstehenden Möglichkeiten bevorzugen Sie? Fehlende Werte auf 100%: keine Angabe. Basis: Internetnutzer (n = 6.979).

Einstellung zu Big Data

Vor- und Nachteile von „Big Data“



Durch die Nutzung von Internet oder Mobiltelefon ergeben sich neue Möglichkeiten, Daten zu sammeln, zu analysieren und zu vergleichen („Big Data“). Diese Daten tragen zur Verbesserung von Produkten und Services, zur Förderung von akademischer Forschung, zur Bekämpfung von Krankheiten oder zur Lösung sozialer Probleme bei. Es wird allerdings bemängelt, dass diese immense Sammlung und Analyse von personenbezogenen Daten Risiken birgt. Wie denken Sie über das Big Data-Phänomen? Basis: Alle Befragten (n = 8.256).

„Ich glaube,

dass viele Menschen die Vorteile sehen und alles andere vergessen.“ TEILNEHMER FOKUSGRUPPE QUALITATIVE BEFRAGUNG

32%

aller Befragten erkennen mehr Vorteile als Nachteile in Big Data.

Rund die Hälfte aller Befragten (51 Prozent) sieht im Phänomen Big Data mehr Nachteile, während knapp ein Drittel (32 Prozent) mehr Vorteile erkennt. 17 Prozent geben an, es nicht einschätzen zu können. Im europäischen Vergleich stehen lediglich die Iren mehrheitlich Big Data positiv gegenüber (47 Prozent Vorteile vs. 38 Prozent Nachteile). In allen anderen Ländern – insbesondere in Deutschland (27 Prozent vs. 62 Prozent) – überwiegt die kritische Haltung der Befragten.

Die 18 bis 29-Jährigen nehmen Big Data tendenziell positiver wahr, mit zunehmendem Alter nimmt die Skepsis dann stark zu. Ein ähnliches Bild zeigt sich beim Bildungsniveau der Befragten: Während formal höher Gebildete noch zu nahezu gleichen Teilen Vorteile und Nachteile von Big Data sehen, überwiegen bei Menschen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen eindeutig die Nachteile – zusätzlich ist sich in dieser Gruppe rund ein Drittel unschlüssig, was es generell vom Big-Data-Phänomen halten soll.

Szenarien

► Im Rahmen des quantitativen Teils der Studie wurden vier verschiedene Szenarien zu Datennutzung und Big-Data-Analysen abgefragt und bewertet:



Vernetzte Autos, GPS, Mobilität



Gesundheit, Klinische Diagnostik



E-Commerce, Einkaufen, Kundenkarten



Intelligente Verbrauchsmessung, Intelligente Haustechnik

► Jedem Teilnehmer wurde mindestens eines der vier Szenarien präsentiert.

► Das Szenario beschreibt eine Situation im Alltag, die durch die Nutzung von Big Data beeinflusst werden kann. Jedes Szenario wurde durch eine kurze Beschreibung eingeleitet.

► In jedem Szenario erhielten die Teilnehmer fünf bis sechs Aussagen und Situationen und wurden darum gebeten, zu beurteilen wie wohl sie sich mit diesen fühlen.

► Diese Aussagen/Situationen stellen unterschiedliche Niveaus von Datennutzung und Eingriffe in die Privatsphäre dar.



Vernetzte Autos, GPS, Mobilität

Autos generieren aufgrund der komplexen Elektroniksysteme eine große Datenmenge, die häufig für Diagnosezwecke genutzt wird, um zu überprüfen, ob das Auto problemlos fährt oder eine Reparatur fällig ist. Angesichts der generierten Datenmenge, wie wohl fühlen Sie sich mit der folgenden Nutzung der Daten?

Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien?

Fühle mich sehr wohl Fühle mich wohl Neutral Fühle mich nicht wohl Das sollte nicht erlaubt sein

Der Autohersteller nutzt Daten wie den Gesamtzustand des Autos und Ihr Fahrverhalten, um das Serviceangebot zu optimieren und das Funktionieren Ihres Autos zu verbessern.



Die Hersteller von Navigationssystemen nutzen Ihre generierten Daten für Echtzeit-Verkehrsanalysen und individuelle Verkehrsempfehlungen.



Ihre Daten werden Ihrer Gemeinde oder dem Staat zur Verfügung gestellt, um das Straßennetzwerk, den Verkehrsfluss und die öffentliche Verkehrsinfrastruktur zu verbessern.



Ihre Daten werden zur Identifizierung von Verkehrsverstößen mit der Polizei geteilt.



Ihr Versicherungsunternehmen nutzt Ihre Daten zur Erstellung von individuellen, auf Ihrem Fahrverhalten basierenden Angeboten oder Prämien.



Ihre Daten werden von einem der oben genannten Unternehmen anonymisiert und zusammengefasst an Dritte verkauft.



