

# Datenschutz aus Nutzersicht

## Wie denkt und verhält sich der User im Internet?

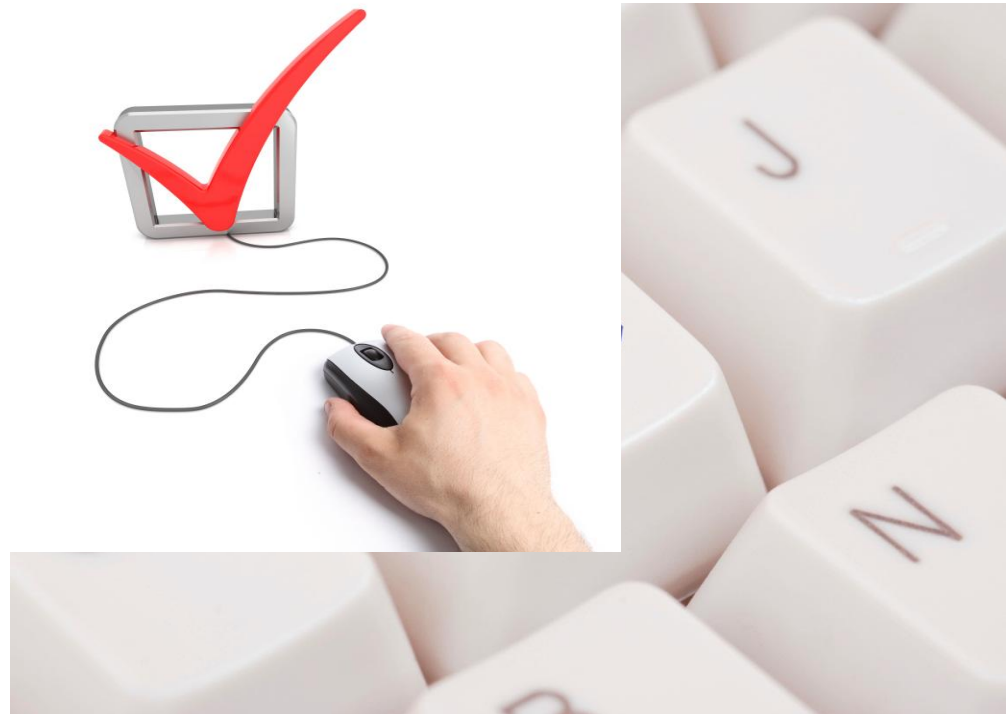
Eine Studie der FT10A des Joseph DuMont Berufskolleg



# Agenda

1. Studiensteckbrief	04
2. Soziodemographie	11
3. Allgemeines Nutzungsverhalten und praktische Umsetzung	15
4. Sicherheitsempfinden der Nutzer	27
5. Datenweitergabe und Verwendung der Daten	31
6. Mögliche Risiken und Maßnahmen zur Sicherung der Daten	39
7. Bekanntheit & Kenntnisstand der gesetzlichen Rahmenbedingungen	43
8. Handlungsempfehlungen	56

# 1. Studiensteckbrief



# Studiensteckbrief- Ausgangslage

- „**Social Media**“, ermöglicht es den Nutzern von digitalen Medien und Technologien, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte zu gestalten. Laut der **Verbraucheranalyse** von 2012 nutzen **33,1%** der deutschsprachigen Bevölkerung diese Option.
- Auf Plattformen wie Facebook, Twitter und Co. können Internetnutzer **Informationen und Wissen untereinander weitergeben** und soziale Kontakte pflegen.
- In diesem Zusammenhang gewinnen auch große Datenmengen, die selbst mit Hilfe von Standard-Datenbanken nicht verarbeitet werden können, besser bekannt unter dem Fachwort „**Big Data**“, immer mehr an Bedeutung.
- Anhand einer Sekundäranalyse konnte herausgefunden werden, dass laut der Verbraucheranalyse von 2012, **67,4%** der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet **für persönliche Zwecke nutzt**.

# Studiensteckbrief- Ausgangslage

- Ein immer wieder auftretendes Problem bei der Nutzung des Internets ist die Beachtung der **Datenschutzbestimmungen**.
- Der Datenschutz bei der Verwendung von personenbezogenen Daten ist ein zentrales Thema und die Nutzer müssen sich bezüglich der Verwendung ihrer Daten durch **gesetzliche und forschungsbezogene Rahmenbedingungen** abgesichert fühlen.
- Um die Einstellungen der User zu erfassen, haben wir, die Klasse **FT10A des Joseph DuMont Berufskolleg** in Köln, eine Befragung durchgeführt, mit deren Hilfe auf das Nutzungsverhalten von Internetverwendern geschlossen werden soll und wie sicher sich diese im Internet und bei der Weitergabe von Daten fühlen.
- Des Weiteren wurde nachgefragt, wie bewusst sich Nutzer von sozialen Plattformen darüber sind, in welcher Art und Weise ihre **Daten verarbeitet, genutzt oder weitergeleitet werden**.
- Es wurde erfragt, wie sicher sich Internetnutzer trotz der vorhandenen gesetzlichen Rahmenbedingungen, wie dem BDSG, im Internet fühlen und welche zusätzlichen Gegebenheiten vorhanden sein sollten, um das **Sicherheitsempfinden zu erhöhen**.

# Studiensteckbrief- Zielsetzung

**Folgende Dimensionen wurden in der Befragung erhoben:**

1. Allgemeines Nutzungsverhalten und praktische Umsetzung
2. Sicherheitsempfinden der Nutzer
3. Datenweitergabe und Verwendung der Daten
4. Mögliche Risiken und Maßnahmen zur Sicherung der Daten
5. Bekanntheit und Kenntnisstand der gesetzlichen Rahmenbedingungen

# Studiensteckbrief- methodisches Vorgehen

- **Onlinebefragung** im Panel von YouGov-Deutschland
- **Fragebogenlänge:** 5 Minuten
- **Quotenstichprobe**
- Zielgruppenrepräsentative Quoten auf Geschlecht, Alter und Nielsegebieten<sup>1</sup>, laut dem statistischen Bundesamt
- **Stichprobegröße** n= 400
- **Zielgruppe:** 16-39 Jahre (in dieser Altersgruppe besteht die intensivste Nutzung von sozialen Plattformen)
  - Von **17,74** Millionen Deutschen, haben **13,05** Millionen in der Altersgruppe 14-39 Jahre ein Profil in sozialen Netzwerken
  - Da uns erst die Altersgruppe ab 16 Jahren im Panel zur Verfügung steht, begrenzen wir unsere Stichprobe auf die Altersgruppe 16–39 Jahre

Erklärung Nielsegebiete!

# Studiensteckbrief- methodisches Vorgehen

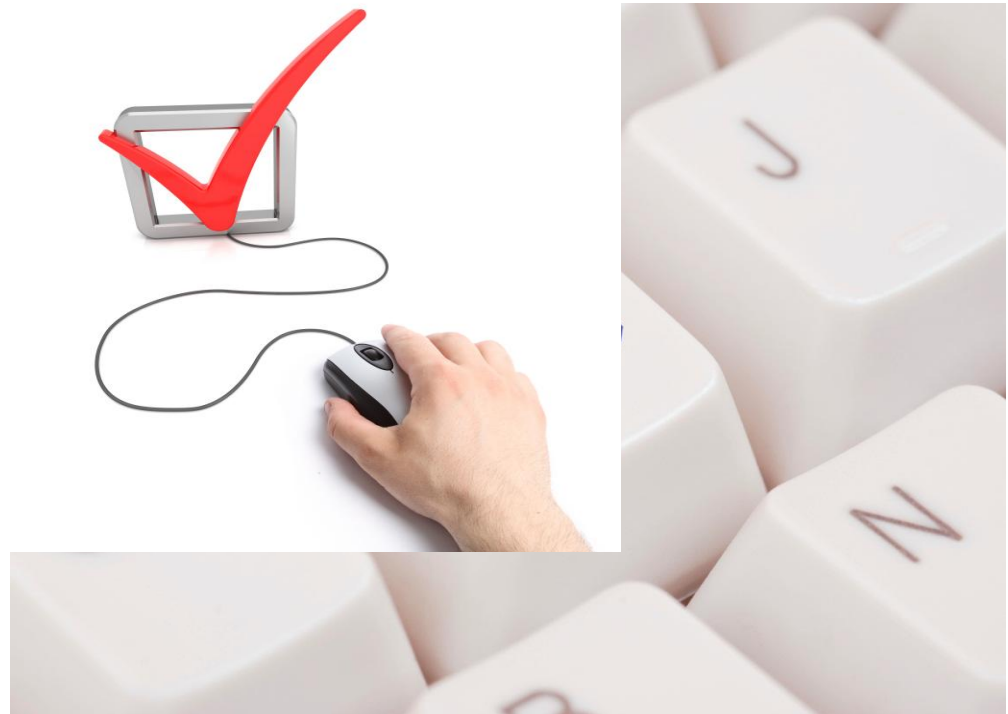
- Nutzung von einer **Onlinebefragung**:
- Onlinebefragungen ermöglichen es den Teilnehmern, von zu Hause aus, in eigener Führung und Zeiteinteilung an Befragungen teilzunehmen.
- Besonders verbreitet ist die **Teilnahme an Paneln**, die für Befragungen zu Markt- und Sozialforschungszwecken genutzt werden.
- Die Entscheidung zur Nutzung der Onlinebefragung ergibt sich aus den folgenden **Vorteilen**:
  - optimales **Kosten-Nutzungsverhältnis** für die Durchführung der Befragung
  - eine dynamische **Überwachung** während der Feldphase



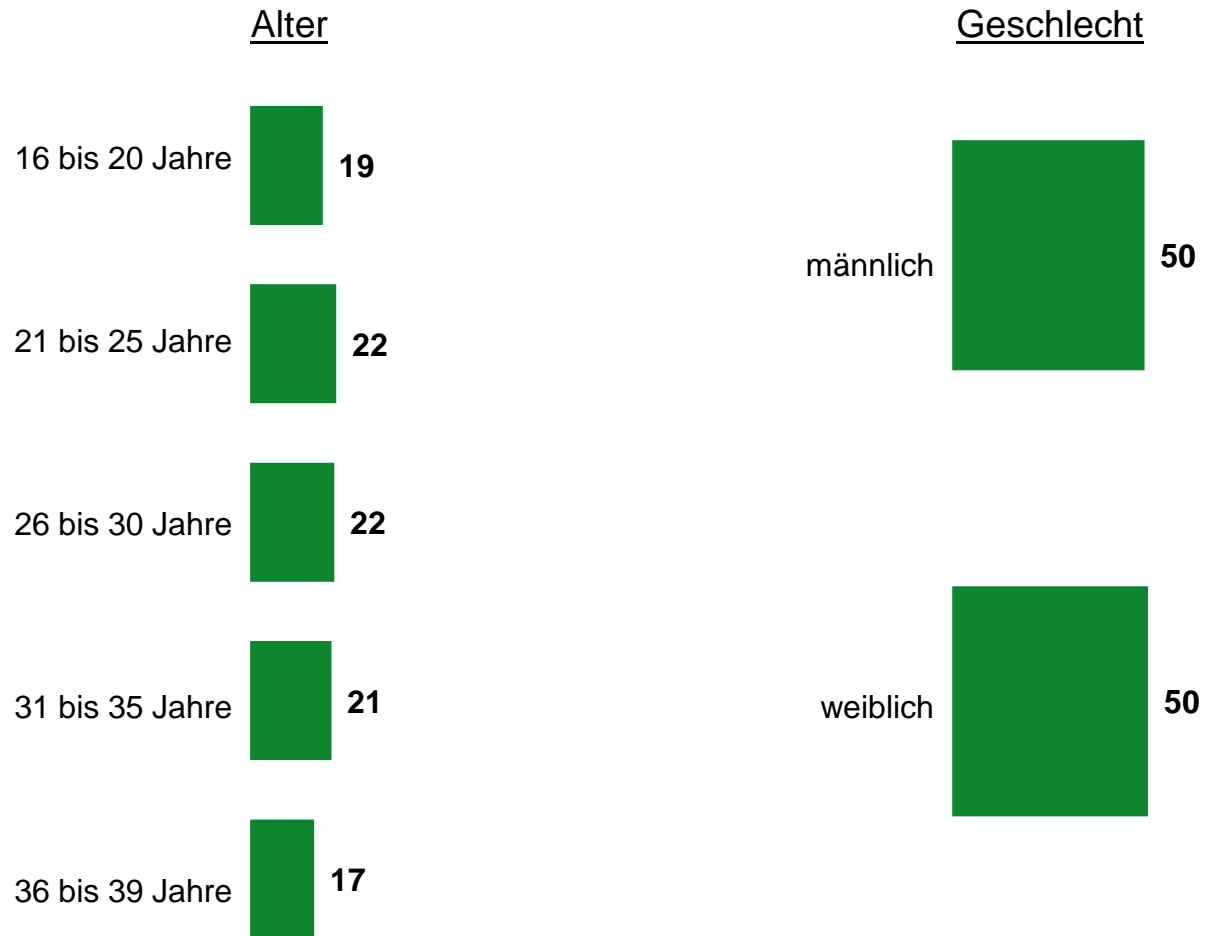
# Studiensteckbrief- Intention der Studie

- Mit Hilfe der hier gewonnenen Informationen haben **Unternehmen** so wie auch **Gesetzesgeber** die Möglichkeit, Aufschluss über das **Empfinden, den Umgang und die Meinungen der Verbraucher** zum Thema Datenschutz zu erhalten.
- Es wird erkennbar, an welchen Stellen der Verbraucher bezüglich der Verwendung seiner persönlichen Daten **Unterstützung** oder weitere **Sicherheitsmaßnahmen** verlangt/braucht.
- Somit kann dem Nutzer im Internet **Transparenz im Umgang** mit seinen **personenbezogenen Daten** gewährleistet werden und so auch Schutz vor Missbrauch.
- Es wird eine **Grundlage und Entscheidungshilfe** für die Gestaltung der **Medien** angeboten, um das Sicherheitsempfinden des Nutzers zu steigern und sein Verhalten im Internet nachzuvollziehen.

