



TNS Emnid
Political | Social

verbraucherzentrale

Bundesverband

Datenschutz im Verbraucheralltag

**Eine telefonische Befragung der
bundesdeutschen Bevölkerung
im Auftrag des
Verbrauchszentrale Bundesverbands**

Ergebnisbericht

Oktober 2014

Methodische Anlage der Untersuchung

Methode	Telefonbefragung (CATI ad hoc) - Dual-Frame (20 % Mobilfunk/ 80 % Festnetz)
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland
Stichprobe	n = 1.000
Erhebungszeitraum	1. bis 11. Oktober 2014

Die Ergebnisse in der Übersicht

Datenschutz im Verbraucheralltag: Schützenswerte Daten

- *Alle abgefragten Daten sind für mindestens drei Viertel der Verbraucher in Deutschland schützenswert, Kontodaten und Passwörter am häufigsten*
- *Insbesondere Internetnutzer sehen einen hohen Schutzbedarf für persönliche Daten, gleich welcher Art, gleichermaßen über alle Bevölkerungsgruppen hinweg*

Die Leichtigkeit, mit der Daten in unserer digitalisierten und vernetzten Welt gespeichert, kopiert und weitergeleitet werden können, stellt den Datenschutz in den verschiedensten Bereichen vor neue Herausforderungen. Wie schützenswert sind eigentlich unsere privaten Daten, von der eigenen Anschrift und Telefonnummer über eigene Videos und Fotos bis hin zu den eigenen Kontodaten? Gibt es nach Ansicht der Verbraucher schützenswerte und weniger schützenswerte Daten?

Die vorliegende Untersuchung zeigt deutlich, dass die Verbraucher in Deutschland eine solche Unterscheidung nicht machen: Alle abgefragten Daten sind für die große Mehrheit der Bundesbürger sehr oder eher schützenswert. Die persönlichen Kontodaten und Passwörter werden von 94 bzw. 90 Prozent zwar am häufigsten genannt, jedoch werden auch alle anderen genannten Datenarten von mindestens drei Viertel der Verbraucher in Deutschland als sehr oder eher schützenswert, von jeweils einer Mehrheit sogar als „sehr schützenswert“ betrachtet. Am häufigsten auch hier die eigenen Kontodaten und Passwörter („sehr schützenswert“: 88 Prozent bzw. 83 Prozent).

Dieses Bild unterscheidet sich auch kaum, wenn man die verschiedenen Bevölkerungsgruppen miteinander vergleicht: Zwar ist der Anteil derjenigen, die die eigenen Daten als schützenswert einstufen, etwa bei den über 60-Jährigen auf den ersten Blick durchweg deutlich geringer als bei den Jüngeren, allerdings ist dies größtenteils der Tatsache geschuldet, dass der Anteil der Internetnutzer in dieser Altersgruppe deutlich geringer ist als bei den Jüngeren. Betrachtet man ausschließlich Internetnutzer, so finden sich über alle Altersgruppen hinweg kaum mehr nennenswerte Unterschiede. Lediglich bei Postanschrift und Telefonnummer, also bei Angaben, wie sie klassischerweise im Telefonbuch stehen, sind die über 60-jährigen Internetnutzer etwas weniger besorgt als die jüngeren (Postanschrift: 85 Prozent ggü. 98 Prozent der unter 30-Jährigen Internetnutzer / Telefonnummer: 81 ggü. 93 Prozent). Und die Jüngeren sind demgegenüber etwas sorgloser, was ihre E-Mail-Adresse angeht: 79 Prozent von Ihnen finden

diese sehr oder eher schützenswert, bei den über 40-Jährigen Internetnutzern sind es mit durchschnittlich 91 Prozent deutlich mehr, die dieser Ansicht sind.

Tendenziell setzen außerdem weibliche Internetnutzer die Schutzbedürftigkeit aller genannten Datentypen etwas höher an als männliche Internetnutzer (zwischen 2 und 11 Prozentpunkten). Besonders bei der eigenen E-Mail-Adresse zeigt sich dieser Unterschied (94 Prozent der Frauen ggü. 83 Prozent der Männer empfinden diese als schützenswert).

Allerdings ist zu bedenken, dass trotz dieser Unterschiede alle Werte auf sehr hohem Niveau angesiedelt sind. Immerhin sehen über alle Bevölkerungsgruppen hinweg 4 von 5 Internetnutzern die jeweiligen Daten als schützenswert an.