Autos generieren aufgrund der komplexen Elektroniksysteme eine große Datenmenge, die häufig für Diagnosezwecke genutzt wird, um zu überprüfen, ob das Auto problemlos fährt oder eine Reparatur fällig ist. Angesichts der generierten Datenmenge, wie wohl fühlen Sie sich mit der folgenden Nutzung der Daten? Fehlende Werte auf 100%: keine Angabe. Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.625).

Szenarien

Digitalisierung durchdringt den Alltag der Menschen auch zunehmend in verschiedenen Situationen der individuellen, täglichen Mobilität. Automobilhersteller, Anbieter von Ortungsdiensten, Reiseanbieter bis hin zur öffentlichen Hand: Sie alle nutzen Datenaggregation und -analyse. Je nach persönlichem Nutzen befürworten die Befragten die neuen Entwicklungsmöglichkeiten, wobei die Zustimmung zum Teil verhalten ist.

43 Prozent der befragten Europäer können sich damit anfreunden, dass der Gesamtzustand des Autos und das eigene Fahrverhalten verwendet werden, um Service und Fahrzeug zu optimieren. Hier stechen vor allem Spanier als besondere Befürworter hervor, zwei Drittel fühlen sich mit dem Szenario wohl (67 Prozent), während nicht einmal ein Viertel der Deutschen sich damit anfreunden kann (22 Prozent).

27%

der Befragten fühlen sich wohl damit, dass Versicherungen ihre Daten nutzen, um individuelle Angebote entsprechend dem eigenen Fahrverhalten anzubieten.

Etablierte Anwendungen von Navigationssystemen, die auf Basis von Mobilitätsdaten optimierte Routen aufzeigen, werden von mehr als der Hälfte der Befragten befürwortet (55 Prozent). Die Datenweitergabe an öffentliche Instanzen zur Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur hingegen wird etwas weniger positiv bewertet, hier fühlen sich nur 45 Prozent der Befragten wohl. Während sich vor allem Italiener (61 Prozent) und Spanier (58 Prozent) für dieses Konzept begeistern, zeigen vor allem Deutsche eine deutlich geringere Zustimmung (26 Prozent).

Deutlich mehr Gegner als Befürworter findet die Nutzung von persönlichen Daten durch die Polizei für die Aufklärung von Verkehrsverletzungen. Weniger als ein Drittel der Befragten fühlt sich mit dieser Vorstellung wohl (29 Prozent), die Hälfte hingegen äußert sich negativ (50 Prozent), wobei 20 Prozent dafür plädieren, dass die Nutzung nicht erlaubt werden sollte. Auch hier zeigen sich vorrangig Italiener (47 Prozent) aufgeschlossen, während Deutsche mit 13 Prozent Zustimmung die niedrigste Akzeptanz aufweisen. Ähnliche Abneigung erfährt das Konzept, persönliche Verkehrsdaten an Versicherungen zur Anpassung der Beiträge weiterzugeben. Auch hier stimmt fast die Hälfte der Befragten dagegen, wobei sich 16 Prozent dafür aussprechen, dass dies nicht erlaubt werden sollte.

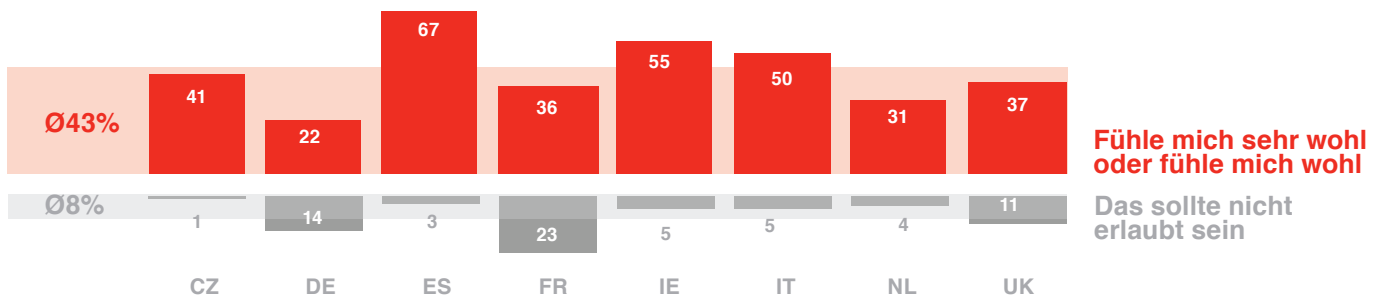
Die geringste Akzeptanz mit lediglich elf Prozent Zustimmung zeigen die Befragten bezüglich des Verkaufs von persönlichen Verkehrsdaten an Dritte, auch wenn diese anonymisiert und aggregiert sind. Jeder Vierte (41 Prozent) spricht sich für ein Verbot aus, über ein Drittel (37 Prozent) fühlt sich unwohl damit.