## 2. Soziodemographie

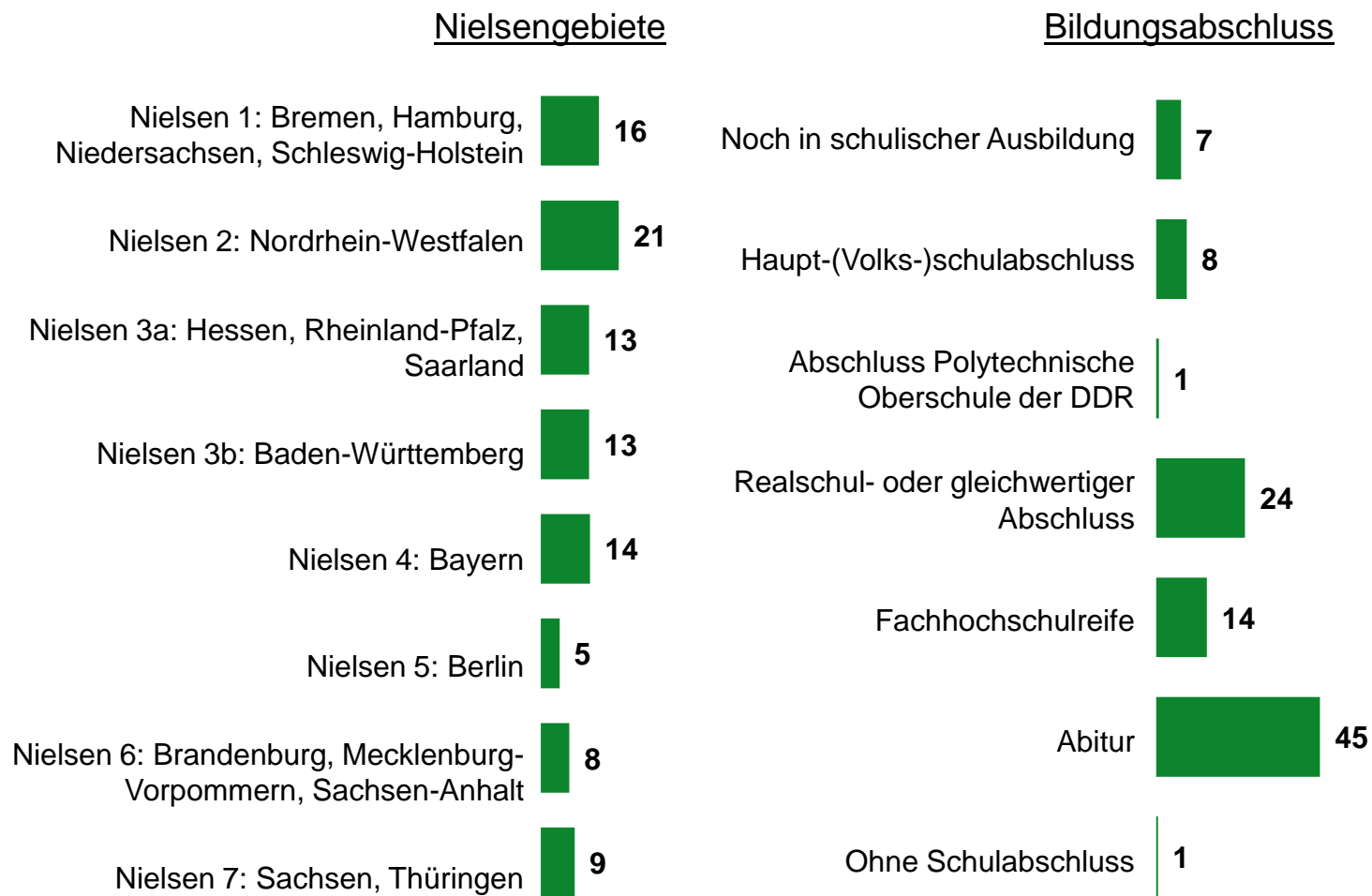


# Alter und Geschlecht



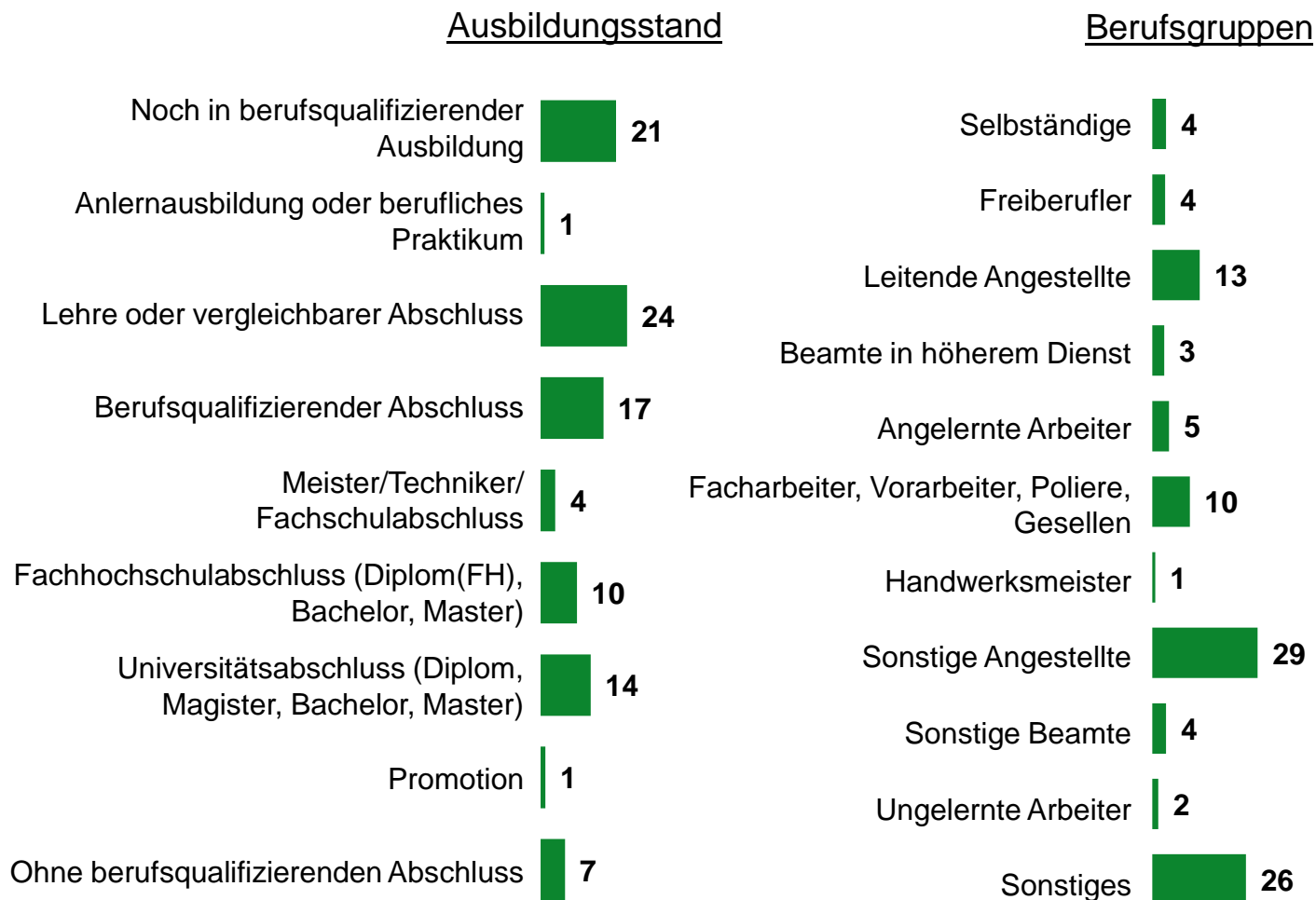
Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=406, gestützte Abfrage

# Nielsengebiete und Bildungsabschluss



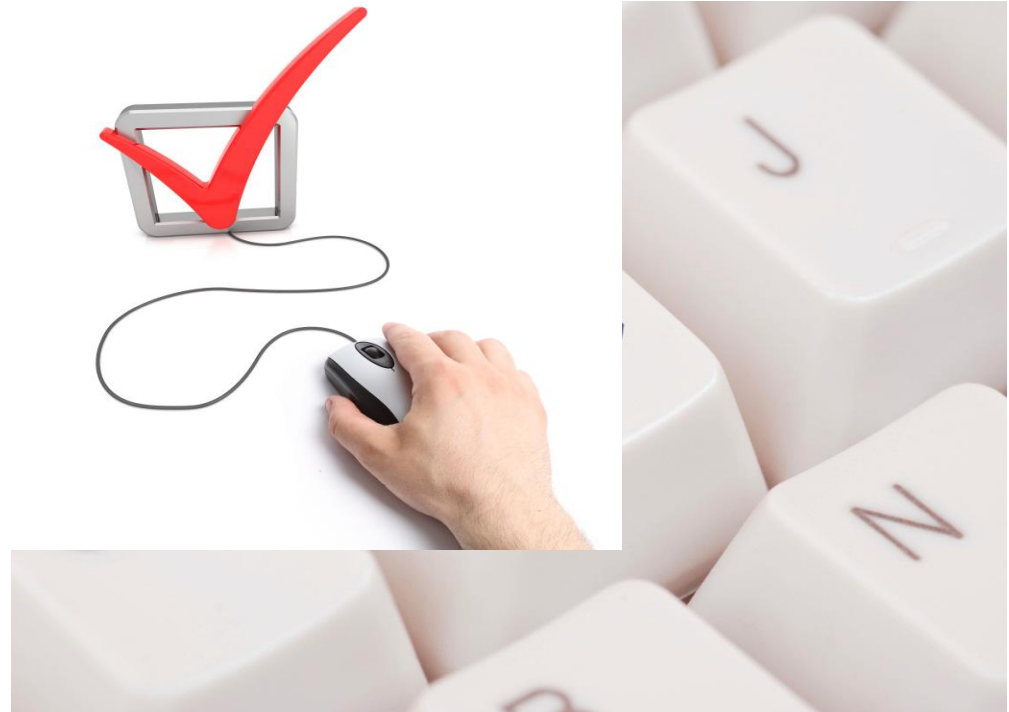
Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=406, gestützte Abfrage

# Ausbildungsstand und Berufsgruppen



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=368, gestützte Abfrage

# 3. Allgemeines Nutzungsverhalten und praktische Umsetzung



## Zusammenfassung zum Kapitel: Allgemeines Nutzungsverhalten und praktische Umsetzung I

- **Über 90% der Befragten** schreiben E-Mails und **etwas mehr als 50%** sehen ihre Rechnungen online ein.
- Durch die weite Verbreitung des Internets ist es nicht verwunderlich, dass **mittlerweile jeder Fünfte mit dem Smartphone** online ist. Die Nutzer von Smartphones surfen überwiegend damit in ihrem sozialen Netzwerk, während **die Hälfte aller Befragten ihre E-Mails über ihren Laptop / Notebook** schreiben. Es kann davon ausgegangen werden, dass das Schreiben der E-Mails über letzteres weitaus komfortabler und schneller ist und für das Einsehen der Rechnungen um einiges sicherer.
- Interessant ist, dass in Zeiten von erhöhtem Aufkommen gefährlicher Trojaner gerade 66% der Befragten eine Firewall installiert haben. Ebenfalls besteht eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass diese unentdeckt bleiben aufgrund der Tatsache, **dass nur 77% ein Antivirenprogramm** installiert haben. Hinzu kommt, dass **mehr als 10% nicht wissen, ob und in welcher Form ihr Gerät geschützt ist oder nicht.**
- **In sozialen Netzwerken** hingegen achten die Befragten **vermehrt auf ihre Daten**, da die Mehrheit (4 von 5 Personen) Freundschaftsanfragen von Personen, die sie nicht kennen, ignorieren und so sicherstellen, dass **Fremde keinen Zugriff** auf ihre Daten erhalten.

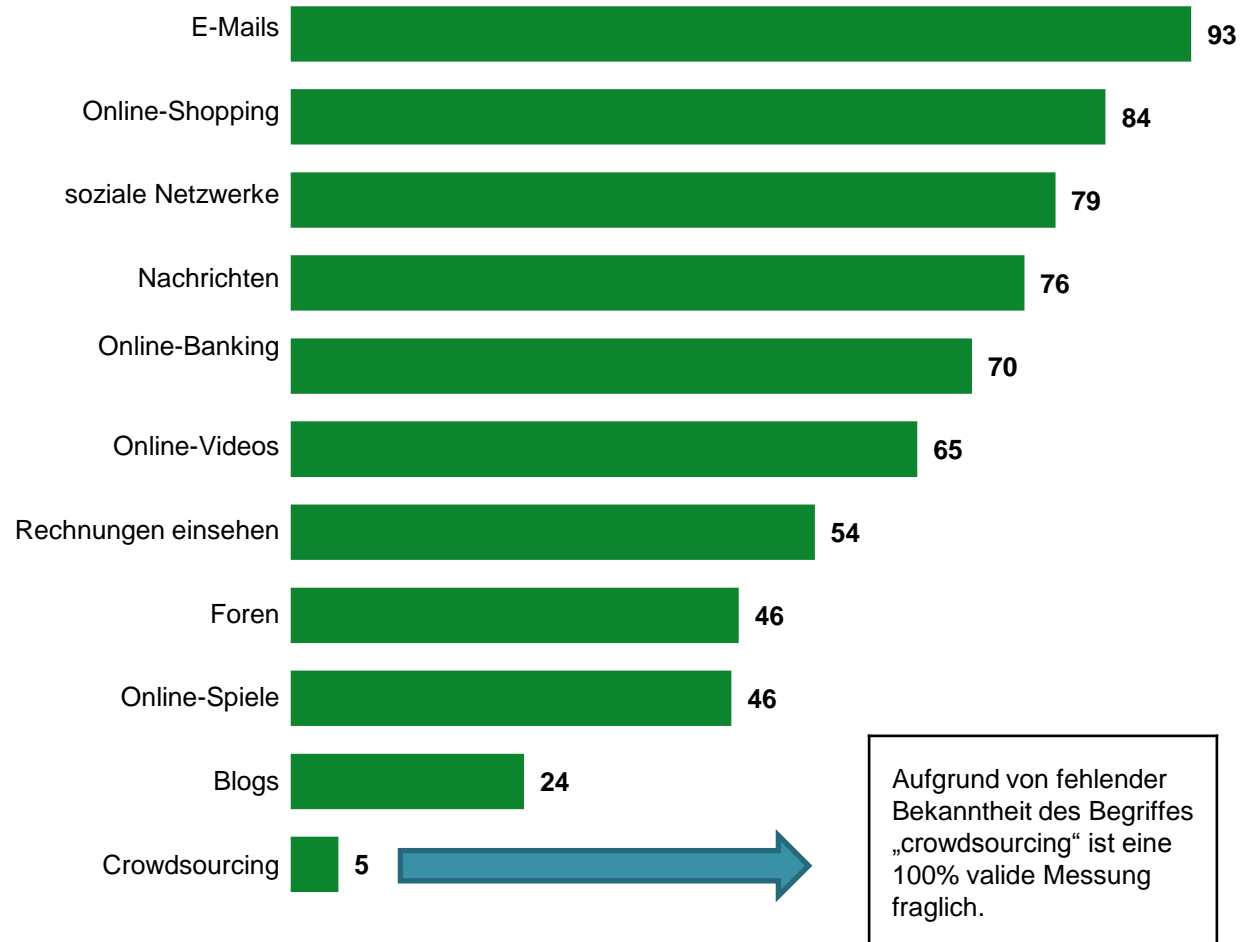
## Zusammenfassung zum Kapitel: Allgemeines Nutzungsverhalten und praktische Umsetzung II

- Trotz vieler Warnungen und Hinweisen im Internet, Fernsehen oder Zeitschriften, dass SPAM, besonders jedoch Phishing-Versuche oder Viren, in E-Mails zugenommen haben, lesen **immerhin 25% der Befragten E-Mails von unbekanntem Absendern**. Dadurch, dass **34% keine Firewall installiert haben**, ist die Wahrscheinlichkeit einer solcher Gefahr ausgesetzt zu sein, höher als bei den Personen, die ein Schutz installiert haben.
- Die Mehrheit der Befragten schützt ihre Daten vor Fremden, jedoch **ein Drittel ist Gewinnspielen gegenüber nicht abgeneigt** und ist somit bereit persönliche Daten weiterzugeben. Sie setzen sich bewusst dem Risiko der Datenweitergabe an Dritte oder des Datenmissbrauches aus.
- Spitzenreiter unter den sozialen Netzwerken ist **facebook**. **Fast 90%** der Befragten, die soziale Netzwerke im Internet nutzen, besitzen dort ein Profil. Gleichzeitig wird das Angebot **am häufigsten** (im Vergleich zu den anderen sozialen Netzwerken) und vorwiegend für die **Kontaktpflege** genutzt. Dies ist verwunderlich, wenn man bedenkt, dass facebook oft in den Medien aufgrund von **Datenschutzproblemen** behandelt wird. Dies scheint aber kein Grund gegen ein Profil bei facebook zu sein.



Während etwas mehr als die Hälfte Rechnungen online einsehbar, schreiben mehr als 90% E-Mails.

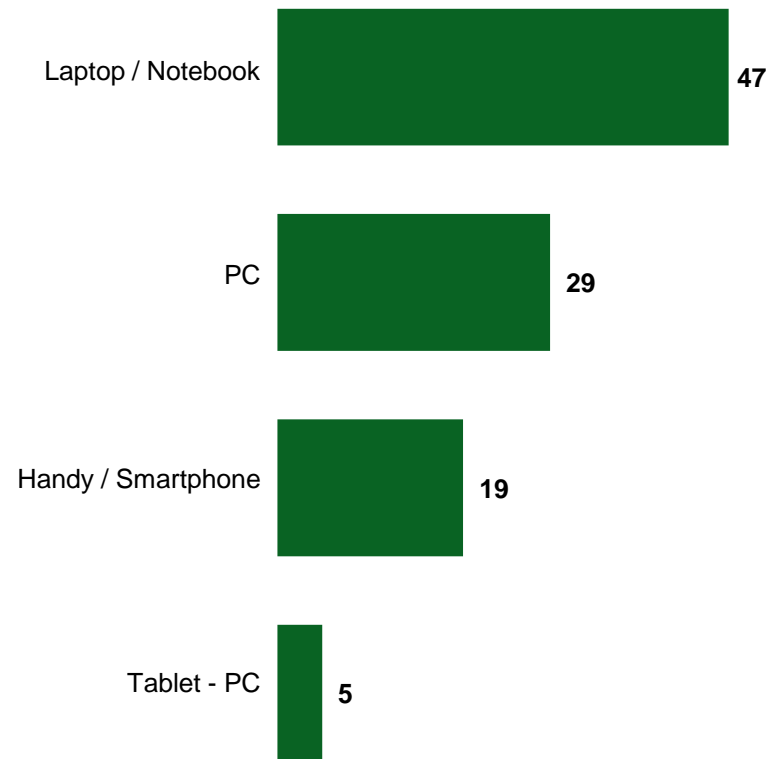
*Welche Angebote im Internet nutzen Sie?*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=406, gestützte Abfrage, Mehrfachantworten möglich

Ein Drittel der Befragten surfen mit dem PC, knapp die Hälfte mit dem Laptop / Notebook.

