



Jetzt bis zum 30.06.2017
FRÜHBUCHERRABATT in
Höhe von 440 EUR sichern!

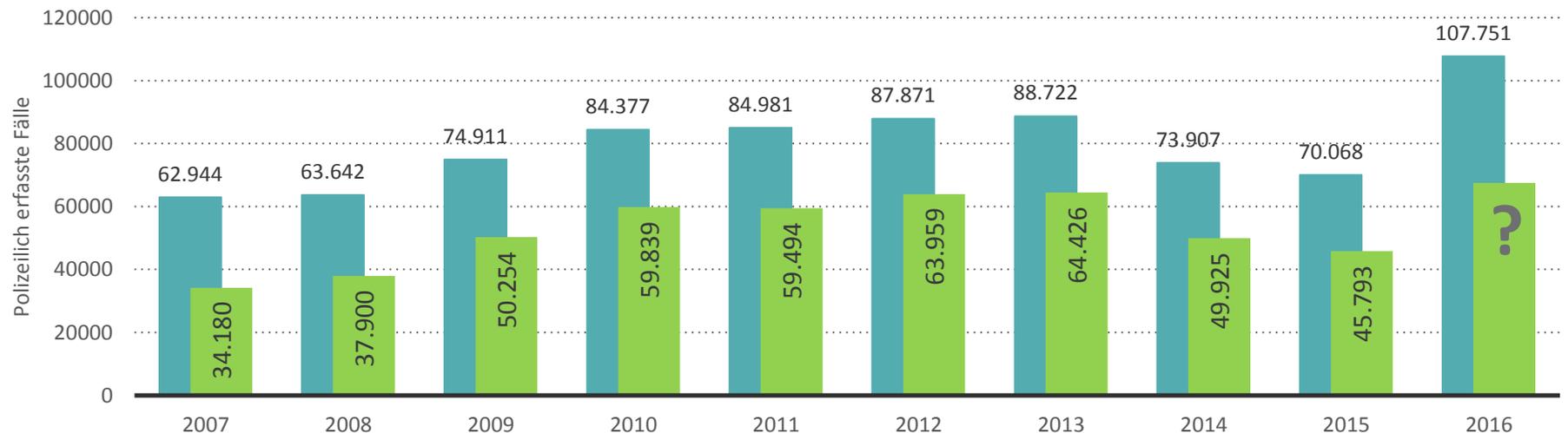
CyberRisiken im Privatbereich

Risiko-Wahrnehmung, Absicherungsverhalten und Produktpräferenzen
aus Privatkundensicht

Keine Entwarnung bei Cyber-Kriminalität

Auch wenn die Zahl der polizeilich erfassten Fälle von Cyberkriminalität in den Jahren 2014 und 2015 rückläufig waren, so ist das noch lange nicht mit Entwarnung gleichzusetzen. Zwar liegen die 2016er Zahlen des Bundeskriminalamts noch nicht vor, doch die bereits veröffentlichten Zahlen zur Entwicklung der Computerkriminalität lassen nicht Gutes erahnen. Auch in dieser übergeordneten Kategorie konnte 2015 und 2016 eine leichte Entspannung festgestellt werden, 2016 wurde jedoch eine Zunahme der erfassten Fälle um mehr um mehr als 50 Prozent auf über 100.000 Fälle gemeldet.

Anzahl der polizeilich erfassten Fälle von Computerkriminalität in Deutschland von 2001 bis 2016



Quelle: Bundeskriminalamt; [ID 157718](#)

Die Bedrohung durch Cyber-Risiken bleibt real

Immer wieder sind Cyber-Angriffe Teil der medialen Berichterstattung. Erst im Mai 2017 sorgte der Computervirus „Wanna Cry“ für Schlagzeilen, der über Nacht mehrere zehntausende Computer weltweit blockierte. Während in Großbritannien einige Krankenhäuser zu den Betroffenen gehörten, gehörte in Deutschland die Deutsche Bahn zu den Hauptgeschädigten.

Doch während Cyberschäden von Unternehmen hin und wieder den Weg in die Öffentlichkeit finden, liegt der Großteil der Schädigungen **bei Privatpersonen und damit im Verborgenen**. Die mediale Berichterstattung führt in Kombination mit häufig nur beschränkten IT-Kompetenzen zu einem zunehmend **diffusen Gefahrenfeld für Privatpersonen**. Im Spagat zwischen Lust an der Internetnutzung und Angst vor Missbrauch suchen Kunden nach **Absicherung**. Viele Versicherer bieten inzwischen **Produkte zur Absicherung gegen Internet-Risiken** an. Trotz großer grundsätzlicher Akzeptanz bleiben die Verkaufszahlen bislang jedoch vielfach hinter den Erwartungen zurück.