„Wenn

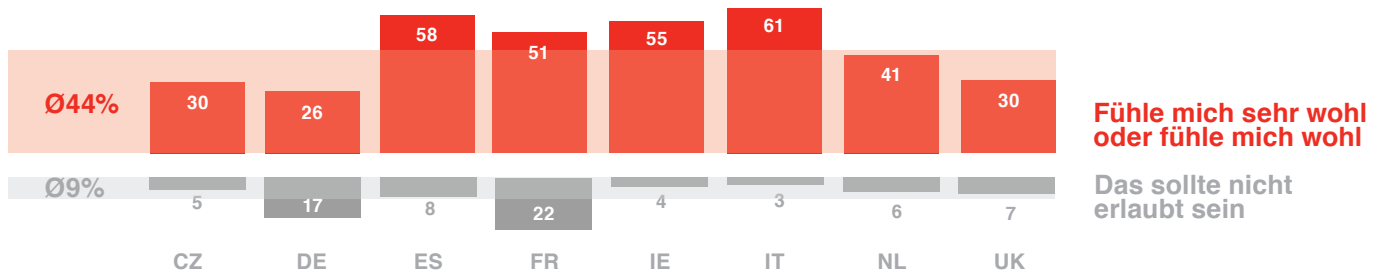
man von einem Ort zum anderen fährt, ist es einfacher mit einer Karte die einem zeigt, wie der Verkehr sich entwickelt und einem hilft, die Route anzupassen...das könnte das Fahren in der Stadt einfacher machen.“

TEILNEHMER FOKUSGRUPPE QUALITATIVE BEFRAGUNG

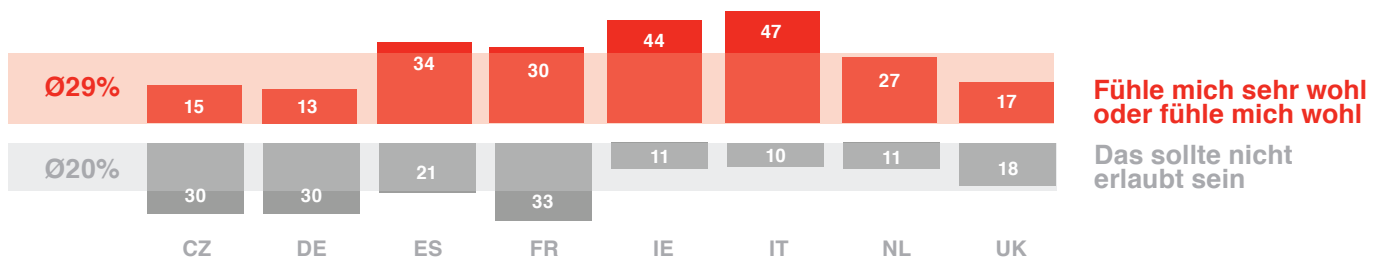
Der Autohersteller nutzt Daten wie den Gesamtzustand des Autos und Ihr Fahrverhalten, um das Serviceangebot zu optimieren und das Funktionieren Ihres Autos zu verbessern.



Ihre Daten werden Ihrer Gemeinde oder dem Staat zur Verfügung gestellt, um das Straßennetzwerk, den Verkehrsfluss und die öffentliche Verkehrsinfrastruktur zu verbessern.



Ihre Daten werden zur Identifizierung von Verkehrsverstößen mit der Polizei geteilt.



Autos generieren aufgrund der komplexen Elektroniksysteme eine große Datenmenge, die häufig für Diagnosezwecke genutzt wird, um zu überprüfen, ob das Auto problemlos fährt oder eine Reparatur fällig ist. Angesichts der generierten Datenmenge, wie wohl fühlen Sie sich mit der folgenden Nutzung der Daten? Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.625).

Szenarien



E-Commerce, Einkaufen, Kundenkarten

Stellen Sie sich vor, Sie kaufen regelmäßig in einem Geschäft ein oder nutzen die Kundenkarte eines Geschäfts. In Zusammenhang damit haben Sie der Kontaktaufnahme durch das Unternehmen zugestimmt.

Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien?

Fühle mich sehr wohl Fühle mich wohl Neutral Fühle mich nicht wohl Das sollte nicht erlaubt sein

Das Geschäft nutzt die gesammelten Daten für die Verbesserung des Services oder Produkt-Portfolios und für die Anpassung an Kundenwünsche.



Das Geschäft nutzt die gesammelten Daten, um Ihnen auf Grundlage Ihres bisherigen Einkaufsverhaltens individualisierte (Aktions-)Angebote zu schicken.



Das Geschäft verkauft Ihre Daten zu Werbe- und Marketingzwecken an Dritte.