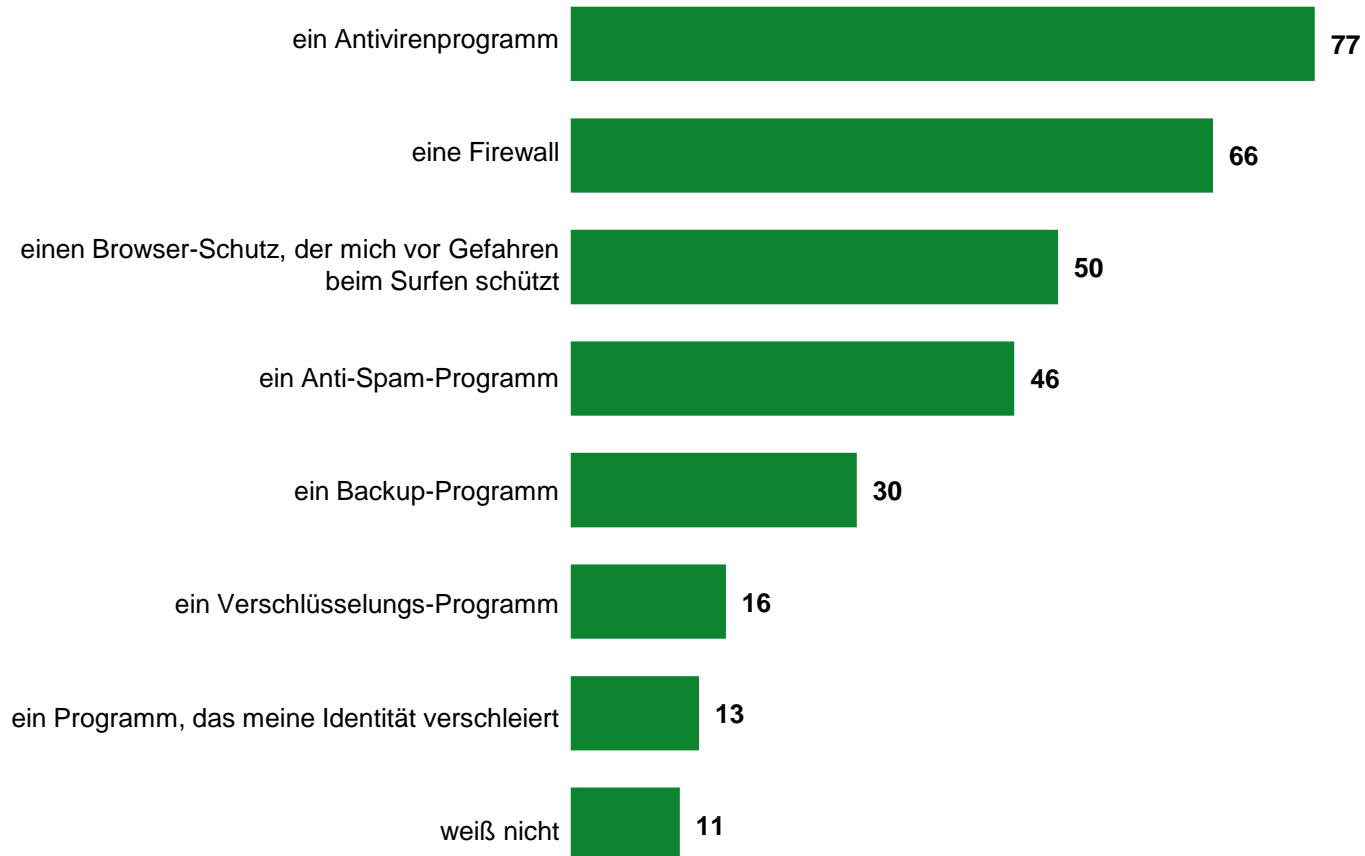
*Mit welchem Gerät sind Sie in Ihrer Freizeit am häufigsten im Internet unterwegs?*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=406, gestützte Abfrage

Nur zwei Drittel der Befragten haben eine Firewall installiert und nur die Hälfte einen Browser-Schutz.

*Welche der folgenden Programme sind auf diesem Gerät installiert?*



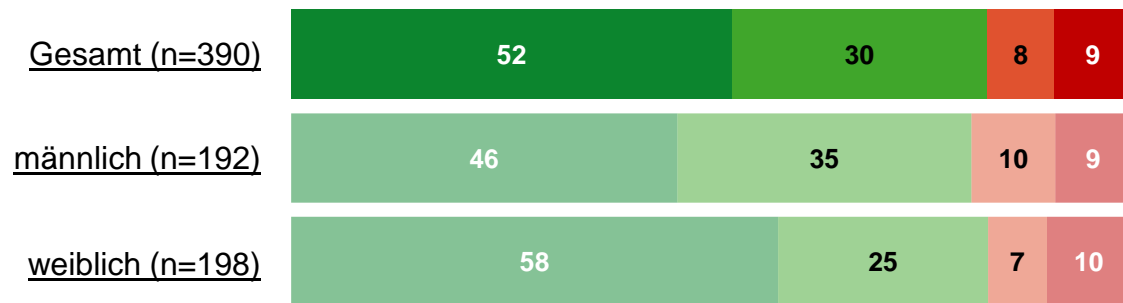
Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=399, gestützte Abfrage, Mehrfachantworten möglich

Vier von Fünf Personen nehmen eher keine Anfragen von Personen an, die sie nicht kennen.

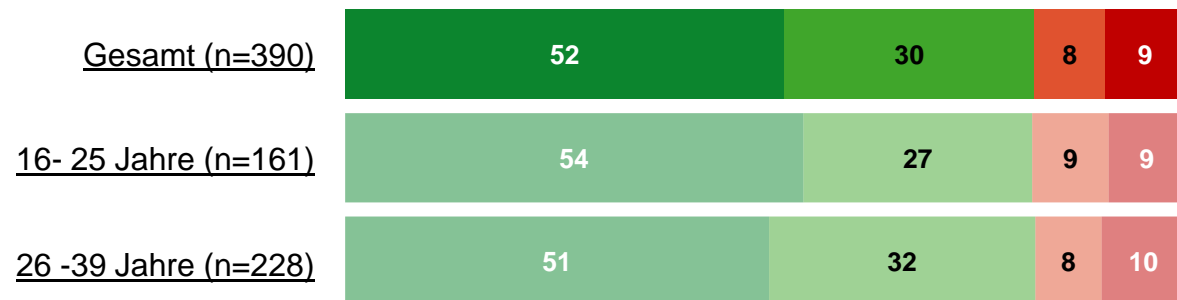
Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu? „Ich nehme in sozialen Netzwerken keine Anfragen von Personen an, die ich nicht kenne.“

■ stimme voll und ganz zu      ■ stimme eher zu  
■ stimme eher nicht zu      ■ stimme nicht zu

### Geschlecht



### Alter



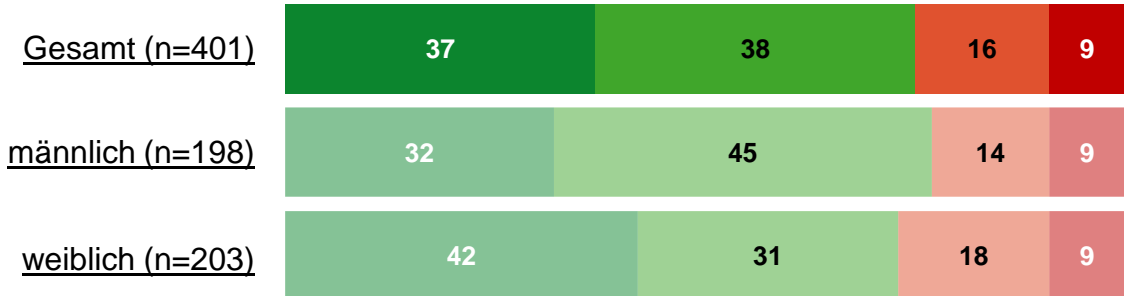
Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=390

# Ein Viertel der Befragten liest E-Mails von unbekanntem Absendern vor der Löschung.

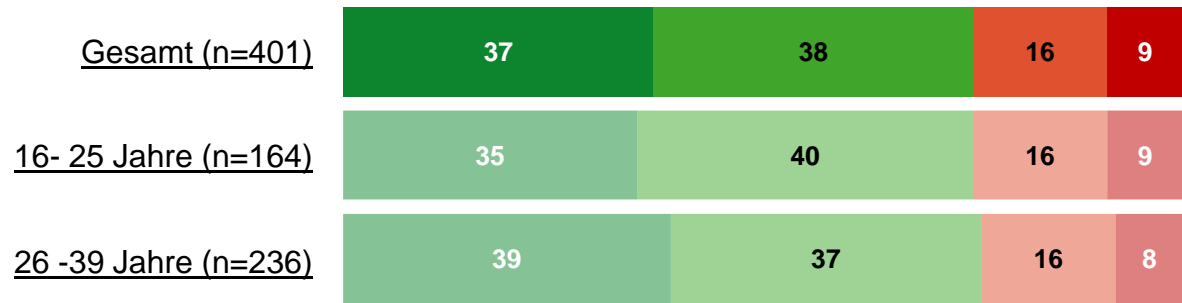
Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu? „E-Mails mit unbekanntem Absender lösche ich ungelesen.“

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme nicht zu

**Geschlecht**



**Alter**



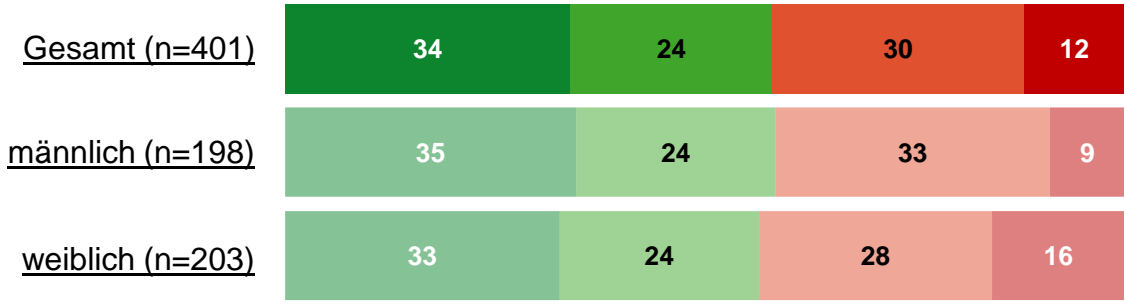
Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=401

# Mehr als 40% der Befragten nimmt eher an Gewinnspielen teil.

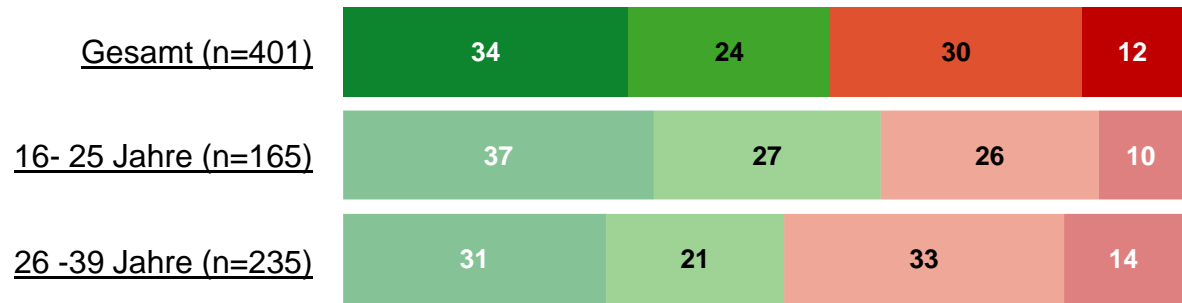
Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu? „Ich nehme nicht an Gewinnspielen teil“



**Geschlecht**



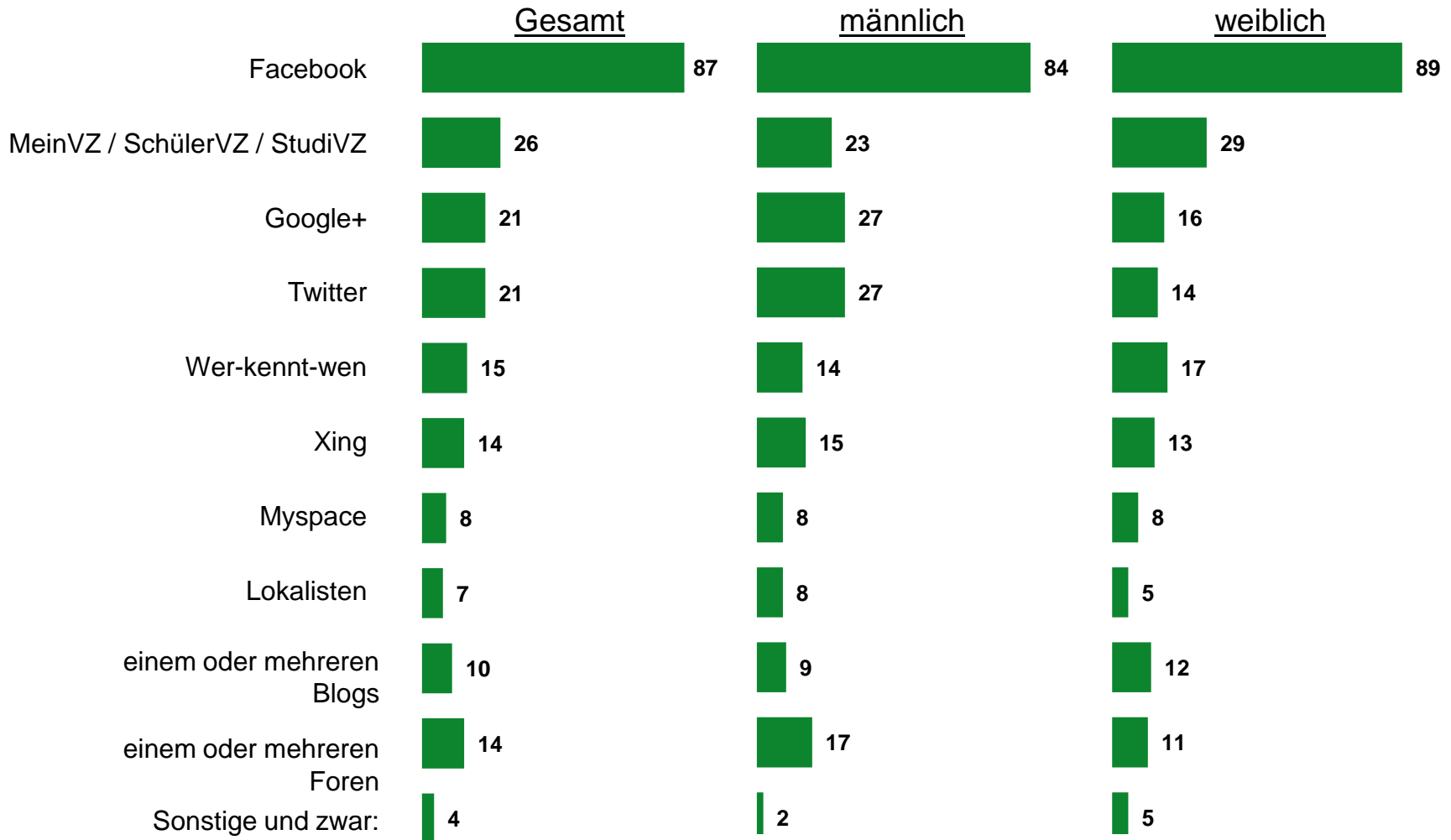
**Alter**



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=401

# Bei Google+ und Twitter befinden sich vermehrt männliche User. Facebook führt das Feld mit fast 90% an.

*Bei welcher dieser Plattformen sind Sie angemeldet?*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, die entweder Blogs, Foren oder soziale Netzwerke im Internet als Dienst nutzen, gestützte Abfrage, Mehrfachantworten möglich

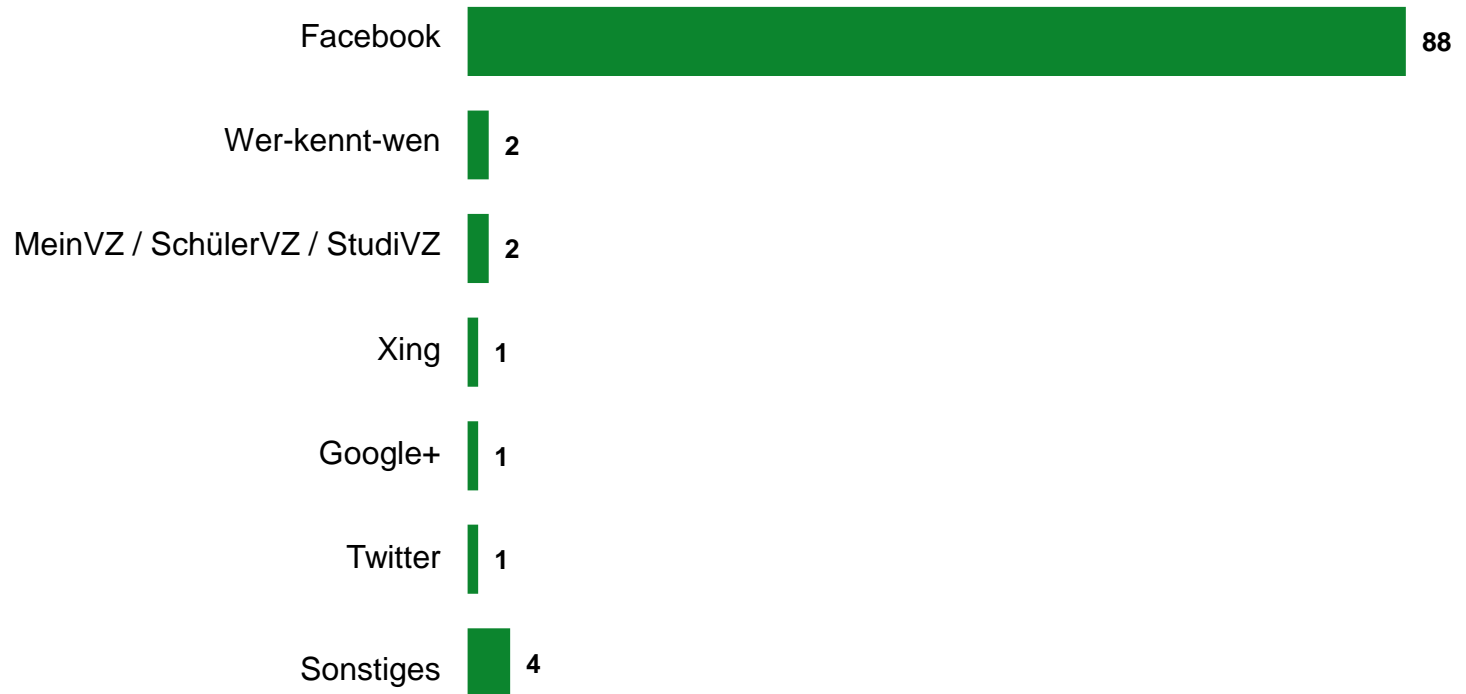
n=349

n=159

n=158

Auch hier bildet facebook mit fast 90% den Spitzenreiter unter den sozialen Netzwerken.

