

Die Mehrheit der Deutschen zweifelt am Datenschutz

Eine Studie von YouGov und SINUS zum Europäischen Datenschutztag am 28. Januar

Köln, 24.01.2018. Der Schutz von persönlichen Daten ist eine wichtige Maßnahme für den richtigen Umgang im Internet. Um die Bevölkerung stärker für Datenschutz zu sensibilisieren, hat der Europarat den 28. Januar zum Europäischen Datenschutztag ausgerufen. Am 25. Mai 2018 tritt nach jahrelangen Verhandlungen außerdem die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung in Kraft. Damit wird das Datenschutzrecht innerhalb der EU vereinheitlicht. Nur Wenige (15 Prozent) wissen darüber Bescheid, die Meisten (80 Prozent) haben davon noch nichts gehört. Aus diesem Anlass haben das SINUS-Institut und YouGov in einer repräsentativen Studie gefragt, wie wichtig den Deutschen der Schutz ihrer Daten ist und was sie tun, um persönliche Informationen zu schützen.

Die Mehrheit der Deutschen bezweifelt, die Kontrolle über persönliche Daten im Internet zu haben

Der ständige und uneingeschränkte Zugang zum Internet bietet heutzutage viele Möglichkeiten: E-Mails abrufen, Nachrichten verschicken oder online einkaufen. Dabei ist eins ganz besonders wichtig: der Schutz persönlicher Daten. Das sehen fast alle Deutschen (93 Prozent) so. Allerdings bezweifelt über die Hälfte (56 Prozent), dass ihre persönlichen Informationen innerhalb und außerhalb des Internets ausreichend geschützt sind. Fast genau so viele (55%) haben das Gefühl, keine Kontrolle über ihre Daten im Internet zu haben. Die Frage über ausreichenden Datenschutz ist heutzutage so präsent wie nie. 64 Prozent finden sogar, dass man diesem Thema gar nicht genug Bedeutung zuschreiben kann. Dagegen finden nur 29 Prozent, dass dem Datenschutz mittlerweile eine zu hohe Wichtigkeit beigemessen wird. Die hohe Bedeutungszuschreibung an den Datenschutz legt nahe, dass die Deutschen entsprechende Maßnahmen ergreifen. Doch welche sind das?

Fast alle Deutschen nutzen online unterschiedliche Passwörter

Die Online-Accounts mit sicheren Passwörtern zu schützen gilt als eine wichtige Maßnahme für den Schutz von persönlichen Daten. Dabei gehört es für die Deutschen offensichtlich dazu, ihre Accounts mit verschiedenen Passwörtern zu versehen: Drei Viertel (86 Prozent) nutzen mindestens zwei verschiedene Kennwörter, ein Viertel (25 Prozent) davon verwendet sogar mehr als zehn verschiedene Passwörter. Nur 2 Prozent sichern ihre Accounts mit demselben Passwort. Allerdings ändert nur die Hälfte der Bevölkerung die Grundeinstellungen in ihrem Internet-Browser oder greift beim Surfen auf einen Ad-Blocker zurück, um die eigene Privatsphäre zu schützen (53 Prozent bzw. 50 Prozent).

Die meisten Deutschen sichern ihre Social-Media-Profile

Facebook, Twitter & Co gehören für Viele zum täglichen Gebrauch. Fast drei Viertel aller Deutschen (73 Prozent) nutzen mindestens ein Social-Media Angebot. Dabei sind sich Viele bewusst, dass Social-Media-Plattformen als „Datenkraken“ in der Kritik stehen. Um nicht allzu viel über sich preiszugeben, haben 82 Prozent der Social-Media-Nutzer in zumindest einem Portal die Privatsphäre-Einstellungen ihres Profils

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



angepasst. Um online zu gehen nutzt über die Hälfte aller Deutschen (55 Prozent) einen Laptop mit integrierter Webcam. In Bezug auf den Datenschutz ist man dort allerdings nachlässiger. Nur zwei von fünf Laptop-Nutzern (39 Prozent) misstrauen dem elektronischen Auge und haben die integrierte Kamera daher abgeklebt. Die hier genannten Schutzmaßnahmen setzen eine gewisse Online-Kompetenz voraus. Allerdings sagen nur 60 Prozent der Deutschen, dass sie über die wichtigsten technischen Entwicklungen im Internet Bescheid wissen. Diese Online-Kompetenz variiert stark zwischen verschiedenen sozialen Milieus. So fühlt sich das Sinus-Milieu® der Performer, die technik- und IT-affine Leistungselite, in Sachen Internet deutlich kompetenter als etwa das ältere Traditionelle Milieu, das häufig der „guten, alten analogen Zeit“ nachtrauert (78 Prozent bzw. 45 Prozent). Mehr Informationen zu diesen Gruppen finden sich auf der [Homepage des SINUS-Instituts](#).

Mehr Privatsphäre oder mehr öffentliche Sicherheit? Diese Frage spaltet Deutschland

Die Debatte zwischen öffentlicher Sicherheit und Privatsphäre gilt als unvereinbarer Gegensatz, ist aber heutzutage aktueller denn je. Doch was ist den Deutschen wichtiger? Diese Frage kann nicht eindeutig beantwortet werden. 40 Prozent sprechen sich für mehr öffentliche Sicherheit aus, auch wenn dies weniger Privatsphäre bedeutet. 36 Prozent befürworten auf der anderen Seite mehr Privatsphäre, auch wenn dies weniger öffentliche Sicherheit bedeutet. 24 Prozent können sich nicht für eine der beiden Seiten entscheiden. Unsere österreichischen Nachbarn befürworten mehr Sicherheit statt mehr Privatsphäre (50 Prozent vs. 34 Prozent). Das hat unser Kooperationspartner INTEGRAL herausgefunden.

Über die Studie

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.048 Personen zwischen dem 06.12.2017 und 15.12.2017 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren.

Pressekontakt YouGov:

YouGov Deutschland GmbH
Philipp Schneider
Manager PR
Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 444
E-Mail: presse@yougov.de

+++ +++ +++

Über YouGov:

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



YouGov ist ein weltweites Marktforschungs- und Beratungsinstitut. Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit 31 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 20 Marktforschungsunternehmen der Welt.

Weitere Informationen finden Sie unter yougov.de

Über SINUS

SINUS Markt- und Sozialforschung ist ein Full-Service-Institut mit Büros in Heidelberg und Berlin. Seit 40 Jahren ist SINUS Spezialist für sozialwissenschaftliche Forschung und strategische Marketing- und Kommunikationsberatung. SINUS entwickelt Zielgruppen-Strategien für Unternehmen und Institutionen, die den soziokulturellen Wandel als Erfolgsfaktor nutzen wollen. Ein zentrales Tool dafür sind die Sinus-Milieus® - ein Gesellschafts- und Zielgruppenmodell, das Menschen nach ihren Lebenswelten gruppiert. Die Sinus-Milieus® zählen seit Jahrzehnten zu den bekanntesten und einflussreichsten Segmentationsansätzen und sind mittlerweile für über 40 Länder verfügbar. SINUS kooperiert eng mit dem Schwesterunternehmen INTEGRAL Marktforschung in Wien, Österreich.

Weitere Informationen über SINUS unter www.sinus-institut.de und auf [Facebook](#)

YouGov Deutschland GmbH

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
presse@yougov.de