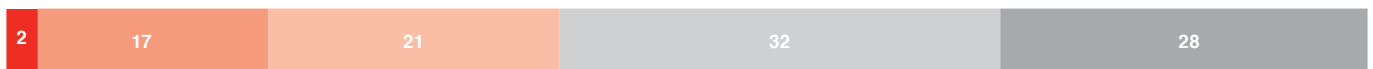


Das Geschäft erkennt anhand der gesammelten Daten Veränderungen in Ihrem Leben (z. B. Geburt eines Kindes) und bietet Ihnen entsprechende Produkte an.



Fühle mich sehr wohl Fühle mich wohl Neutral Fühle mich nicht wohl Das sollte nicht erlaubt sein

Das Geschäft nutzt die gesammelten Daten über Ihr Einkaufsverhalten für die Schätzung Ihres Einkommens und bietet Ihnen entsprechende Produkte an.



Sie nutzen die Smartphone-App eines Geschäfts, z. B. einer Supermarkt-Kette. Die App ermittelt Ihren Standort und schickt Ihnen Sonderangebote oder Informationen, sobald Sie sich in der Nähe einer Filiale befinden.

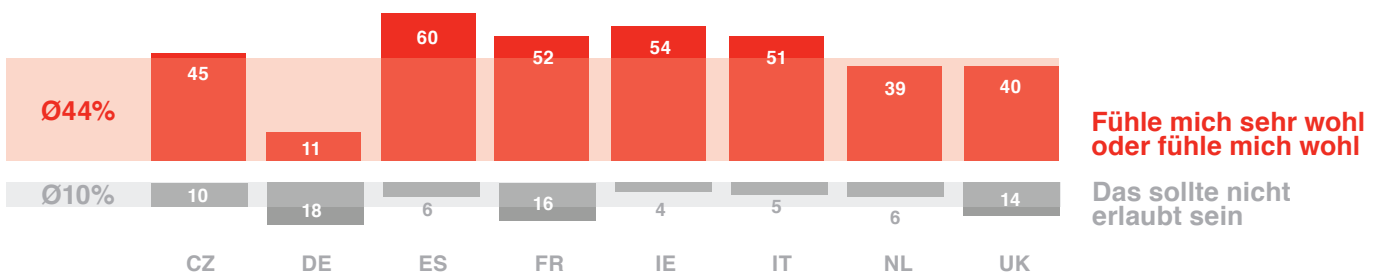


Stellen Sie sich vor, Sie kaufen regelmäßig in einem Geschäft ein oder nutzen die Kundenkarte eines Geschäfts. In Zusammenhang damit haben Sie der Kontaktaufnahme durch das Unternehmen zugestimmt. Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien? Fehlende Werte auf 100%: keine Angabe. Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.671).

Viele Konsumenten überlassen Unternehmen dann bereitwillig Daten zu ihrem Einkaufsverhalten, wenn sie einen persönlichen Nutzen erwarten können bzw. daraus ziehen können: Deutlich über 40 Prozent der Nutzer nehmen verbesserte, an die eigenen Bedürfnisse angepasste Services und Produkte (45 Prozent), aber auch personalisierte Angebote aufgrund des eigenen Einkaufsverhaltens (44 Prozent) positiv wahr und sind bereit, dafür ihre Daten zu geben. Auch hier zeigen sich deutliche Unterschiede in Europa: Während zum Beispiel personalisierte Angebote vor allem bei Spaniern beliebt sind (60 Prozent), fühlen sich damit nur wenige Deutsche wohl (elf Prozent). Dem Verkauf ihrer Daten an Dritte bringen die Befragten insgesamt eine

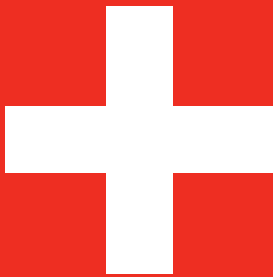
starke Abneigung entgegen, 45 Prozent plädieren hier für ein Verbot und 32 Prozent fühlen sich unwohl damit. Die Aggregation und Auswertung persönlicher Daten kann es Anbietern ermöglichen, Werbung gezielt den Kundenbedürfnissen anzupassen. Dieser Möglichkeit stehen die Befragten aber eher kritisch gegenüber. Knapp ein Drittel fühlt sich unwohl, wenn Geschäfte auf Basis persönlicher Daten auf Lebensereignisse (31 Prozent) oder das Einkommen (32 Prozent) schließen. Ungefähr ein Viertel plädiert hier für ein Verbot (23 bzw. 28 Prozent). Weniger Anklang findet auch die Möglichkeit, auf Basis einer App von einem Geschäft standortbezogen Angebote zu erhalten, sobald man sich der Filiale nähert (28 Prozent).

