

# State of Privacy Report 2015



## DAS PROBLEM DER DATENSICHERHEIT

- Erwachsene, die um den Schutz ihrer persönlichen Daten besorgt sind
- Erwachsene, die nichts dagegen haben, wenn Firmen ihre Daten an Dritte weitergeben
- Erwachsene, die ihre Daten für wertvoll halten
- Der empfundene Wert von persönlichen Daten
  - % meinen, ihre Daten seien bis zu 1.000 € wert
  - % meinen, ihre Daten seien 10.000 € oder mehr wert
- Erwachsene, die die vollständigen Geschäftsbedingungen lesen, wenn sie Produkte oder Services online kaufen
- Erwachsene, die ihre personenbezogenen Daten besser schützen möchten, aber nicht wissen wie
- Erwachsene, die bereits von irgendeiner Form von Datenschutzverletzung betroffen waren und darauf vertrauten, dass das Problem behoben würde

DEUTSCHLAND

EUROPA

62%	57%
8%	14%
81%	81%
77%	57%
10%	24%
23%	25%
69%	66%
23%	20%

## DIE VERTRAUENSLÜCKE BEIM DATENSCHUTZ

„Vertrauenslücke beim Datenschutz“ bezieht sich auf den Unterschied in der Wahrnehmung der Vertraulichkeit persönlicher Daten und der Sicherheit dieser Daten.

- Erwachsene, die darauf vertrauen, dass ihre Bank-/Kreditkarteninformationen vertraulich behandelt werden
- Erwachsene, die darauf vertrauen, dass ihre Bank-/Kreditkarteninformationen sicher aufbewahrt werden
- Vertrauenslücke beim Datenschutz – Bank-/Kreditkarteninformationen
- Erwachsene, die darauf vertrauen, dass ihre Patientendaten vertraulich behandelt werden
- Erwachsene, die darauf vertrauen, dass ihre Patientendaten sicher aufbewahrt werden
- Vertrauenslücke beim Datenschutz – Patientendaten
- Erwachsene, die darauf vertrauen, dass Daten zu ihren Einkaufsgewohnheiten vertraulich behandelt werden
- Erwachsene, die darauf vertrauen, dass Daten zu ihren Einkaufsgewohnheiten sicher aufbewahrt werden
- Vertrauenslücke beim Datenschutz – Daten zu Einkaufsgewohnheiten
- Erwachsene, die es für unfair halten, wenn ihre persönlichen Informationen aus sozialen Medien, Browserverläufen und anderen Online-Aktivitäten von Unternehmen genutzt werden, um daraus Gewinn zu schlagen
- Erwachsene, die einem Unternehmen ihre E-Mail-Adresse geben würden, wenn sie dafür einen Einkaufsrabatt erhielten

79%	85%
52%	66%
-27 Pkt.	-19 Pkt.
77%	82%
48%	60%
-29 Pkt.	-22 Pkt.
30%	34%
16%	15%
-14 Pkt.	-19 Pkt.
72%	74%
29%	33%

Je größer die Vertrauenslücke beim Datenschutz, desto größer ist auch das Problem. Wenn Kunden denken, dass ihre privaten Daten nicht sicher sind, führt das zu Konsequenzen in der Zukunft...

## DIE ZUKUNFT DES DATENSCHUTZES

- Erwachsene, die die Sicherheit ihrer Daten bei der Auswahl eines Unternehmens für wichtig halten
- Erwachsene, die die Bereitstellung hochwertiger Produkte/Services bei der Auswahl eines Unternehmens für wichtig halten
- Erwachsene, die es vermeiden, persönliche Informationen online zu posten, um ihre persönlichen Daten zu schützen
- Erwachsene, die falsche Angaben verwenden, um ihre persönlichen Daten zu schützen
- Erwachsene, die eine Auszeit vom Internet einlegen würden

86%	88%
82%	86%
44%	57%
36%	31%
85%	69%

## AUFKLÄRUNG, UNTERSTÜTZUNG UND MÖGLICHKEITEN BEIM SCHUTZ VON DATEN

- Anteil der Verantwortung, den Regierungen für den Schutz persönlicher Daten der Bevölkerung übernehmen sollten
- Anteil der Verantwortung, den Unternehmen für den Schutz persönlicher Daten der Bevölkerung übernehmen sollten
- Anteil der Verantwortung, den Verbraucher für den Schutz ihrer persönlichen Daten übernehmen sollten
- Erwachsene, die bereit wären, für den Schutz von Daten mindestens so viel wie für ihre Mobiltelefonrechnung zu bezahlen, um so ihre persönlichen Daten zu schützen

32%	36%
28%	30%
40%	33%
36%	46%