*Welche dieser sozialen Netzwerke nutzen Sie am häufigsten?*

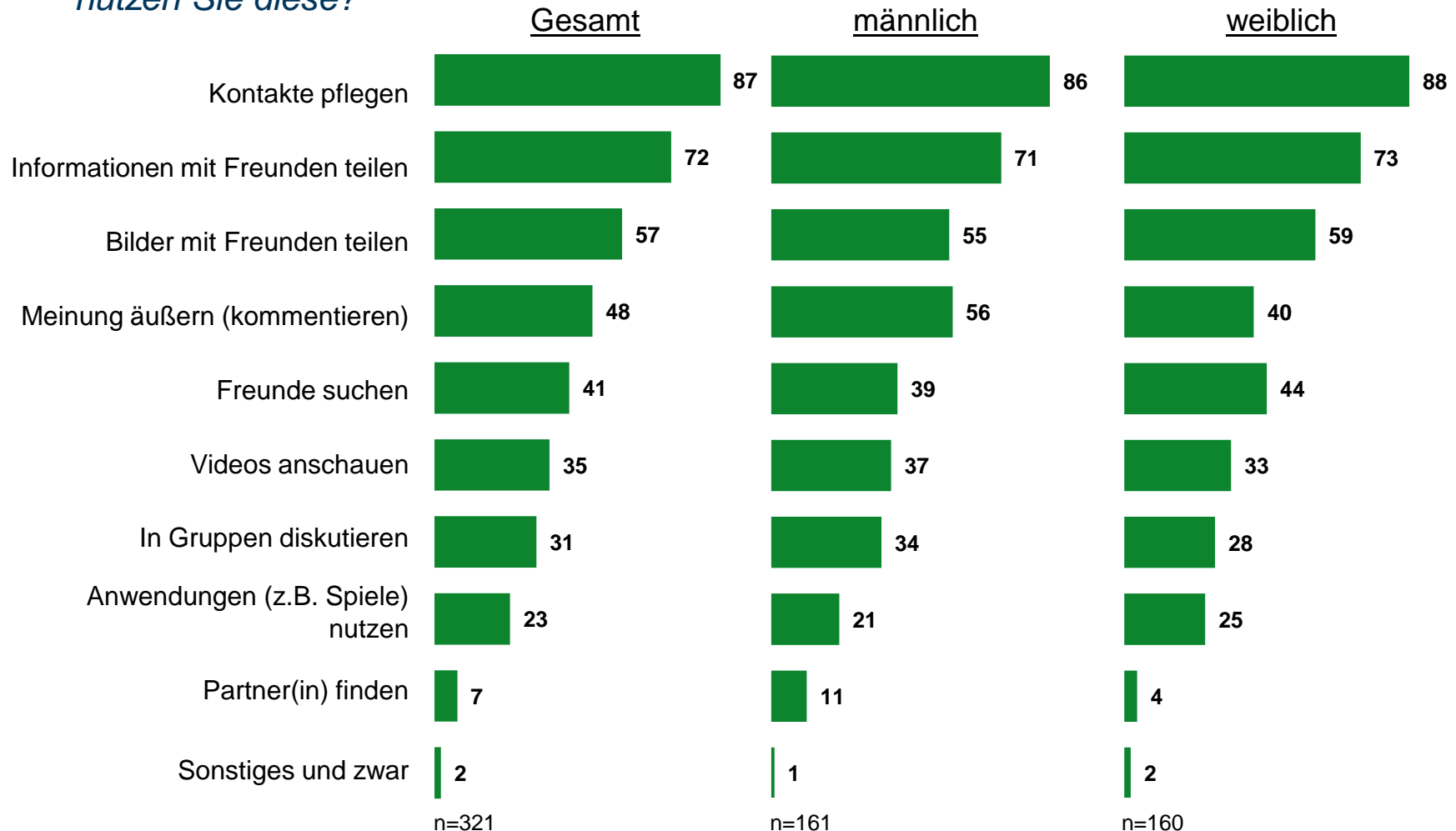


Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, die soziale Netzwerke als Dienst nutzen und mindestens zwei Profile in verschiedenen sozialen Netzwerken besitzt, gestützte Abfrage, n=205



## Männer nutzen soziale Netzwerke stärker als Frauen für Äußerungen der eigenen Meinung und die Partnersuche.

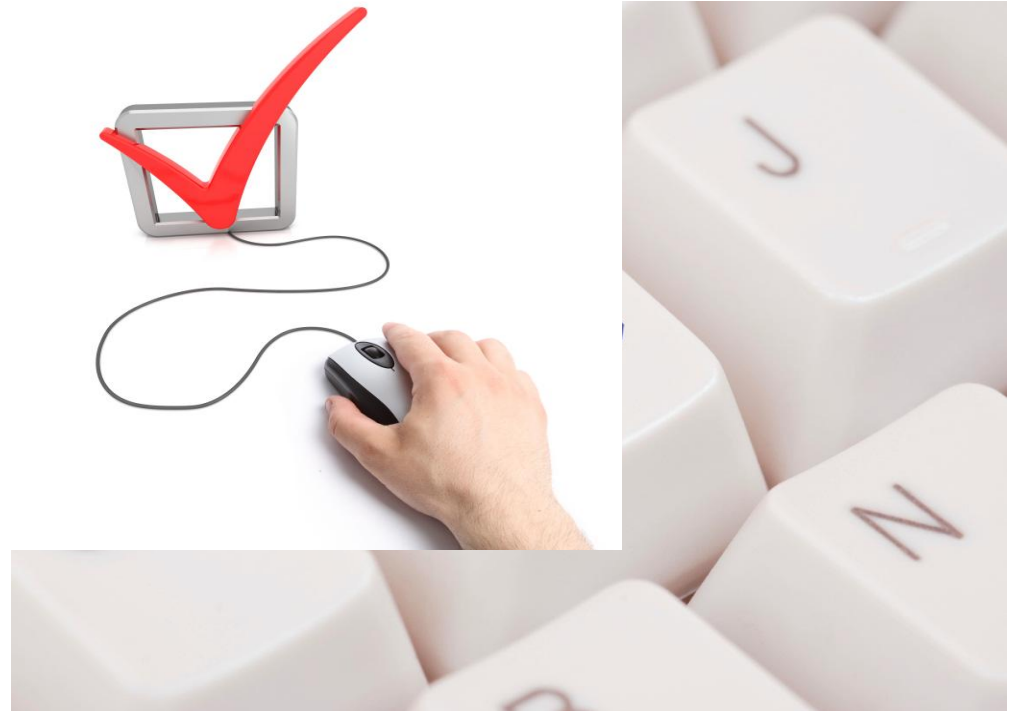
*Sie haben angegeben, dass Sie in sozialen Netzwerken angemeldet sind. Wofür nutzen Sie diese?*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, die angegeben haben soziale Netzwerke zu nutzen, gestützte Abfrage, Mehrfachantworten möglich

4.

## Sicherheitsempfinden der Nutzer



## Zusammenfassung zum Kapitel: Sicherheitsempfinden der Nutzer

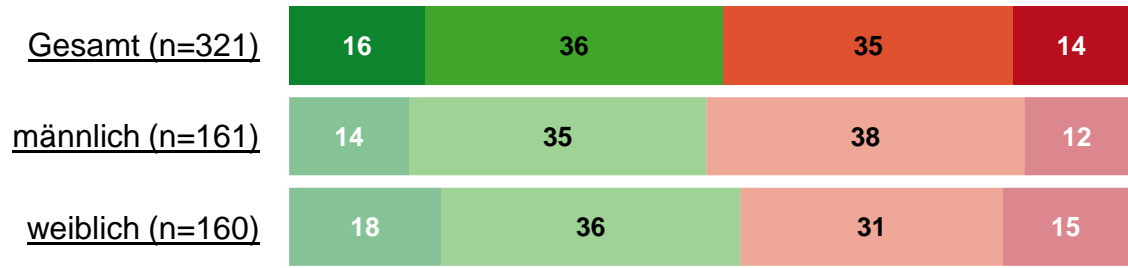
- **Mehr als 50% der Befragten** sehen ihre persönlichen Daten in sozialen Netzwerken als nicht gefährdet und fühlen sich daher, wenn sie im sozialen Netzwerk sind, **eher sicher**. Es lässt sich vermuten, dass die Befragten glauben, hier die Kontrolle über Informationen zu haben.
- Schaut man sich die Gruppen **16–25 und 26–39 Jahre** an, so fallen zunächst keine großen Unterschiede auf. Jeweils die Hälfte (**52% und 46%**) geben an, das sie sich zumindest eher unsicher in sozialen Netzwerken fühlen.

Fast 50% fühlen sich in sozialen Netzwerken eher unsicher bzw. glauben, dass Ihre Daten nicht ausreichend geschützt sind.

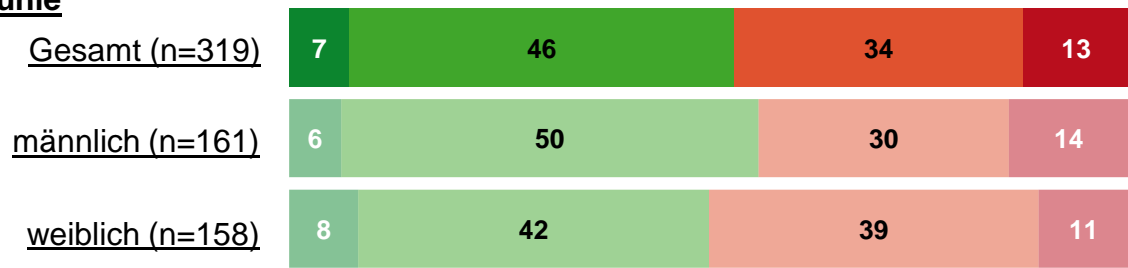
*Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?*

■ stimme voll und ganz zu      ■ stimme eher zu  
■ stimme eher nicht zu      ■ stimme nicht zu

**Meine persönlichen Daten sind in sozialen Netzwerken ausreichend geschützt.**



**Wenn ich mich in sozialen Netzwerken bewege, dann fühle ich mich sicher.**



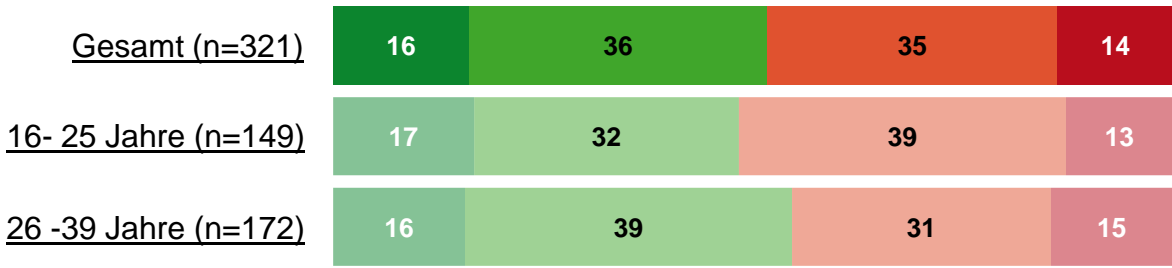
Angaben in Prozent, Basis: Befragten, die soziale Netzwerke nutzen, n=321, gestützte Abfrage

# Personen zwischen 26 und 39 Jahren fühlen sich tendenziell etwas sicherer als die Jüngeren zwischen 16 und 25 Jahren

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme nicht zu

**Meine persönlichen Daten sind in sozialen Netzwerken ausreichend geschützt.**

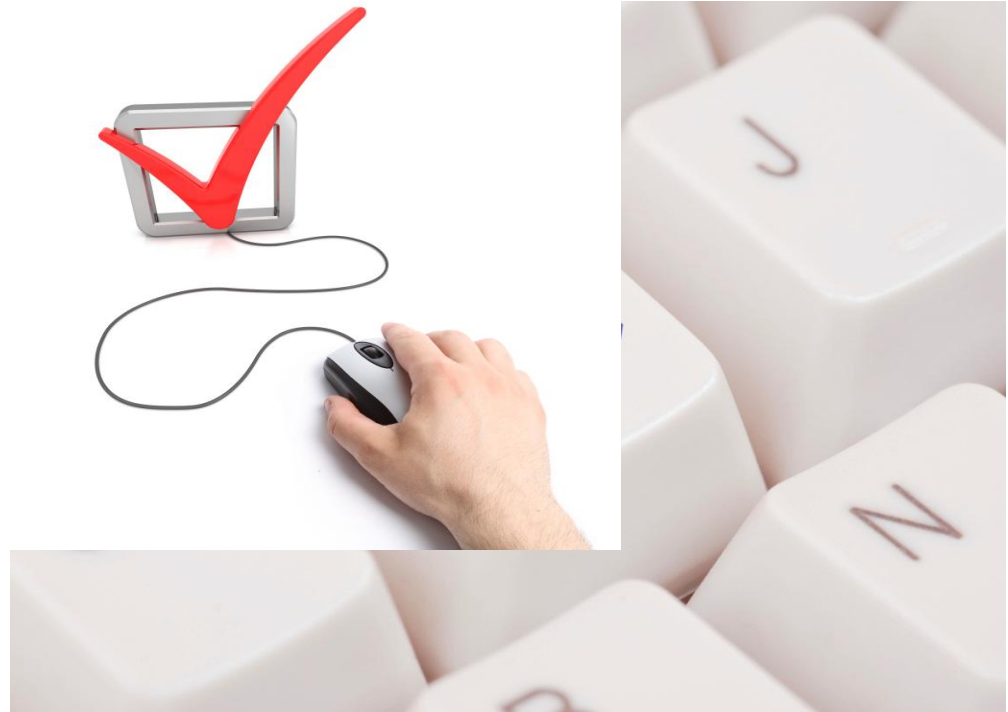


**Wenn ich mich in sozialen Netzwerken bewege, dann fühle ich mich sicher.**



Angaben in Prozent, Basis: Befragten, die soziale Netzwerke nutzen, n=319, gestützte Abfrage

# 5. Datenweitergabe und Verwendung der Daten



## Zusammenfassung zum Kapitel: Datenweitergabe und Verwendung der Daten I

- Fast neun von zehn Personen geben in ihrem am häufigsten genutzten sozialen Netzwerk **ihren Namen an, drei von vier sogar Bilder und Geburtsdatum**. Schaut man sich auf facebook um, so kann man davon ausgehen, dass der angegebene Name bei der Mehrheit der Befragten der richtige ist.
- Dass sich die Mehrheit in sozialen Netzwerken eher sicher fühlt, kann daran liegen, dass **weniger als 5% ein Profil besitzen, welches für „Jedermann“ sichtbar ist**, d.h. 95% haben eine Beschränkung hinsichtlich ihres Profils für andere Personen. Die meisten Befragten **(80%)** öffnen ihr Profil **nur für ihre Freunde**. Trotz dieser Beschränkung sehen nur knapp über die Hälfte ihre persönlichen Daten als ausreichend sicher an, d.h. **selbst bei einer Beschränkung sind sich die Befragten bewusst, dass ihre Daten gestohlen oder missbraucht werden könnten**.
- Einer von Fünf Befragten **interessiert sich nicht für Veränderungen im Datenschutz** und informiert sich daher nicht regelmäßig darüber. Ausgehend davon, dass mehr jüngere Personen in sozialen Netzwerken vertreten sind, könnte man auch erwarten, dass sich diese über den Datenschutz informieren. Jedoch bei dieser Gruppe der **16-25 Jährigen ist es einer von drei**, der kein Interesse an Veränderungen am Datenschutz hat und sich auch nicht selbst informiert. Aufgrund dessen **muss ein soziales Netzwerk auf Neuigkeiten hinweisen und gerade die jüngeren Nutzer informieren**.