Das Geschäft nutzt die gesammelten Daten, um Ihnen auf Grundlage Ihres bisherigen Einkaufsverhaltens individualisierte (Aktions-)Angebote zu schicken.



Stellen Sie sich vor, Sie kaufen regelmäßig in einem Geschäft ein oder nutzen die Kundenkarte eines Geschäfts. In Zusammenhang damit haben Sie der Kontaktaufnahme durch das Unternehmen zugestimmt. Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien? Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.671).

Szenarien



Gesundheit, Klinische Diagnostik

Experten zufolge kann die Sammlung und Analyse von Patientendaten die Medizinforschung grundlegend verändern und verbessern. Die Entwicklung neuer und verbesserter Behandlungen könnte zahlreichen Patienten zugutekommen. Gegen diese Datenerhebung sprechen jedoch die Risiken und die potenziellen Nachteile für Einzelpersonen. Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien? Stellen Sie sich vor, Ihre Gesundheitsdaten werden mit anderen Unternehmen wie z. B. Versicherungsunternehmen, Fitnessstudios oder anderen Gesundheits- und Lifestyle-Einrichtungen geteilt.

Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien?

Fühle mich sehr wohl Fühle mich wohl Neutral Fühle mich nicht wohl Das sollte nicht erlaubt sein

Eine große Menge an anonymisierten Gesundheitsdaten wird von Gesundheitseinrichtungen [...] gesammelt und analysiert, um die Erkennung und Behandlung von Krankheiten verbessern zu können.



Sie gewähren diesen Einrichtungen Zugriff auf Ihre Gesundheitsdaten, solange sie zusammengefasst, anonymisiert und ausschließlich zu statistischen/Forschungszwecken genutzt werden.



Sie gewähren diesen Einrichtungen Zugriff auf Ihre Gesundheitsdaten und vertrauen auf eine angemessene Speicherung und Behandlung.



Sie gestatten diesen Einrichtungen, Ihre Daten als persönliche und identifizierbare Daten zu speichern und zu analysieren, da dies helfen könnte, Krankheiten zu heilen, unter denen Sie und andere möglicherweise leiden.



Würden Sie Ihrer Versicherung Zugriff auf Ihre Gesundheits- und Fitnessdaten gewähren, damit Ihr Versicherungsbeitrag entsprechend Ihrem Gesundheitszustand und Fitnessniveau angepasst werden könnte (d. h. der Beitrag würde sich an Ihrem Lebensstil orientieren)?



Würden Sie gerne nach der Analyse Ihrer Gesundheits- und Fitnessdaten mittels eines besonderen Gesundheitsprogramms oder einer Smartphone-App Empfehlung für einen gesünderen Lebensstil und der Vorbeugung von Krankheiten erhalten?

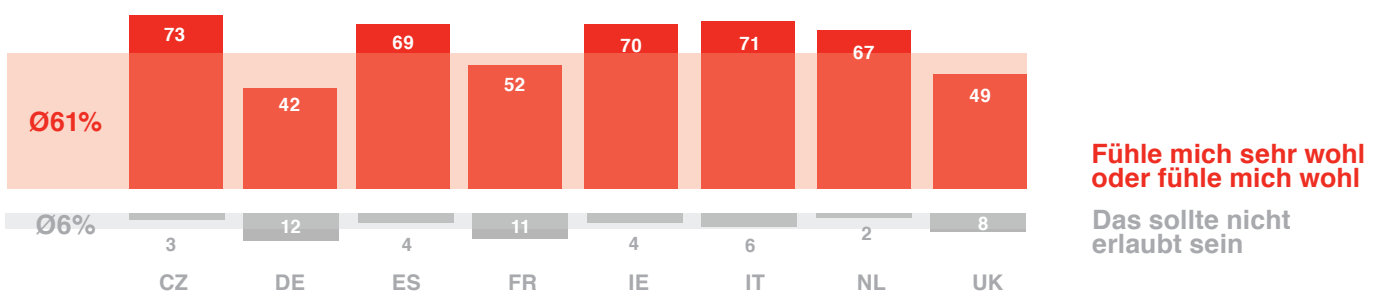


Experten zufolge kann die Sammlung und Analyse von Patientendaten die Medizinforschung grundlegend verändern und verbessern. Die Entwicklung neuer und verbesserter Behandlungen könnte zahlreichen Patienten zugutekommen. Gegen diese Datenerhebung sprechen jedoch die Risiken und die potenziellen Nachteile für Einzelpersonen. Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien? // Stellen Sie sich vor, Ihre Gesundheitsdaten werden mit anderen Unternehmen wie z. B. Versicherungsunternehmen, Fitnessstudios oder anderen Gesundheits- und Lifestyle-Einrichtungen geteilt. Fehlender Wert bis 100%: keine Angabe. Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.650).

