

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.