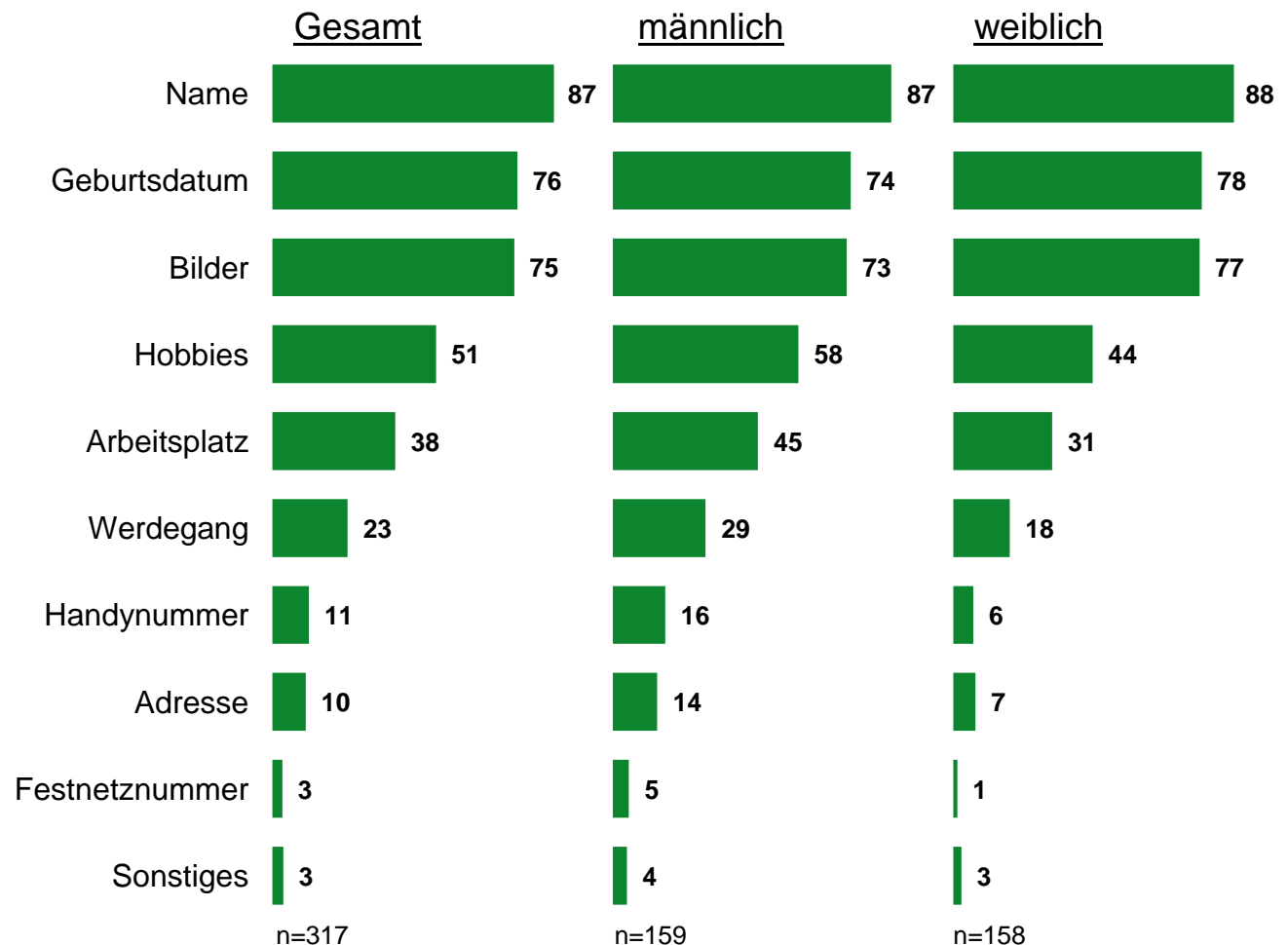
## Zusammenfassung zum Kapitel: Datenweitergabe und Verwendung der Daten II

- Wenn **ungestützt** danach gefragt wird, für was persönliche Daten genutzt werden, dann antworten **40% mit „Werbung / SPAM“**. Gibt man diesen Person Antwortmöglichkeiten vor, fragt also **gestützt**, welche Risiken diese kennen, dann **antworten mehr als 80% mit „Anschreiben zu Werbezwecken“**.
- Diese Werte sind erwartungsgemäß unterschiedlich d.h. **es kann davon ausgegangen werden, dass sich viele Personen über solche Risiken im Internet nicht bewusst sind**, sondern erst, wenn man ihnen eine Liste mit möglichen Risiken vorlegt, sie diese auch als solche erkennen.



Fast 90% geben Ihren Namen an. Insgesamt geben Männer mehr Informationen über sich auf sozialen Netzwerken preis als Frauen.

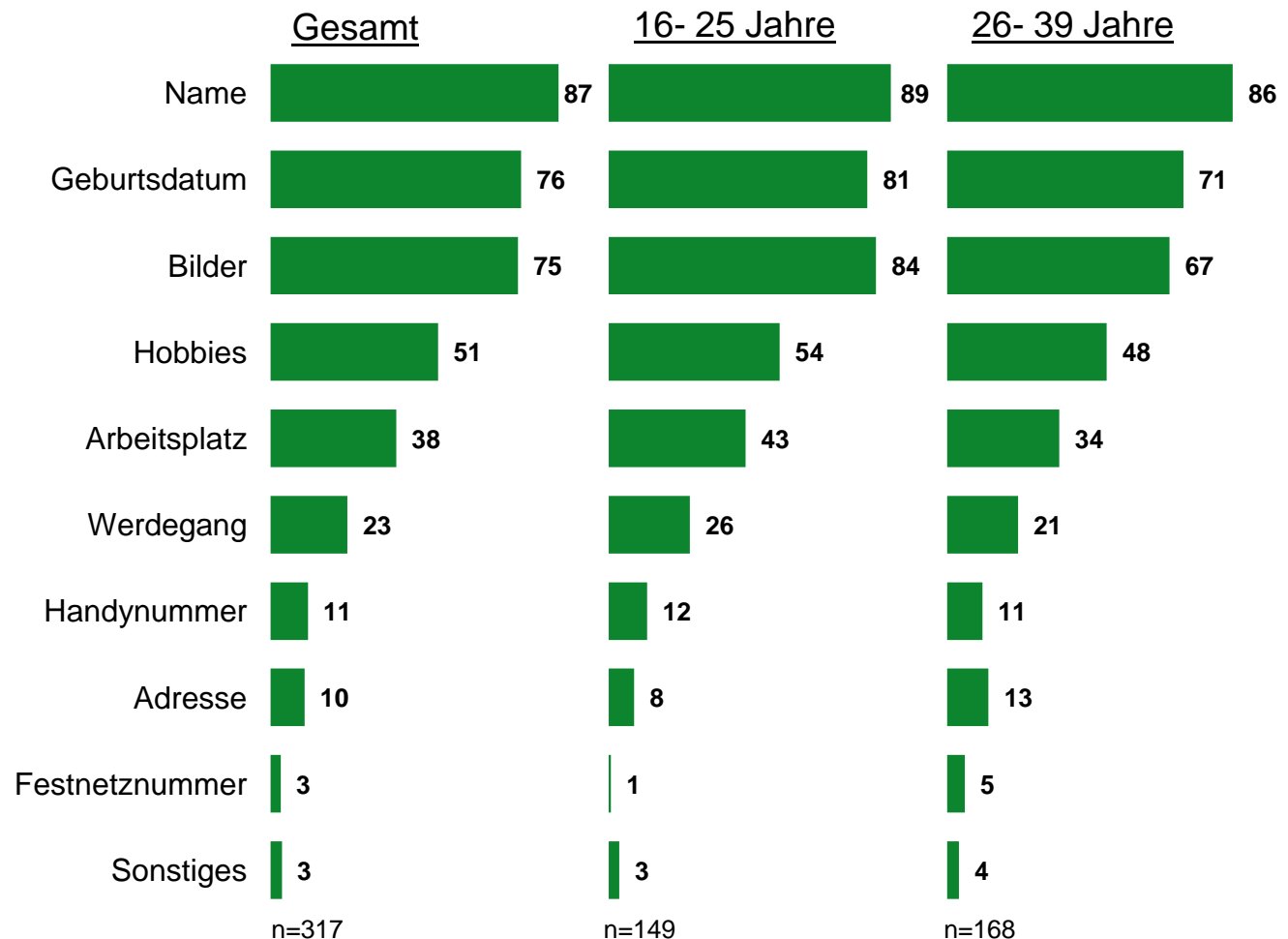
*Denken Sie einmal an das soziale Netzwerk, das Sie am häufigsten nutzen. Welche Informationen haben Sie in diesem Profil angegeben?*



Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die soziale Netzwerke nutzen, n=317, gestützte Abfrage, Mehrfachantworten möglich

Adressdaten und Handynummer werden von ca. 10% veröffentlicht.  
Die 16 bis 25 Jährigen geben tendenziell mehr Informationen preis.

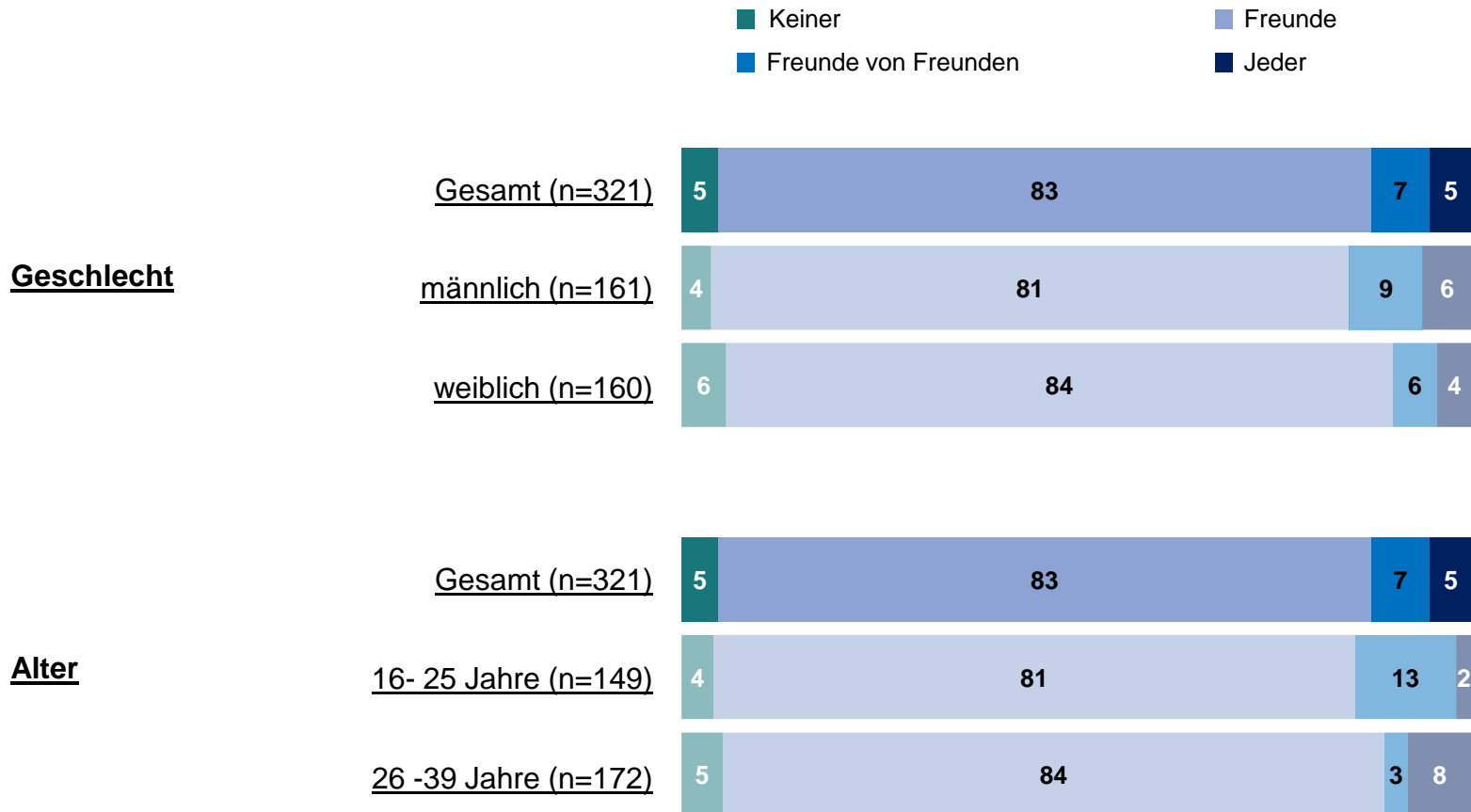
*Denken Sie einmal an das soziale Netzwerk, das Sie am häufigsten nutzen.  
Welche Informationen haben Sie in diesem Profil angegeben?*



Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die soziale Netzwerke nutzen, n=317, gestützte Abfrage, Mehrfachantworten möglich

# 83% der Befragten zeigen Ihr Profil nur Freunden. Männer und Jüngere sind eher bereit auch anderen Zugang zu gewähren.

*Wer kann Ihr vollständiges Profil im sozialen Netzwerk einsehen?*



Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die soziale Netzwerke nutzen, n=321, gestützte Abfrage

Jeweils 21% informieren sich entweder regelmäßig oder gar nicht. Jüngere informieren sich häufiger gar nicht über Änderungen.

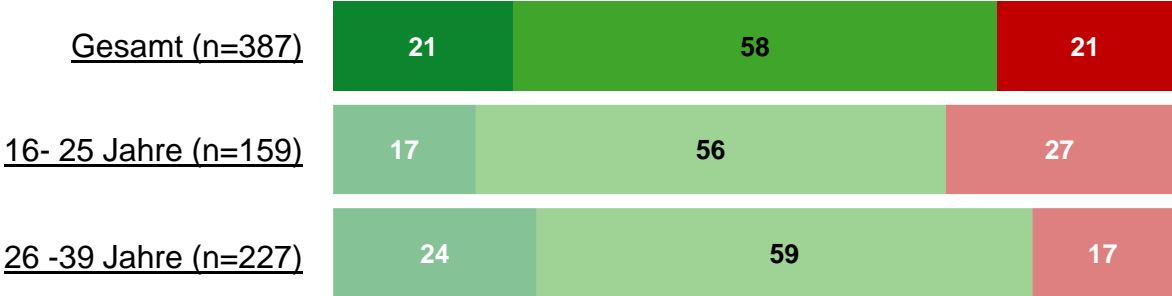
*Informieren Sie sich regelmäßig über Änderungen von AGB und gesetzlichen Rahmenbedingungen, die den Datenschutz im Internet betreffen?*

- Ja, ich informiere mich in regelmäßigen Abständen.
- Ja, aber nur dann, wenn ich eine Benachrichtigung zu Änderungen der AGB erhalten habe.
- Nein, da mich Veränderungen zum Datenschutz nicht interessieren.

**Geschlecht**



**Alter**



Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die eine Aussage treffen konnten, n=18 Personen haben „weiß nicht“ nicht angegeben, gestützte Abfrage

Die Befragten befürchten mit Abstand am ehesten, dass Ihre Daten für Werbung genutzt werden. Adresshandel erwarten 15%.

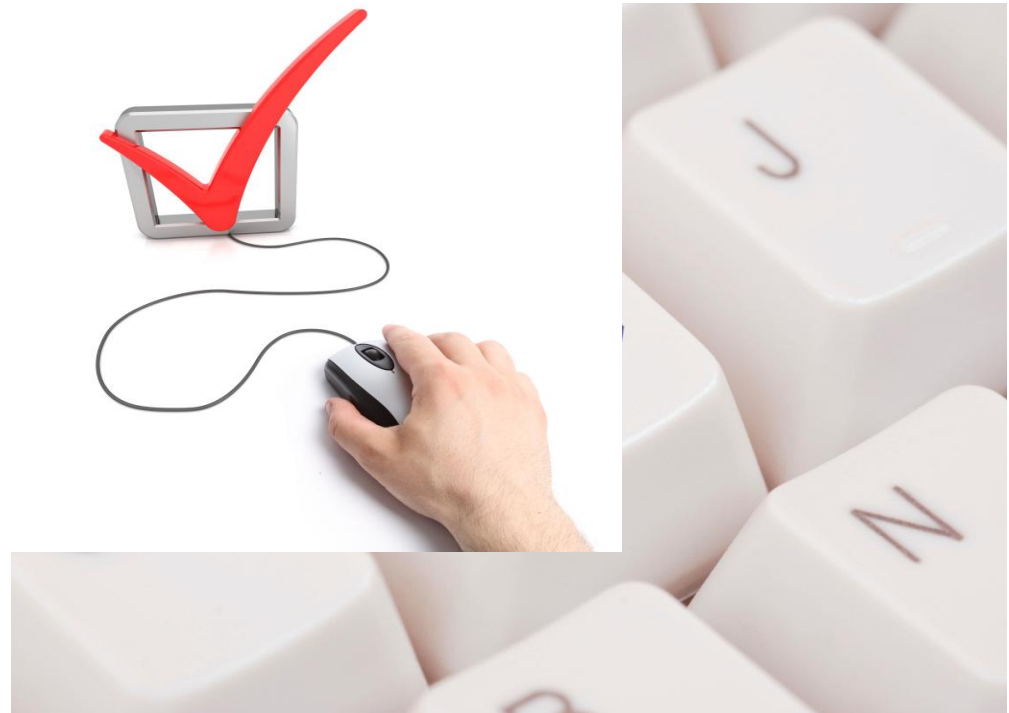
*Wofür glauben Sie, werden Ihre online erhobenen personenbezogenen Daten genutzt?*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=406, ungestützte Abfrage

6.