Für Verbesserung und Fortschritt der medizinischen Versorgung bietet die Digitalisierung insbesondere im Kontext von Big Data vollkommen neue Möglichkeiten, etwa in den Bereichen Diagnose, Prävention und Intervention. Grundvoraussetzung ist hier, dass die Gesundheitsforschung persönliche Gesundheitsdaten sammelt und analysiert. Dies erkennt auch die Mehrheit der Befragten in Europa: Zwei Drittel der Befragten (65 Prozent) fühlen sich mit diesem Szenario wohl, das Gleiche gilt für den Zugriff auf eigene Gesundheitsdaten, solange diese aggregiert und anonymisiert werden (61 Prozent). Etwa die Hälfte der Befragten (52 Prozent) geht davon aus, dass die eigenen Daten sicher von den Gesundheitsinstitutionen gespei-

chert werden und würde die Daten diesen Institutionen vertrauensvoll zur Verfügung stellen. Ungefähr ebenso viele Bürger (53 Prozent), insbesondere 18-29-Jährige, würden sogar persönliche und identifizierbare Daten zur Verfügung stellen, um eigene oder anderer Menschen Krankheiten (besser) heilen zu können. Allerdings: Ihrer Versicherung würden 72 Prozent der Befragten keinen Zugang zu den eigenen Daten geben, wenn diese die Beiträge dem eigenen Lebensstil entsprechend anpasst. Auch die Verwendung von Programmen oder Apps, die auf Basis gesammelter Daten Gesundheitsempfehlungen geben, wird von einem Großteil (59 Prozent) abgelehnt.

Sie gewähren [...] Zugriff auf Ihre Gesundheitsdaten, solange sie zusammengefasst, anonymisiert und [...] zu Forschungszwecken genutzt werden.



Experten zufolge kann die Sammlung und Analyse von Patientendaten die Medizinforschung grundlegend verändern und verbessern. Die Entwicklung neuer und verbesserter Behandlungen könnte zahlreichen Patienten zugutekommen. Gegen diese Datenerhebung sprechen jedoch die Risiken und die potenziellen Nachteile für Einzelpersonen. Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien? Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.650).

Szenarien



Intelligente Verbrauchsmessung, Intelligente Haustechnik

In vielen Ländern wurden intelligente Zähler in Wohnhäusern installiert. Sie senden dem Energieunternehmen automatisch den Stromverbrauch. Wäre ein solches Gerät bei Ihnen installiert, wie wohl würden Sie sich mit den folgenden Szenarien fühlen? Neben anderen Geräten sind nun ebenfalls programmierbare Thermostate erhältlich, die ferngesteuerte Beleuchtung, Heizung und Ein- und Ausschalten von Geräten ermöglichen. Wie wohl fühlen Sie sich angesichts dessen mit den folgenden Szenarien?

Wie wohl fühlen Sie sich mit den folgenden Szenarien?

Fühle mich sehr wohl Fühle mich wohl Neutral Fühle mich nicht wohl Das sollte nicht erlaubt sein

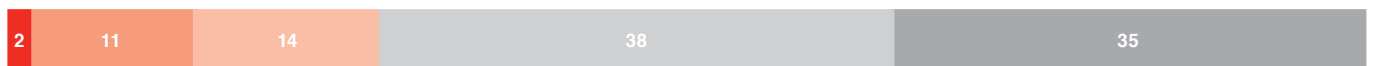
Der intelligente Zähler misst den täglichen Verbrauch präzise und stellt eine entsprechende Rechnung aus.



Ihr Stromanbieter nutzt die generierten Daten für individuelle, auf Ihrem Verbrauch basierende Tarifangebote und Hinweise zum Energieverbrauch.



Ihr Stromanbieter verkauft Ihre Daten anonymisiert und gesammelt an Dritte.



Mittels der bei der Gerätenutzung generierten Daten erkennt die Software, wann Sie zu Hause sind, wann Sie schlafen gehen oder wann Sie im Urlaub sind und passt Heizung und/oder Beleuchtung entsprechend an.



Die Software des Thermostats verfolgt Ihren Standort und beginnt mit dem Heizvorgang, sobald Sie sich in Ihrem Auto in der Nähe Ihres Zuhauses befinden.



Intelligente Zähler für die Heizung sind eine gute Sache, weil sie dabei helfen, Ihren Energieverbrauch zu ermitteln und die Umwelt zu schützen, indem der Verbrauch natürlicher Ressourcen reduziert wird.



In vielen Ländern wurden intelligente Zähler in Wohnhäusern installiert. Sie senden dem Energieunternehmen automatisch den Stromverbrauch. Wäre ein solches Gerät bei Ihnen installiert, wie wohl würden Sie sich mit den folgenden Szenarien fühlen? // Neben anderen Geräten sind nun ebenfalls programmierbare Thermostate erhältlich, die ferngesteuerte Beleuchtung, Heizung und Ein- und Ausschalten von Geräten ermöglichen. Wie wohl fühlen Sie sich angesichts dessen mit den folgenden Szenarien? // Intelligente Zähler für die Heizung sind eine gute Sache, weil sie dabei helfen, Ihren Energieverbrauch zu ermitteln und die Umwelt zu schützen, indem der Verbrauch natürlicher Ressourcen reduziert wird. Fehlende Werte auf 100%: keine Angabe. Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.653).

