

Neue B·A·T Studie über das Leben in einer vernetzten Welt

ANGST VOR DEM DATENKLAU IM INTERNET:
FAST JEDER ZWEITE PC-NUTZER „VERZICHTET“ AUF DAS
SURFEN IM INTERNET

Immer mehr private Daten gehen um die Welt. Nichts gilt mehr als sicher, weil jeder PC-Nutzer Spuren im Internet hinterlässt. Ob Homebanking oder Onlineshopping – der gläserne Mensch wird Wirklichkeit. Die missbräuchliche Verwendung personenbezogener Daten bei Kauf- oder Bankgeschäften ist jederzeit möglich. Die Unsicherheit im Umgang mit den eigenen Daten entwickelt sich zum größten Hindernis für die Verwirklichung der politischen Forderung „Internet für alle“. Mehr als zwei von fünf Bundesbürgern (45%), die beruflich oder privat einen Computer nutzen, „verzichten“ freiwillig auf das Surfen im Internet, um Datensicherheitsmängeln aus dem Wege zu gehen. Und nur jeder vierte PC-Nutzer (25%) fühlt sich richtig darüber informiert, wie er die eigenen Daten wirksam schützen kann. Dies geht aus der neuen Studie „Der gläserne Konsument“ hervor, in der das Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco 2.000 Bundesbürger ab 14 Jahren repräsentativ nach ihrer Einschätzung zu Datenschutz und Schutz der Privatsphäre im Zeitalter des Internets befragt hat.

„Nicht Netzanschluss und Computerkompetenz entscheiden darüber, ob sich die Internetrevolution auf breiter Ebene durchsetzt“, so Institutsleiter Prof. Dr. Horst W. Opaschowski. „Es ist mehr die Angst der PC-Nutzer vor dem Datenklau im Internet“. Noch nie war der Zugriff auf die ganz persönlichen Daten des Bürgers so einfach wie heute. Das elektronische Netz ist zur größten Datensammelmaschine der Welt geworden. Es enthält Verbraucherdaten von der Kleidergröße bis zur Schuhnummer genauso wie Finanzdaten vom Bankauszug bis zur Steuererklärung.

Herausgeber

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH
Alsterufer 4
20354 Hamburg

Wissenschaftlicher Leiter

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

Kontakt

Dr. Ulrich Reinhardt
Telefon (040) 4151-2448
www.bat.de
freizeitforschung@bat.de

Ab ins Netz?

Der Vernetzungsgrad der deutschen Bevölkerung

Jeder fünfte Bundesbürger (22%) nutzt beruflich einen PC, jeder dritte (34%) privat zu Hause. Einen Internetzugang im Büro haben 12 Prozent der Bevölkerung. Und zu Hause kann jeder sechste Bundesbürger (17%) von Onlinediensten Gebrauch machen. Der Vernetzungsgrad der Bevölkerung sagt jedoch nur wenig über die tatsächliche Nutzungsintensität aus. Nur jeder vierte Bundesbürger (25%) nutzt „wenigstens einmal in der Woche“ den PC zu Hause. Im Internet surft lediglich jeder neunte private Verbraucher regelmäßig – wenn auch mit wachsender Tendenz (1996: 2% - 1998: 3% - 2000: 8% - 2001: 11%).

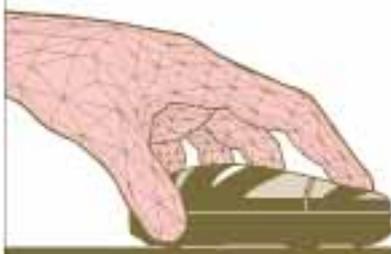
In den vergangenen Jahren haben Kommunikationsnetzwerke in einer Vielzahl von bundesdeutschen Haushalten ihren festen Platz bekommen. Nahezu unbemerkt wurde eine ständig wachsende Zahl von Menschen an ein Informationsnetz angeschlossen. Nach den Vorstellungen der Medienbranche soll die Anzahl der Personen und Haushalte, die über einen entsprechenden Netzzugang verfügen, in den kommenden Jahren noch weiter wachsen. Am Ende einer solchen gigantischen Ausbreitung wird dann über diese Kommunikationsnetzwerke ein ganzer Pool digitaler Medienangebote für jedermann abrufbar sein: Pay-TV, Online-Dienste, Homebanking und virtuelles Einkaufen. „Wird das Internet zur offenen Einladung für Datenmissbrauch?“, fragt Institutsleiter Opa-schowski. „Dem Schutz personenbezogener Daten – vom Jugendschutz bis zum Verbraucherschutz – kommt in Zukunft eine immer größere Bedeutung zu.“ Die Bürger werden derzeit massenhaft ans Netz angeschlossen („Internet für alle“). Genauso wichtig aber ist es, sie vorher auf breiter Ebene über damit einhergehende Risiken hinreichend zu informieren und aufzuklären.