# Mögliche Risiken und Maßnahmen zur Sicherung der Daten

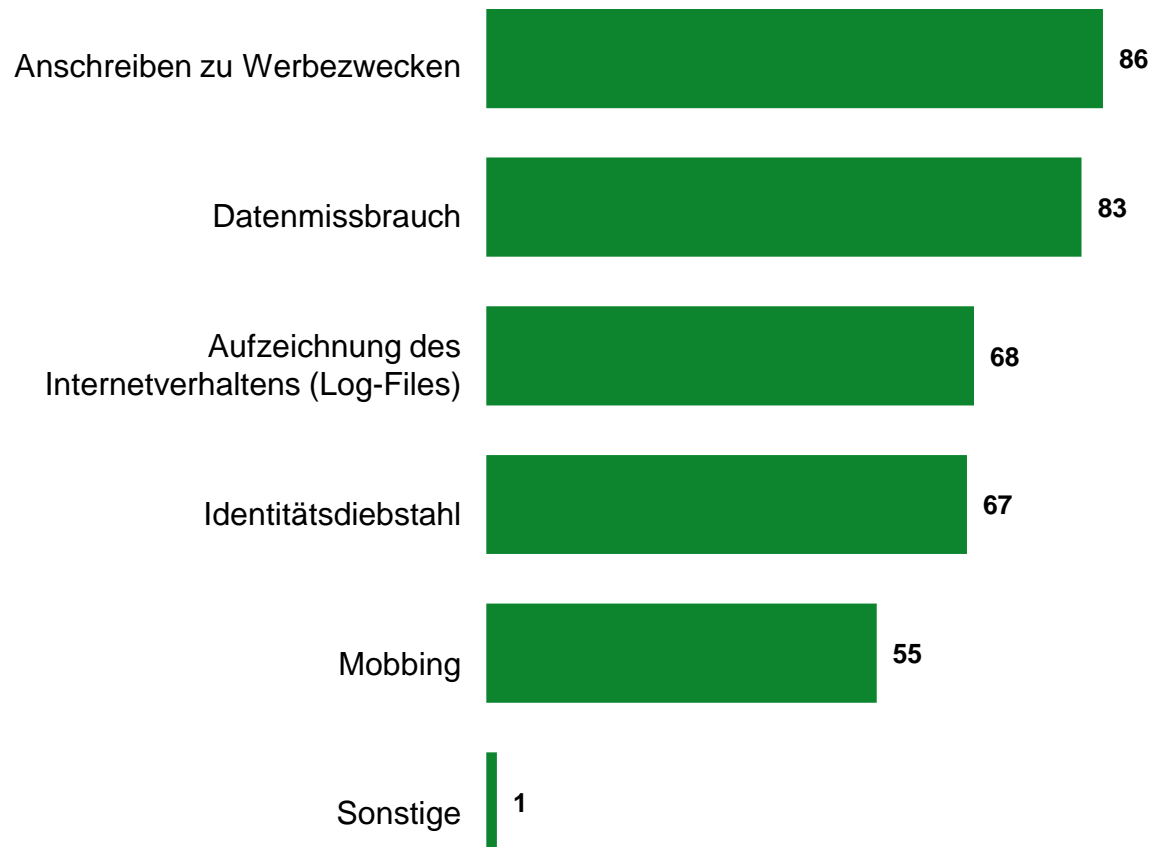


## Zusammenfassung zum Kapitel: Mögliche Risiken und Maßnahmen zur Sicherung der Daten

- **Mehr als 85% der Befragten** sind sich sicher, dass ihre persönlichen Daten für Anschreiben zu Werbezwecken verwendet werden. Also auch hier zeigt sich, dass sich **insbesondere Werbung in den Köpfen stark verankert** hat und die Angst vor dieser am größten ist.
- Werden diejenigen dann dazu befragt, welche geeigneten Maßnahmen dazu beitragen können, diese und andere Risiken zu vermeiden dann gibt **jeder Vierte an, dass jeder dafür selbst verantwortlich ist**, indem diese keine oder weniger Daten von sich preisgibt. Hinzu kommt, dass fast jeder Fünfte sagt, dass die Profil-Einstellungen so vorzunehmen sind, dass unerwünschte Zugriffe nicht realisierbar sind. **Mehr als 10% sehen den Staat** in dieser Hinsicht in seiner Pflicht die Nutzer vor Datenmissbrauch zu schützen und fordern härtere und schärfere Gesetze im Allgemeinen oder speziell das Verbot von Datenweitergabe.

Werbezwecke und Datenmissbrauch werden von mehr als 80% befürchtet. 2/3 glauben, dass Identitätsdiebstahl ein Risiko darstellt.

*Welche der unten aufgeführten Risiken bei der Angabe Ihrer personenbezogenen Daten im Internet sind Ihnen bekannt?*

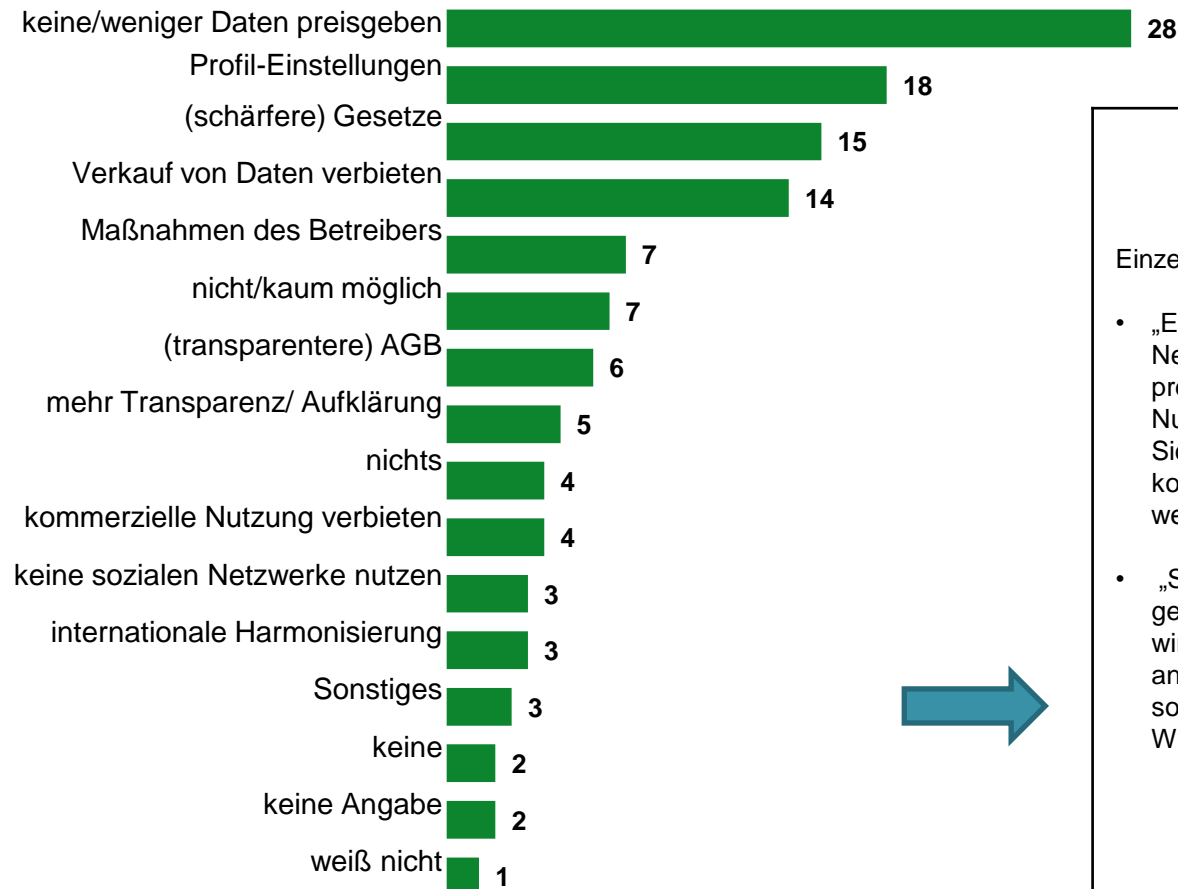


Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=404, gestützte Abfrage, Mehrfachantworten möglich



Die Nutzer sehen vor allem sich selbst in der Verantwortung. Datensparsamkeit und geeignete Profil-Einstellungen wurden am häufigsten genannt.

*Welche Maßnahmen könnten Ihrer Meinung nach dazu beitragen, dass Sie sich in sozialen Netzwerken sicherer fühlen?*



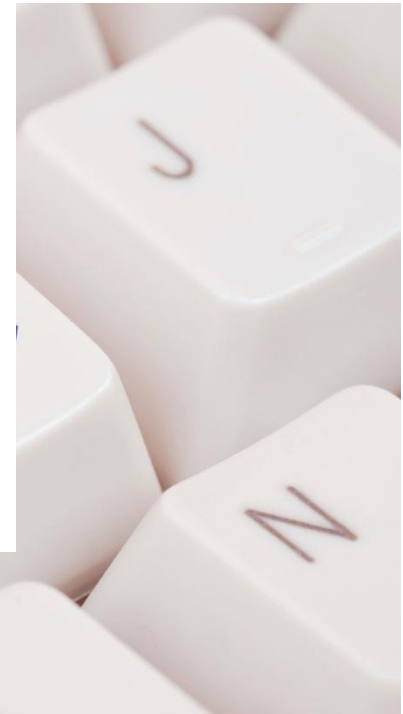
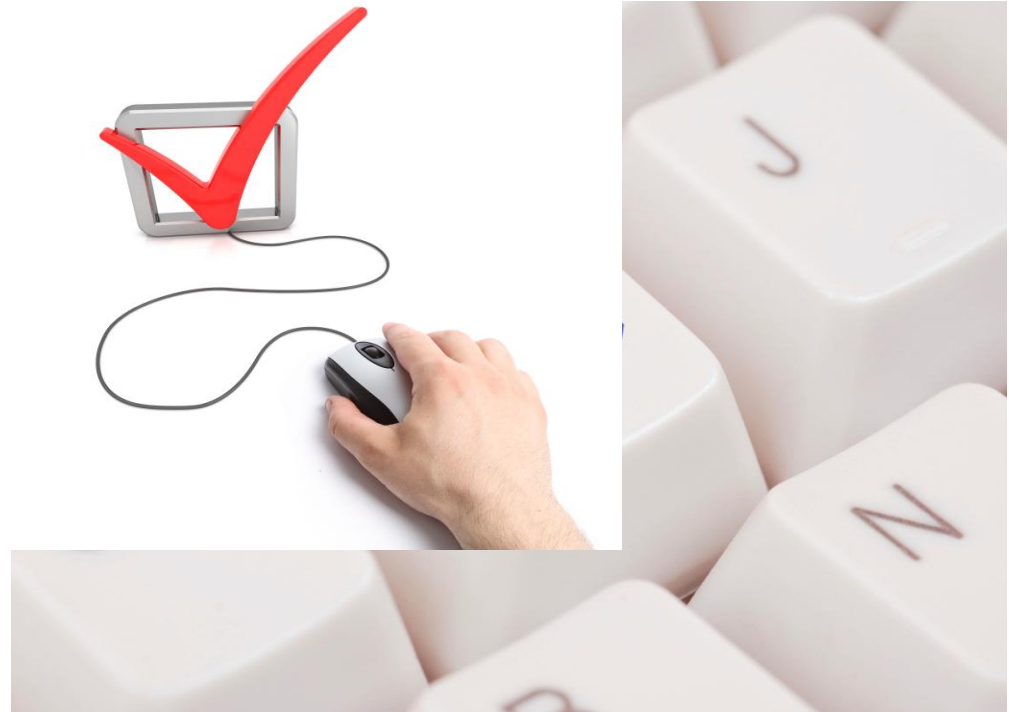
Einzelne Befragte wünschen sich:

- „Ein weitverbreitetes soziales Netzwerk, welches nicht profitorientiert arbeitet und die Nutzer als Kunden hat, hohen Sicherheitsstandards genügt, kostenpflichtig, aber dafür werbefrei ist“
- „Suchanfragen sollen nicht gespeichert werden, daraufhin wird die angegebene E-Mailadresse in sozialen Netzwerken zu Werbemaßnahmen genützt“

Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die sich in sozialen Netzwerken nicht ausreichend geschützt fühlen, n=188, ungestützte Abfrage

7.

# Bekanntheit & Kenntnisstand der gesetzlichen Rahmenbedingungen



## Zusammenfassung zum Kapitel: Bekanntheit & Kenntnisstand der gesetzlichen Rahmenbedingungen I

- **65%** der Befragten geben an, dass sie das **Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) zumindest kennen** und **13% derjenigen besitzen angeblich genauere Kenntnisse** über die Inhalte. Nutzer in der Altersgruppe 16-25 Jahre kennen das BDSG nicht so häufig wie die 26-39 Jährigen (60% und 69%).
- Dies bedeutet, dass **35% aller Befragten**, das Bundesdatenschutzgesetz nicht kennen.
- Befragt man nun die Personen, die das BDSG inhaltlich kennen oder zumindest davon gehört haben, zu den detaillierten Inhalten des Gesetzes, wird erkennbar, dass sich die Befragten nicht sicher sind, **wie die tatsächlichen Inhalte lauten**. Wenn es um die Weitergabe der personenbezogenen Daten an Dritte oder Internetanbieter geht, sind sich **55% der Befragten nicht sicher**, ob das BDSG wirklich dafür Sorge trägt, dass personenbezogene Daten nicht weitergegeben werden.
- **29 %** der Befragten sind sich sogar sicher, dass **keine separaten gesetzlichen Regelungen zur Anonymisierung der Daten innerhalb von Markt- und Sozialforschungszwecken existieren**. Dieses Ergebnis ist erschütternd, denn erst im Jahr 2009 wurde eine neue Grundlage für die Forschungstätigkeit in der Markt- und Sozialforschung ins BDSG aufgenommen und eine explizite Trennung zu Werbetätigkeiten verankert. Allerdings scheint es, dass diese Geschehnisse noch nicht in der Gesamtbevölkerung verankert sind.

## Zusammenfassung zum Kapitel: Bekanntheit & Kenntnisstand der gesetzlichen Rahmenbedingungen II

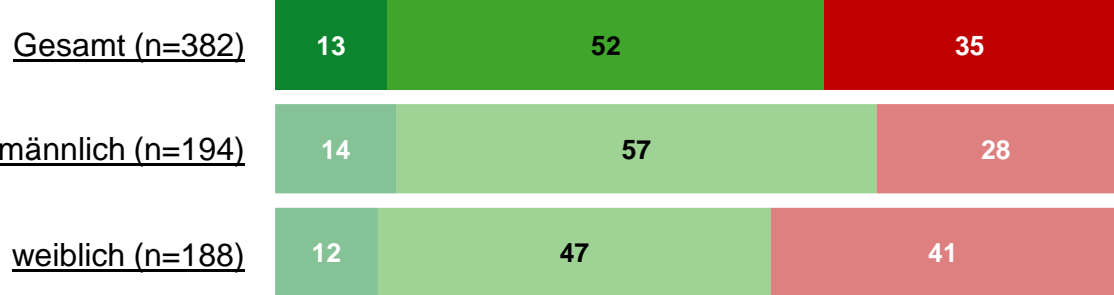
- **64%** der Befragten sind der Meinung, dass das **Bundesdatenschutzgesetz die einzige Grundlage** ist, die den Umgang mit personenbezogenen Daten beschreibt. Jedoch greifen auch das **Telekommunikationsgesetz** und **Datenschutzbehörden** auf Länderebene sowie der Datenschutzbeauftragte auf Länder- und Bundesebene. Bei Fragen helfen ansonsten auch die **Verbraucherschutzorganisationen** den Bürgern.
- Erkennbar ist, dass in der Bevölkerung noch **Aufklärungsbedarf** besteht, damit der Einzelne seine Rechte kennt und nutzen kann.
- In den Medien wird immer wieder über Datenmissbrauch berichtet oder es werden Informationen zu Unternehmen bekannt, die durch die Verlagerung der Unternehmenssitze ins Ausland, Datenbestimmungen oder AGBs in Deutschland umgehen können. Somit ist es nicht verwunderlich, dass **70% der Befragten**, das **BDSG nicht als ausreichenden Schutz** empfinden.
- Auch Forderungen nach einem **generellen Weitergabeverbot** von personenbezogenen Daten (12% der Befragten) und **neuen und schärferen Gesetzen** (8%) werden deutlich.
- Ein sehr interessanter Gedanke ist die **Einführung europaweiter einheitlicher Datenschutzregelungen**.

# Mehr als die Hälfte der Befragten hat schon einmal von dem BDSG gehört, allerdings kennt nur ein geringer Teil die Inhalte.

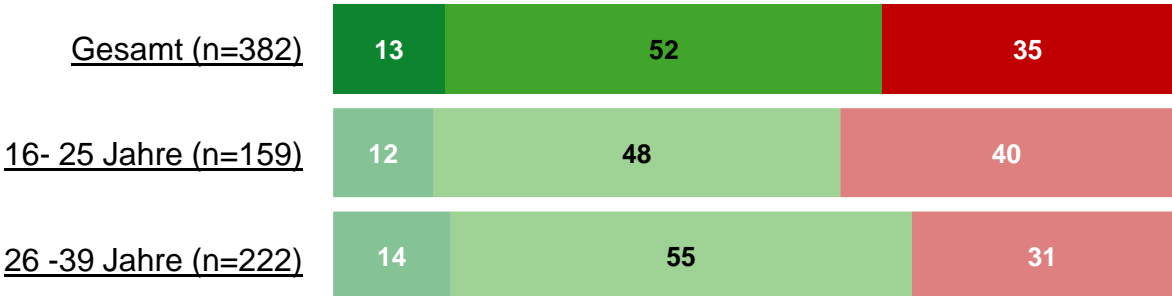
*Ist Ihnen das Bundesdatenschutzgesetz als gesetzliche Rahmenbedingung, zur Sicherung der personenbezogenen Daten bekannt?*

■ Ja, ich kenne das BDSG und seine Inhalte. ■ Ja, ich habe vom BDSG gehört.  
 ■ Nein, das BDSG ist mir nicht bekannt.