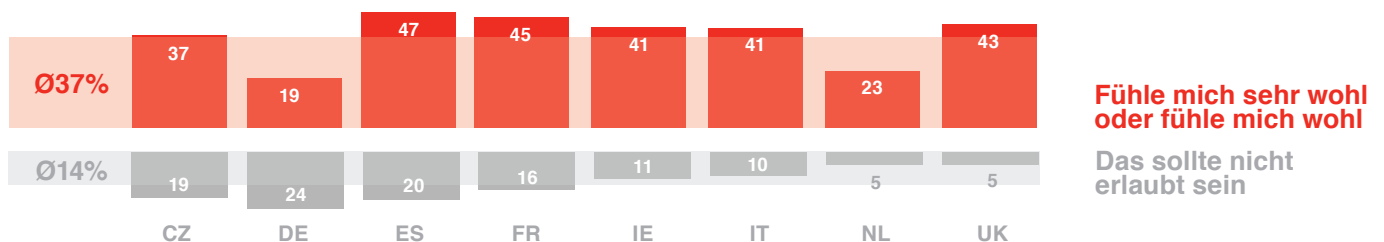
Das Internet der Dinge, d. h. die „intelligente“ Vernetzung vieler Dinge des täglichen Lebens, durchdringt zunehmend unseren Alltag; dies geht weit über die Vernetzung von Computern und Smartphones hinaus. Ein Beispiel sind intelligente Haushaltsgeräte, die über das Internet mit dem eigenen Smartphone, miteinander, mit dem Hersteller oder externen Dienstleistern kommunizieren können. Ein weiteres bekanntes Beispiel sind intelligente Strom-, Gas- und Wasser-Zähler (Smart Meter), die bereits in einigen Haushalten Einzug gehalten haben.

Die exakte Messung und die damit verbundene Abrechnung des täglichen Energieverbrauchs eines Haushalts durch solch einen Smart Meter wird von ungefähr der Hälfte aller befragten Europäer befürwortet (47 Prozent). Dasselbe gilt für spezielle Tarife und Empfehlungen entsprechend dem eigenen Energieverbrauch durch den Stromversorger (50 Prozent Zustimmung). Den Verkauf von Daten an Dritte hingegen empfindet ein Großteil als unangenehm

(38 Prozent) – mehr als ein Drittel ist der Ansicht, es solle verboten werden (35 Prozent). Durch den Einsatz programmierbarer Thermostate ergibt sich die Möglichkeit, Haushaltsgeräte an den eigenen Lebensrhythmus anzupassen. Dabei können die Geräte die Daten aggregieren, auswerten und selbständig entsprechend der Bedürfnisse und Gewohnheiten der Nutzer beispielsweise Heiz- und Lichtsteuerung anpassen. Während sich über ein Drittel der Befragten (37 Prozent) mit diesem Konzept wohlfühlt, stehen etwas mehr Personen (40 Prozent) dem negativ gegenüber. Ähnlich polarisiert die folgende Situation (je 37 Prozent Zustimmung und Ablehnung): Die Software des Thermostats erfasst den Standort der Person und schaltet die Heizung an, sobald man sich dem Haus nähert.

Rund zwei Drittel der Befragten sehen in intelligenten Stromzählern die Möglichkeit, den eigenen Energieverbrauch kritisch zu durchleuchten und die Umweltbelastung zu reduzieren.

Mittels der bei der Gerätenutzung generierten Daten erkennt die Software, wann Sie zu Hause sind, wann Sie schlafen gehen oder wann Sie im Urlaub sind und passt Heizung und/oder Beleuchtung entsprechend an.



Neben anderen Geräten sind nun ebenfalls programmierbare Thermostate erhältlich, die ferngesteuerte Beleuchtung, Heizung und Ein- und Ausschalten von Geräten ermöglichen. Wie wohl fühlen Sie sich angesichts dessen mit den folgenden Szenarien? Basis: Befragte, die das Szenario beantworteten (n = 2.653).