Die Studie „Der gläserne Konsument. Die Zukunft von Datenschutz und Privatsphäre in einer vernetzten Welt“ ist gegen eine Schutzgebühr von DM 28,00 (€14,32) beim Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco (Germany) GmbH, Alsterufer 4, 20354 Hamburg zu beziehen (Telefon 040/4151 2288 – Telefax 040/4151 3231 – E-Mail Freizeitforschung@bat.de). Die Studie enthält Grafiken, Tabellen und Kommentare zum Vernetzungsgrad der Deutschen und informiert über die Einstellung der Bevölkerung zu Datenspeicherung und Datenschutz, Videoüberwachung und Datenmissbrauch.

Wie vernetzt sind die Deutschen?

Die Computerisierung des Alltags

Angaben in Prozent



Vernetzungsgrad im Büro

Arbeitsinstrument PC 22

Internetzugang 12

Vernetzungsgrad zu Hause

Freizeitmedium PC 34

Internetzugang 17

Nutzungsintensität zu Hause (= "wenigstens einmal in der Woche")

PC 25

Internet 11

E-Mail 11

5 Onlinebanking

2 Onlineshopping



Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren im März / April 2001 in Deutschland
British American Tobacco / Freizeit-Forschungsinstitut 2001 · www.bat.de

Inhalt

Vorwort	5
Teil I Im Visier der Hacker. Anlässe zum Nachdenken über Datensicherheit	9
Teil II Ab ins Netz? Der Vernetzungsgrad der deutschen Bevölkerung	19
1. Deutsche im Kreditkarten-Fieber. Barzahlung immer weniger gefragt	20
2. Geldkarten. Für viele noch ein ungewohntes Zahlungsmittel	21
3. „Big Brother“ lässt grüßen! Drei Viertel der Bevölkerung bejahen Überwachungskameras	22
4. Videoüberwachung der Innenstädte. Jeder zweite Bürger ist dafür	23
5. Grenzen der Videoüberwachung. Freiräume müssen bleiben	24
6. Freizeitmedium Computer. Jeder Dritte nutzt nach Feierabend den Computer	24
7. Arbeitsinstrument Computer. Vor allem Höhergebildete müssen mit dem PC arbeiten	25
8. Surfen am Arbeitsplatz. Ein Privileg für Leitende und Selbstständige	26
9. Surfen nach Feierabend. Nur jeder zweite PC-Nutzer ist wirklich „drin“	26
10. Datenklau im Internet. Bevölkerung schwankt zwischen Unsicherheit und Unwissenheit	27
11. Datenschutz-Wissen. Nur jeder vierte PC-Nutzer fühlt sich richtig informiert	28
12. Datenschutzbeauftragte? Drei Viertel der Bevölkerung haben noch nie etwas davon gehört	28
13. Was macht ein Datenschutzbeauftragter eigentlich? Diffuse Vorstellungen der Bevölkerung	29
14. Schützen, Aufklären und Verhindern. Was Datenschutzbeauftragte tun sollen	30

Teil III**Die unsichere Datensicherheit.****Aktuelle Daten zum Datenschutz****33**

1. Zukunftsfaktor Datenschutz. Knappe Mehrheit spricht sich für mehr Datenschutz aus 35
2. Datenmissbrauch. Fast jeder dritte Bundesbürger fühlt sich davon betroffen 35
3. Datenauskünfte verweigern? Mit dem Bildungsgrad nimmt die Abwehrhaltung zu 36
4. Datenspeicherung als Vertrauenssache. Großes Misstrauen bei Adresshandel, Versandhandel und Internetanbietern 37
5. Ohne Einwilligung keine Daten! Große Vorbehalte gegen Herausgabe von Daten für Wahlwerbung 42
6. Gesetzliches Widerspruchsrecht? Für zwei von fünf Befragten ist dies neu 43
7. Härtere Strafen für Datenmissbrauch. Fast jeder zweite Bundesbürger vermutet bewusste Missachtung von Gesetzen 44
8. Datenmissbrauch kein Schicksalsschlag. Bürger wissen sich zu wehren 45

Teil IV**Von der Kommunikation zur Compunkation.****Ein Blick in die multimediale Zukunft****47**

1. Wandel der Gesprächskultur 47
2. Netzkommunikation mit schwachen Bindungen 50
3. E-mail-Kontakte 52
4. Neues Nomadentum 56
5. Internetsozialisation 59

Teil V.**Grundlagenliteratur****63****Teil VI.****Dokumentation****71**