**Geschlecht**



**Alter**



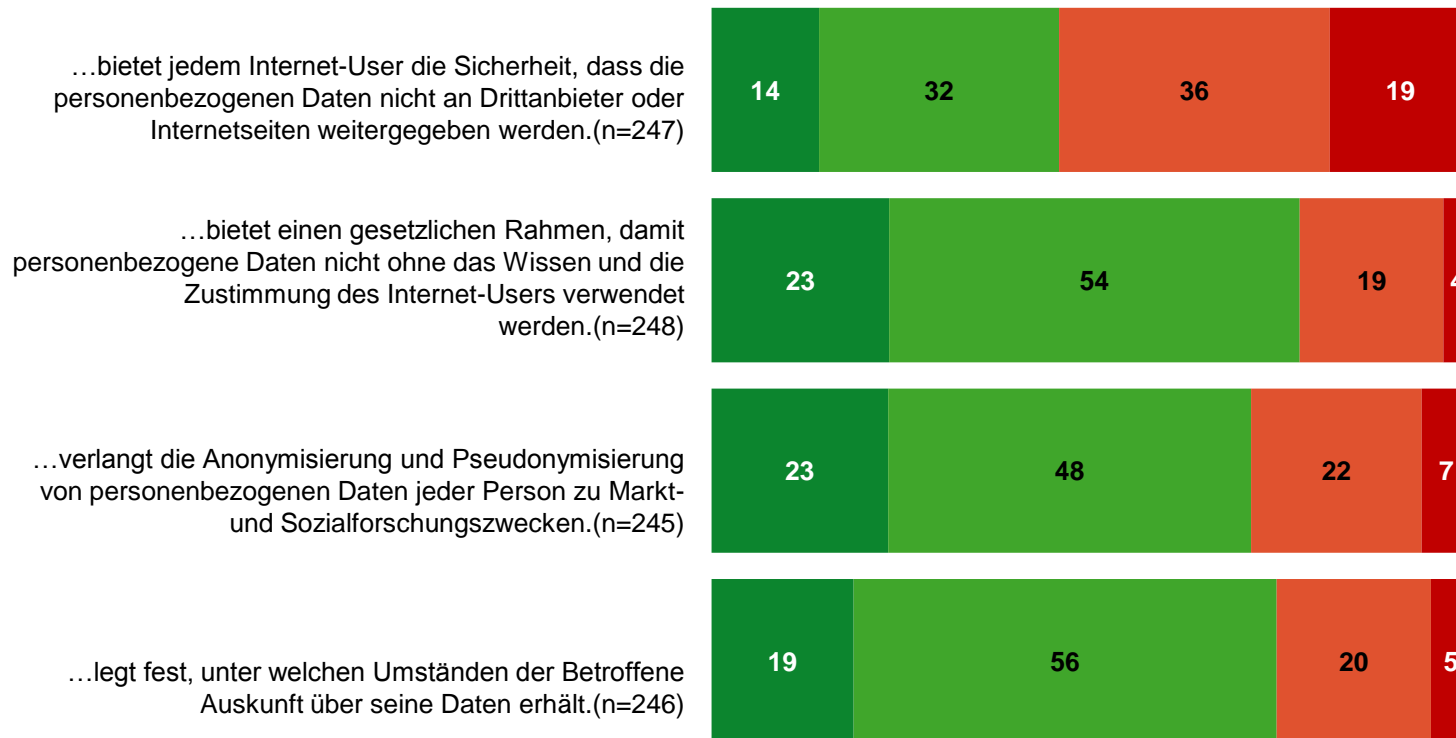
Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=382, gestützte Abfrage

Die Mehrheit der Befragten ist sich über die wesentlichen Inhalte des BDSG bewusst. Unsicherheit besteht bei der Funktion des BDSG, wenn es um die Datenweitergabe geht.

*Sie haben angegeben, dass Ihnen das Bundesdatenschutzgesetz bekannt ist. Welchen der aufgeführten Aussagen würden Sie zustimmen?*

■ stimme voll und ganz zu      ■ stimme eher zu  
■ stimme eher nicht zu      ■ stimme nicht zu

### Das BDSG...



Richtige Aussagen zum BDSG

Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, denen das BDSG bekannt ist, gestützte Abfrage

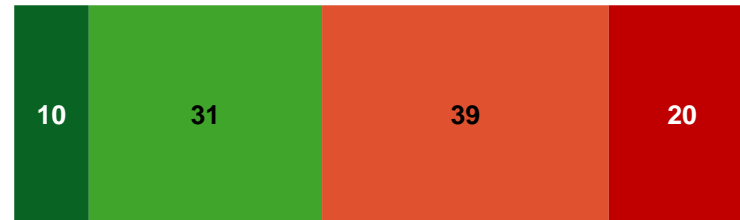
64% sind der Meinung, dass das BDSG die einzige rechtliche Grundlage bildet.

*Sie haben angegeben, dass Ihnen das Bundesdatenschutzgesetz bekannt ist. Welchen der aufgeführten Aussagen würden Sie zustimmen?*

- stimme überhaupt nicht zu
- stimme eher nicht zu
- stimme eher zu
- stimme voll und ganz zu

### Das BDSG...

...regelt den Datenschutz auch für soziale Netzwerke, deren Hauptsitz sich im Ausland befindet. (n=245)



Nur das BDSG ist die rechtliche Grundlage für den Umgang mit personenbezogenen Daten. (n=245)



...regelt den Datenschutz, kennt aber kein Beschwerderecht von Betroffenen. (n=248)



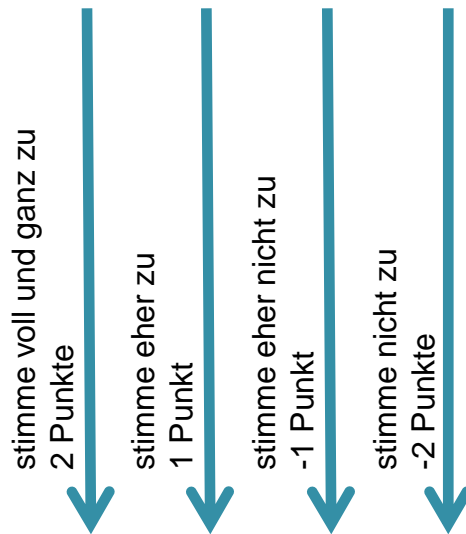
Falsche Aussagen zum BDSG

Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, denen das BDSG bekannt ist, gestützte Abfrage

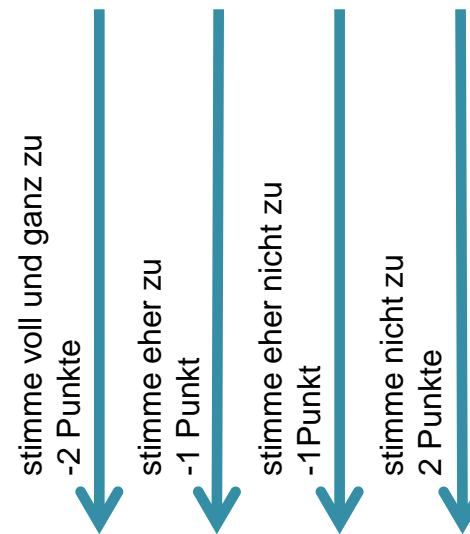
## Indexbildung zur Bewertung des Kenntnisstandes zum BDSG

Um die Selbsteinschätzung der Probanden hinsichtlich ihres Kenntnisstandes zum BDSG zu validieren, wurde der Kenntnisstand implizit über die Zustimmung zu richtigen und falschen Aussagen zum BDSG gemessen.

### Richtige Aussagen



### Falsche Aussagen



**Index-Kennntnisstand (Mittelwert 7 Variablen)**



Insgesamt ist der Index unabhängig von der Selbsteinschätzung negativ. Diejenigen, die angegeben haben die Inhalte zu kennen haben nur unwesentlich besser abgeschnitten

*Kenntnisstand zum BDSG nach Selbsteinschätzung und Subgruppen*

	Ja, ich kenne das BDSG und seine Inhalte. (n=51)	Ja, ich habe vom BDSG gehört. (n=199)
Gesamt (n=250)	-0,2490*	-0,2747*
männlich (n=139)	-0,2398*	-0,2510*
weiblich (n=111)	-0,2608*	-0,3047*
16- 25 Jahre (n=96)	-0,2707*	-0,2195*
26 -39 Jahre (n=154)	-0,2532*	-0,3095*

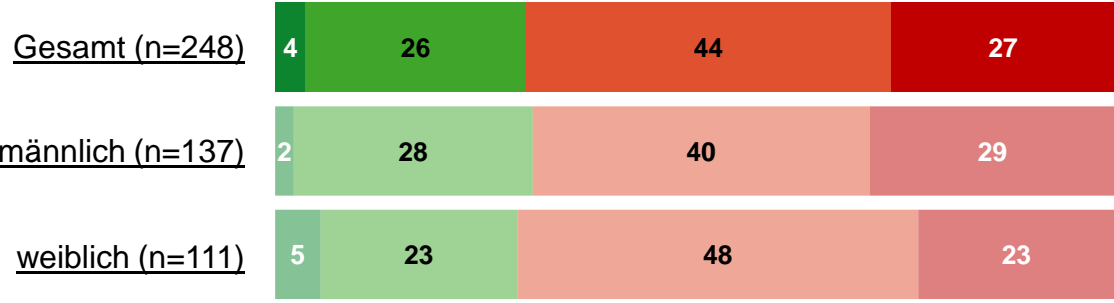
Der Index kann Werte zwischen -2 und +2 annehmen. Höhere Werte stehen für eine bessere Kenntnis der Inhalte des BDSG. Die Indexwerte sind nicht absolut zu interpretieren, sondern dienen dem Vergleich der Subgruppen. Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, denen das BDSG bekannt ist, Indexwerte.

# Mehr als Zweidrittel der Befragten reicht das BDSG als Sicherheitsmaßnahme im Umgang mit personenbezogenen Daten nicht aus.

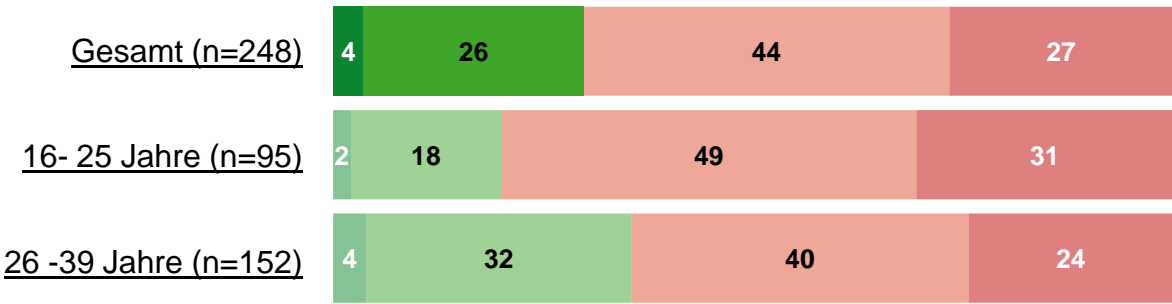
Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu? „Das BDSG reicht als Sicherheitsmaßnahme für den Umgang mit personenbezogenen Daten aus.“

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme nicht zu

**Geschlecht**



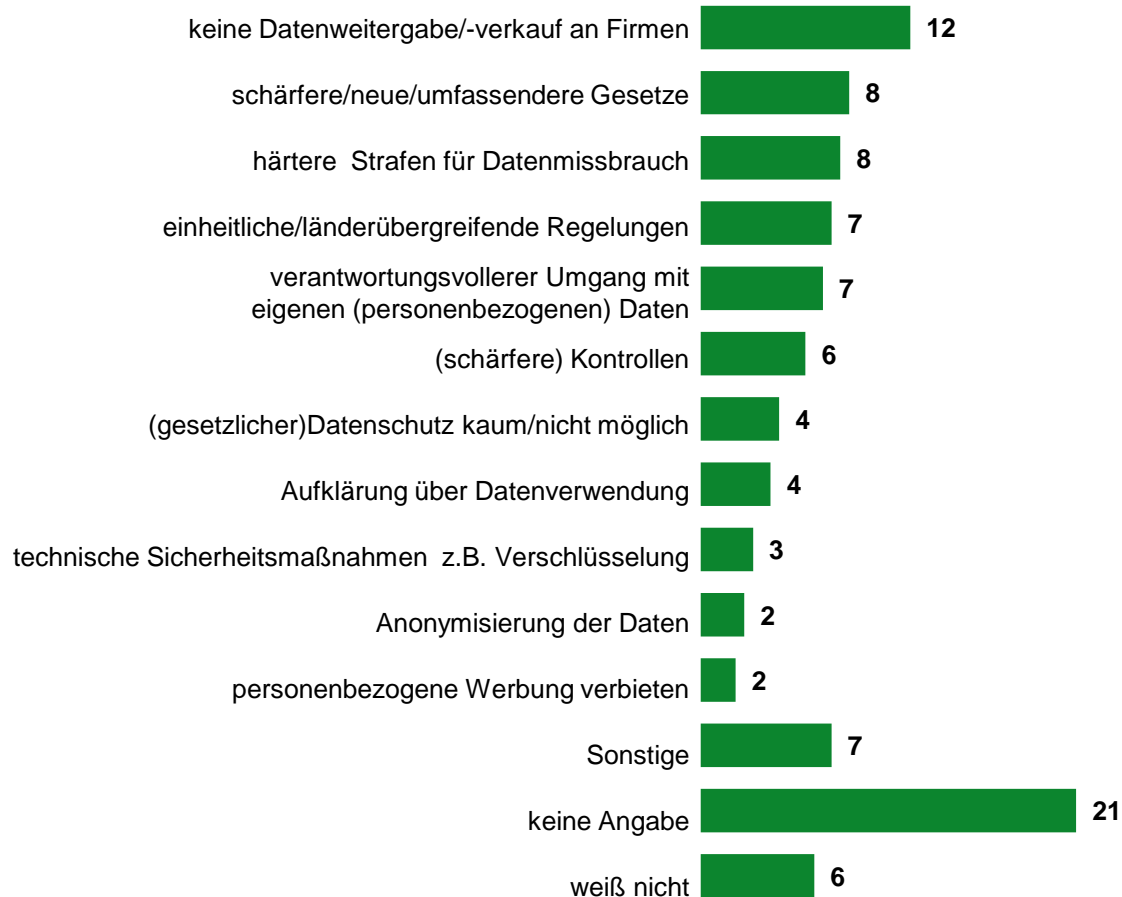
**Alter**



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, die mindestens von dem BDSG gehört haben, gestützte Abfrage

## Eine der von den Befragten geforderten Schutzmaßnahmen ist ein Verbot zur Datenweitergabe an Firmen.

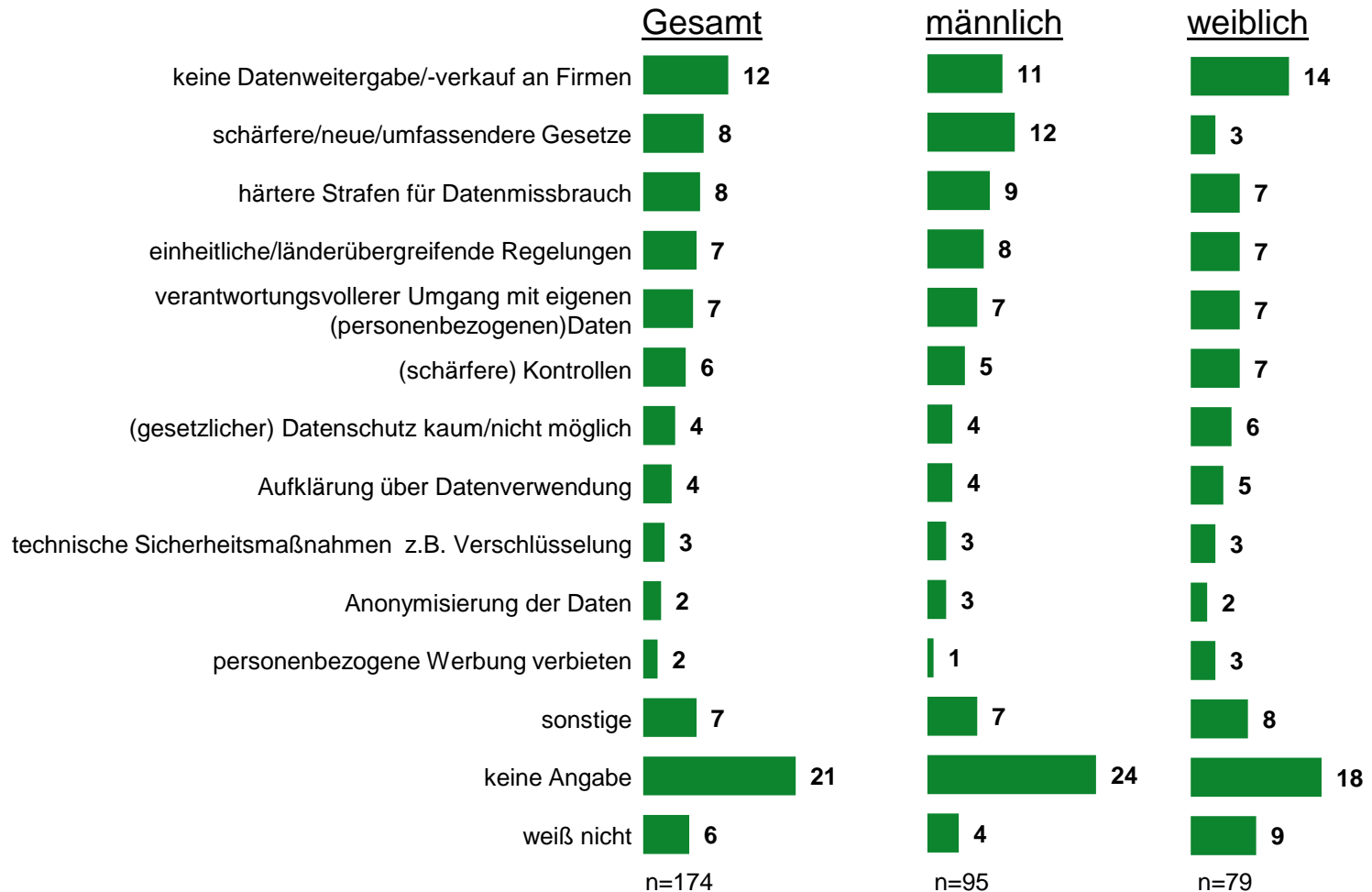
*Sie haben angegeben, dass das BDSG keinen ausreichenden Schutz bietet. Bitte beschreiben Sie kurz, wie die Maßnahmen zum Schutz der Daten aussehen können.*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, denen das BDSG nicht ausreichend Schutz bietet, n=201, ungestützte Abfrage

## Männer und Frauen sind sich einig, wenn es um den Schutz der Daten geht: Die Datenweitergabe an Unternehmen sollte verboten werden.