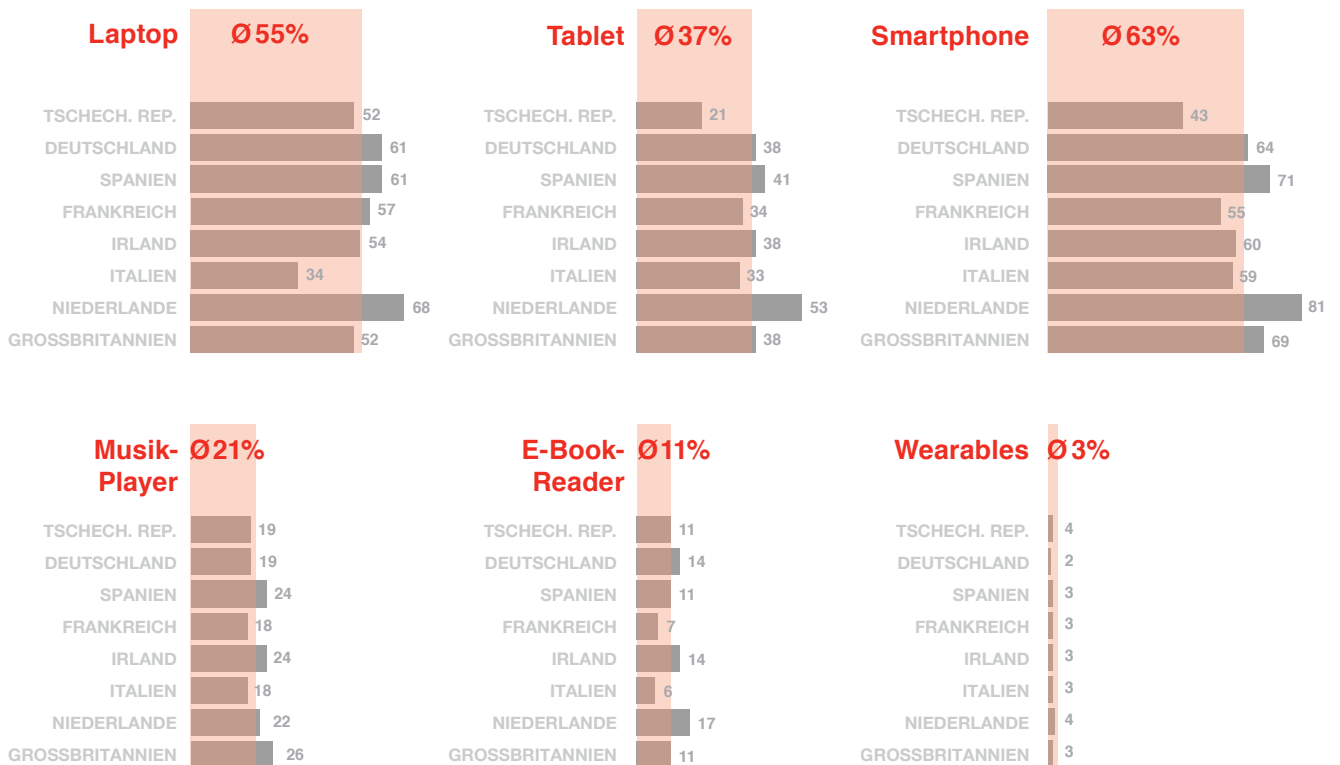
Gerätenutzung

Smartphones sind unter den befragten Europäern die beliebtesten mobilen Endgeräte: Beinahe zwei von drei Befragten geben an, diese zu besitzen oder zu verwenden (63 Prozent). Mehr als die Hälfte nutzt Laptops (55 Prozent), gefolgt von Tablets mit einer Nutzungsquote von 37 Prozent. Einer von zehn Befragten gibt an, mit einem

E-Book-Reader zu lesen und nur drei Prozent, Wearables zu tragen. Im Ländervergleich scheinen vor allem Niederländer mobile Endgeräte überdurchschnittlich einzusetzen, während Italiener selten Laptops verwenden (34 Prozent) und Tschechen weniger häufig Tablets (21 Prozent) und Smartphones (43 Prozent).

Welche der folgenden elektronischen Mobilgeräte nutzen Sie für private und/oder berufliche Zwecke?

Dargestellter Prozentsatz = „ja“



Welche der folgenden elektronischen Mobilgeräte nutzen Sie für private und/oder berufliche Zwecke? Mehrfachantwort. Basis: Alle Befragten (n = 8.256).

Impressum

Herausgeber

Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation GmbH
Pariser Platz 6a
10117 Berlin

Vorsitzender des Beirats

Matthew Kirk

Geschäftsführung

Ingrid M. Haas, Thomas Holtmanns, Dr. Mark Speich

Projektleitung

Dr. David Deißner

Leitung Redaktion

Friedrich Pohl

Wissenschaftliche Assistenz

Vivian Weitzl

Forschung und redaktionelle Umsetzung

TNS Infratest, München

Layout

Interpol⁺ Studios, Hamburg, Berlin

🏠 www.vodafone-institut.de

f www.facebook.com/VodafoneInstitute

🐦 [@vf_institute](https://twitter.com/vf_institute)