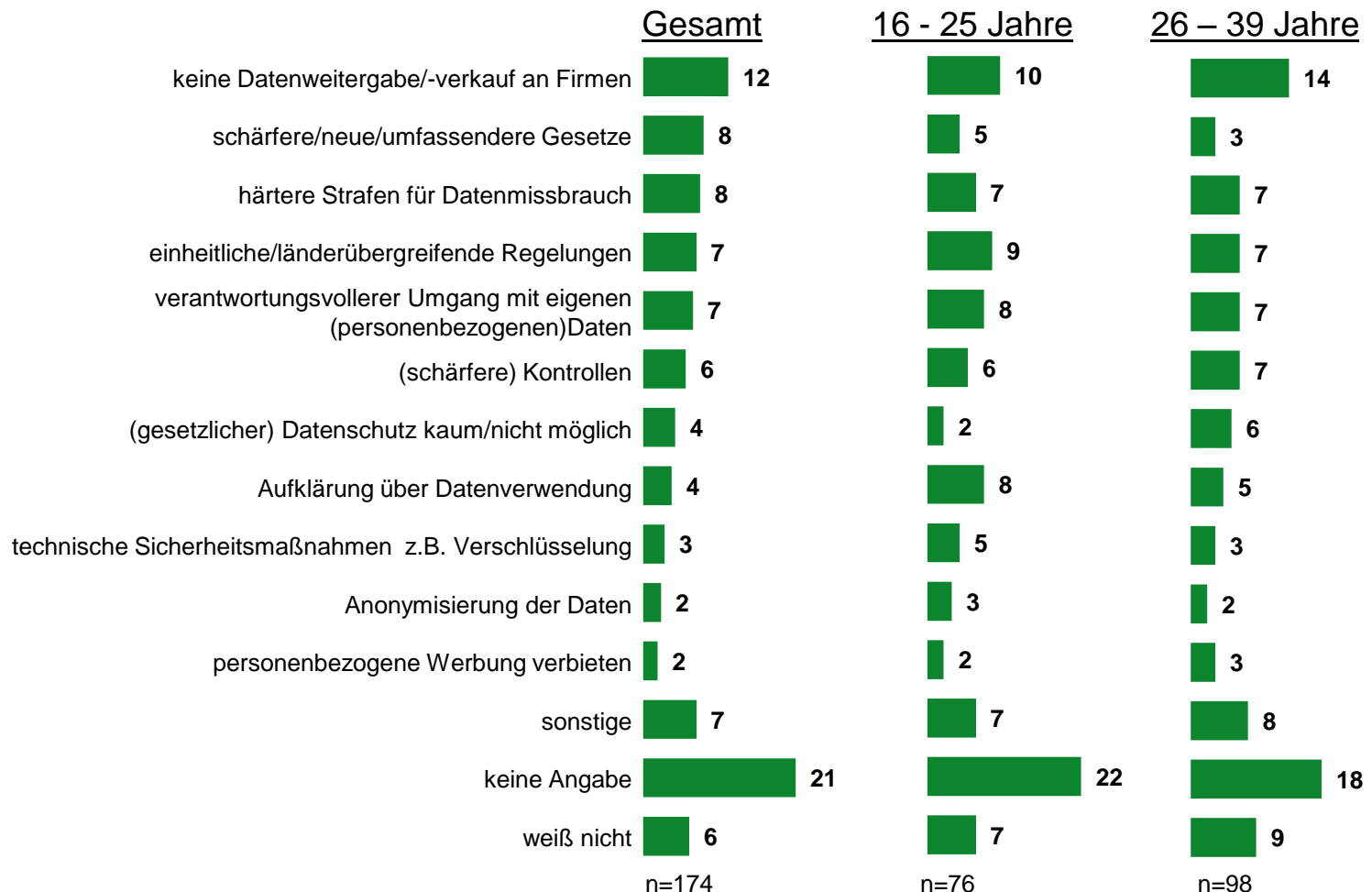
*Sie haben angegeben, dass das BDSG keinen ausreichenden Schutz bietet. Bitte beschreiben Sie kurz, wie die Maßnahmen zum Schutz der Daten aussehen können.*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, denen das BDSG nicht ausreichend Schutz bietet, ungestützte Abfrage

12% der Befragten fordern ein Verkaufsverbot von Daten und 8% härteren Strafen bei Datenmissbrauch.

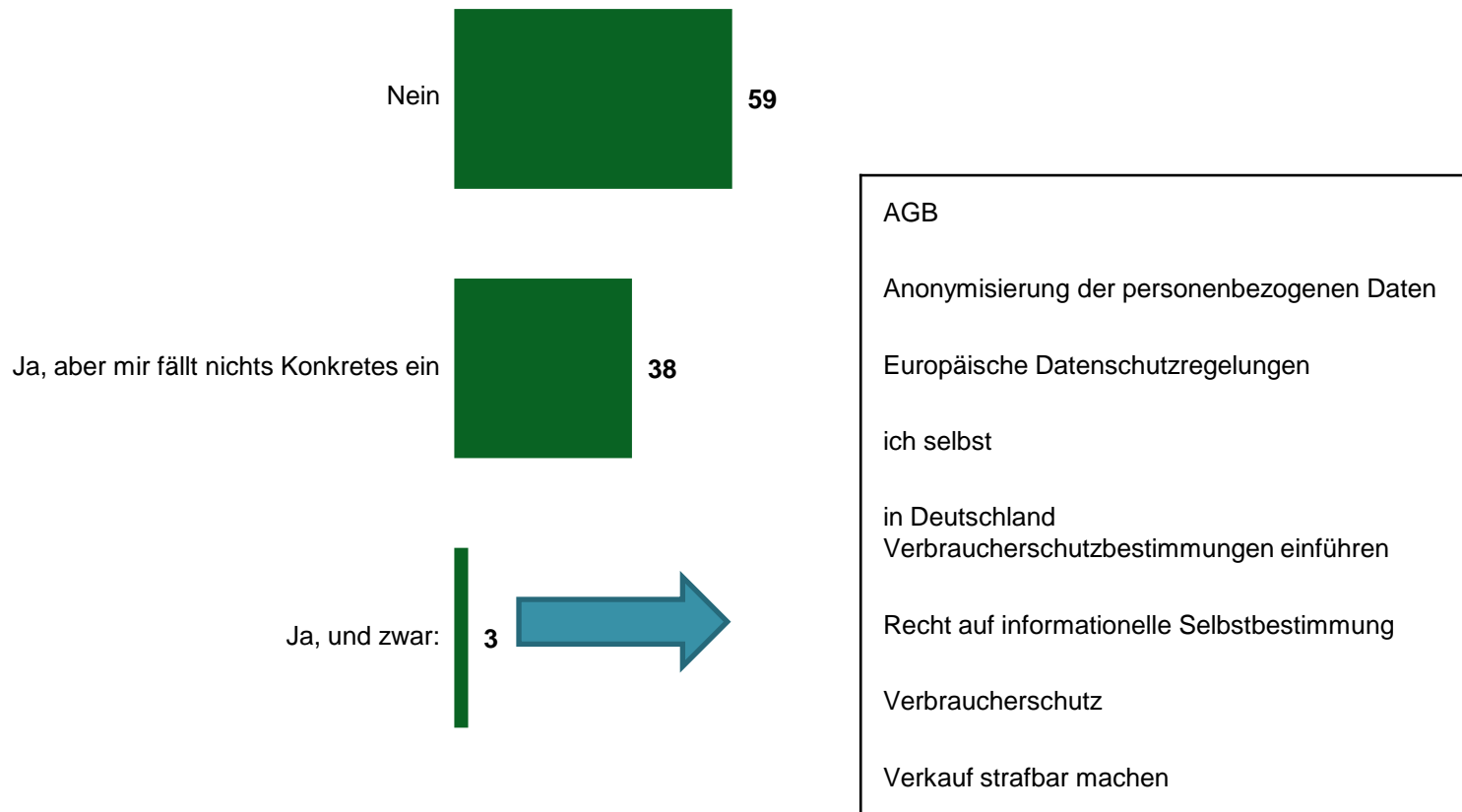
*Sie haben angegeben, dass das BDSG keinen ausreichenden Schutz bietet. Bitte beschreiben Sie kurz, wie die Maßnahmen zum Schutz der Daten aussehen können.*



Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, denen das BDSG nicht ausreichend Schutz bietet, ungestützte Abfrage

Fast 60% der Befragten sind sich über weitere Bestimmungen nicht bewusst. Einige wenige fordern das Agieren des Verbraucherschutzes.

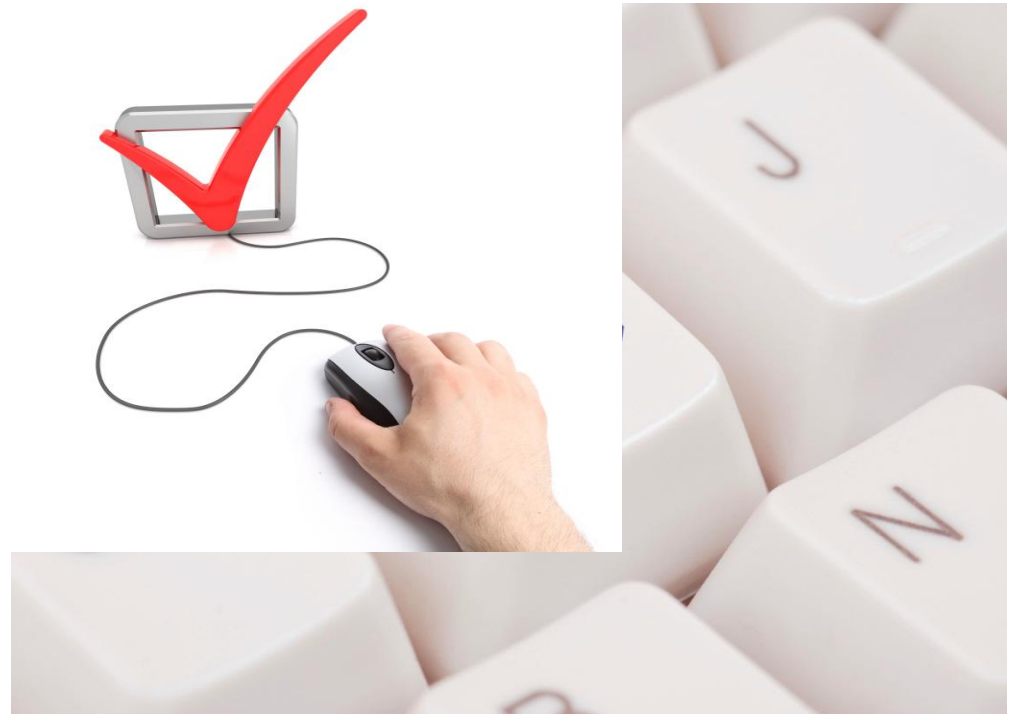
*Sind Ihnen weitere datenschutzrechtliche Bestimmungen bekannt, die Ihre personenbezogenen Daten im Internet sichern und Sie als Verbraucher vor Datenmissbrauch schützen?*



▲ Achtung, Fallzahl < 10, somit keine Häufigkeitsdarstellung

Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=370, gestützte Abfrage

# 8. Handlungsempfehlungen



## Handlungsempfehlungen I

Um sowohl die **objektive Sicherheit** als auch das **Sicherheitsempfinden** der Nutzer im Internet - insbesondere in sozialen Netzwerken - zu steigern, sind ein Reihe von Maßnahmen erforderlich.

In diesem Zusammenhang sind neben den **Nutzern** selbst auch die **Betreiber von Internetdiensten** (z.B. soziale Netzwerke) und **staatliche Institutionen** gefragt.

So zeigen die Ergebnisse der Studie, dass sich viele Nutzer selbst in der Pflicht sehen, für die Sicherheit ihrer Daten Sorge zu tragen. Trotzdem haben längst nicht alle Nutzer die wichtigsten Programme zu Ihrem Schutz installiert. Um diesem entgegen zu wirken, muss stärker aufgeklärt und für mehr Transparenz gesorgt werden, besonders in Hinblick auf bestehende **Risiken und mögliche Sicherheitsmaßnahmen**.

Außerdem sollte für den Nutzer speziell bei der **Installation von Betriebssystemen** die Möglichkeit bestehen, zwischen verschiedenen kostenfreien Sicherheitsprogrammen wählen zu können. Durch die Möglichkeit, zwischen unterschiedlicher Sicherheitsprogramme zu wählen, wird der Nutzer sensibilisiert und die Verbreitung dieser Programme erhöht. Dies hätte zur Folge, dass jeder Nutzer sein Sicherheitsrisiko reduziert und bei der Verwendung von persönlichen Daten ein **Sicherheitsstandard** eingeführt wird, der für jeden Nutzer leicht umsetzbar ist.

Auch die relativ hohe Bereitschaft, **E-Mails von unbekanntem Absendern** zu lesen oder an **unseriösen Gewinnspielen** teilzunehmen, sollte durch **bewusste Aufklärung** verringert werden. An dieser Stelle sind sowohl die Massenmedien (Zeitung, Radio und Fernsehen) als auch die Betreiber von E-Mail-Diensten in der Verantwortung zu handeln.



## Handlungsempfehlungen II

Ebenfalls Aufklärungsbedarf besteht hinsichtlich des **Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)** und seiner Inhalte. In diesem Zusammenhang sollten besonders **junge Menschen** im Fokus stehen. Diese Zielgruppe bewegt sich am häufigsten im Internet und ist gleichzeitig weniger über das BDSG informiert. Hier könnte bereits durch entsprechende **Projekte im Schulunterricht** ein Großteil der Aufklärung erfolgen. Ziel sollte es sein, dass junge Menschen mit einem gesunden, kritischen Denken gegenüber der Weitergabe und Verwendung von personenbezogenen Daten und den damit verbundenen Risiken aufwachsen. Um die breite Bevölkerung zu erreichen, sollte aber auch die **öffentliche Diskussion** zu diesem Thema verstärkt werden. Hier müssten auch die Medien mit in die Verantwortung einbezogen werden und ihre **Berichterstattung** zum Thema Datenschutz und möglichen Risiken sollte intensiviert werden.

Zusätzlich sollten die Betreiber von Webseiten Änderungen in den Datenschutzbestimmungen transparenter gestalten und die Nutzer gezielt informieren. Neben den bereits erwähnten Verantwortlichen sollte die **Marktforschungsbranche** noch stärker zur Aufklärung beitragen. Die gestartete Kampagne „**Sag Ja zur deutschen Marktforschung**“ sollte intensiviert werden: dadurch wird die Trennung zwischen Forschung und forschungsfremden Tätigkeiten im Bewusstsein der Bevölkerung bewusster verankert.

Außerdem könnte eine intensivere **Kooperation** zwischen den **Verbraucherschutzorganisationen** und den **Datenschutzbeauftragten** auf Bundes- und Länderebene dazu beitragen, dass die Interessen der Verbraucher bei der Gestaltung und Umsetzung von Gesetzen stärker berücksichtigt werden.

Wie erwähnt sehen sich die Nutzer in Bezug auf ihre Daten selbst in der Pflicht. Dies gilt besonders hinsichtlich der jeweiligen Einstellungen in den eigenen Profilen von sozialen Netzwerken. Über diese Tatsache sind sich die meisten Nutzer im Klaren und versuchen die entsprechenden **Maßnahmen** auch umzusetzen (z.B. durch Zugriffsrechte).

## Handlungsempfehlungen III

Auch hier sollten die Betreiber von sozialen Netzwerken mit in die Verantwortung genommen werden: sie sollten ihre **Basiseinstellungen so einrichten**, dass direkt nach der Anmeldung bereits ein möglichst hohes Maß an Schutz gewährleistet wird. Außerdem sollten die Profileinstellungen so transparent gestaltet sein, dass sie leicht überschaubar sind, sowie bewusst und nachvollziehbar geändert werden können.

Obwohl die Befragten häufig angegeben haben, dass ein **verantwortungsvoller Umgang** mit eigenen Daten eine geeignete Maßnahme sei, um ihre Daten zu schützen, werden trotzdem viele personenbezogene Daten in sozialen Netzwerken preisgegeben. Dieses Vorgehen muss nicht unbedingt schlecht sein, jedoch sollte der Zugriff auf die Daten beschränkt und so geschützt werden, dass die Daten nicht ohne eine explizite Einwilligung genutzt werden können. Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Betreiber der Internetseiten ihre **Datenschutzbestimmungen transparenter aufbauen** und **verantwortungsvoller mit den vorhandenen Daten der Nutzer umgehen**.

Dieses Vorgehen wird gegen die Interessen der Betreiber wahrscheinlich nur durch eine gesetzliche Regelung umsetzbar sein. Hier sollte auch dem Wunsch vieler Nutzer nach einer europaweiten oder internationalen **Harmonisierung der Gesetze** Rechnung getragen werden. Ein erster Schritt in diese Richtung könnte eine Regelung sein, die die Nutzer nach dem Datenschutzrecht ihres Heimatlandes schützt und nicht mehr nach dem Recht des Landes, indem der Unternehmenssitz des Anbieters angesiedelt ist.

Insgesamt besteht also noch viel **Handlungsbedarf**, was den Datenschutz im Internet betrifft, und nicht alle Maßnahmen werden kurzfristig umsetzbar sein.

Trotzdem sollten sich alle Beteiligten in der Verantwortung sehen, denn nur so kann langfristig **das Vertrauen der Öffentlichkeit** in den Datenschutz steigen und die entsprechende Umsetzung im Internet erreicht werden.

# Abschlussprojekt 2013 der Klasse FT10A

Joseph DuMont Berufskolleg

## Team-Mitglieder:

Jan Unverzagt  
Nicol Reinhardt  
Markus Suchalla  
Leandra Terry