Absatzchancen erkennen und nutzen

Die Studie richtet sich an **Business Developer** und **Produktentwickler bei Versicherern**, aber auch bei **IT-, Software- und Telekommunikationsunternehmen**.

In **Abstimmung mit den Frühbuchern** (bis zum 30.06.2017) werden die relevanten Themen für die aktuelle Untersuchung identifiziert. Dies können die Themen der Vorgängeruntersuchung aus 2015 sein, sodass **Trendaussagen** ermöglicht werden:

1. Internet- und Gerätenutzung
2. Kompetenz- und Risikowahrnehmung
3. Umgang mit Cyber-Risiken
4. Einstellungen zu Versicherungen gegen Cyber-Risiken
5. Soziodemographie und IT-Ausstattung

Darüber hinaus sind u. a. die folgenden **neuen Themenkomplexe** geplant:

- **Relevanz potenzieller Schäden:** Wie gravierend sind Schäden aufgrund von Cyber-Risiken?
- Trade-off zwischen technischen **Sicherheitsmaßnahmen und Versicherungsbedarf:** Wie ändert sich der Bedarf in Abhängigkeit von den durch den Versicherer vorausgesetzten Standards?
- Identifizierung und Profilierung von **Potenzialgruppen** auf Basis von YouGov Profiles: Wie sehen Zielgruppen aus?

Ihre Vorteile

Jetzt bis zum 30.06.2017
FRÜHBUCHERRABATT in
Höhe von 440 EUR sichern!

Die Studie...

- ...offenbart Trends in der Absatzentwicklung im privaten Versicherungsmarkt
- ...bietet eine Entscheidungsgrundlage für Vertriebssteuerung und Marketing
- ...verdeutlicht Bedürfnisse und Abschlussabsichten
- ...identifiziert und beschreibt Zielgruppen für eine optimale Ansprache

Exklusive Vorteile für Frühbucher (bis zum 30.06.2017)

- Chance zur Mitgestaltung: Der detaillierte Fragebogen wird mit allen, die die Studie bis zum 30.06.2017 bestellen, abgestimmt um eine größtmögliche Übereinstimmung mit den Untersuchungswünschen und den Erkenntniswünschen der Bezieher zu gewährleisten.
- Schaltung von Exklusiv-Fragen möglich
- 10 Prozent Ersparnis auf den regulären Studienpreis

Untersuchungsdesign

Befragungsmethode	Online-Befragung im YouGovPanel Deutschland
Befragungszeitraum	Juli 2017
Stichprobe	internetrepräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab einem Alter von 16 Jahren
Stichprobengröße	2.000 Befragte, darunter mindestens <ul style="list-style-type: none">• n=500 Digital Natives (bis einschließlich Geburtsjahr 1980)• n=1.000 Internet-Affine (Heavy User mit mehr als 20 St./Woche Internetnutzung)
Erscheinungsdatum	Anfang September 2017

Berichterstellung

Umfang	Ca. 80-seitiger PowerPoint-Bericht inklusive Management Summary und Handlungsempfehlungen
Betrachtete Subgruppen	Alter, Internet-Kompetenz und User-Typ (Heavy vs. Light)
Tabellenband	Zusätzlich tabellarische Ergebnislieferung mit einer Vielzahl von Spaltenköpfen

Steckbrief Digital Native – Digital Immigrant (Auszug aus der 2015er Studie)

Digital Native

mit neuen Technologien aufgewachsen
(ab Geburtsjahr 1980)

vs.

Digital Immigrant

neue Technologien adaptiert
(Geburtsjahr vor 1980)

Nutzung

Ø 3,6 Geräte

Ø 2,7 Geräte

Stationär
3 Stunden/Tag



Mobil
1,7 Stunden/Tag

Smartphone affin

Nutzt eine Vielfalt an
verschiedenen Funktionen und
Diensten, auch mobil



Stationär
2,9 Stunden/Tag



Mobil
0,6 Stunden/Tag

Nutzt generell weniger
Funktionen und Dienste im
Internet



Informiert sich verstärkt
online auf Fachseiten und
Blogs



Medien



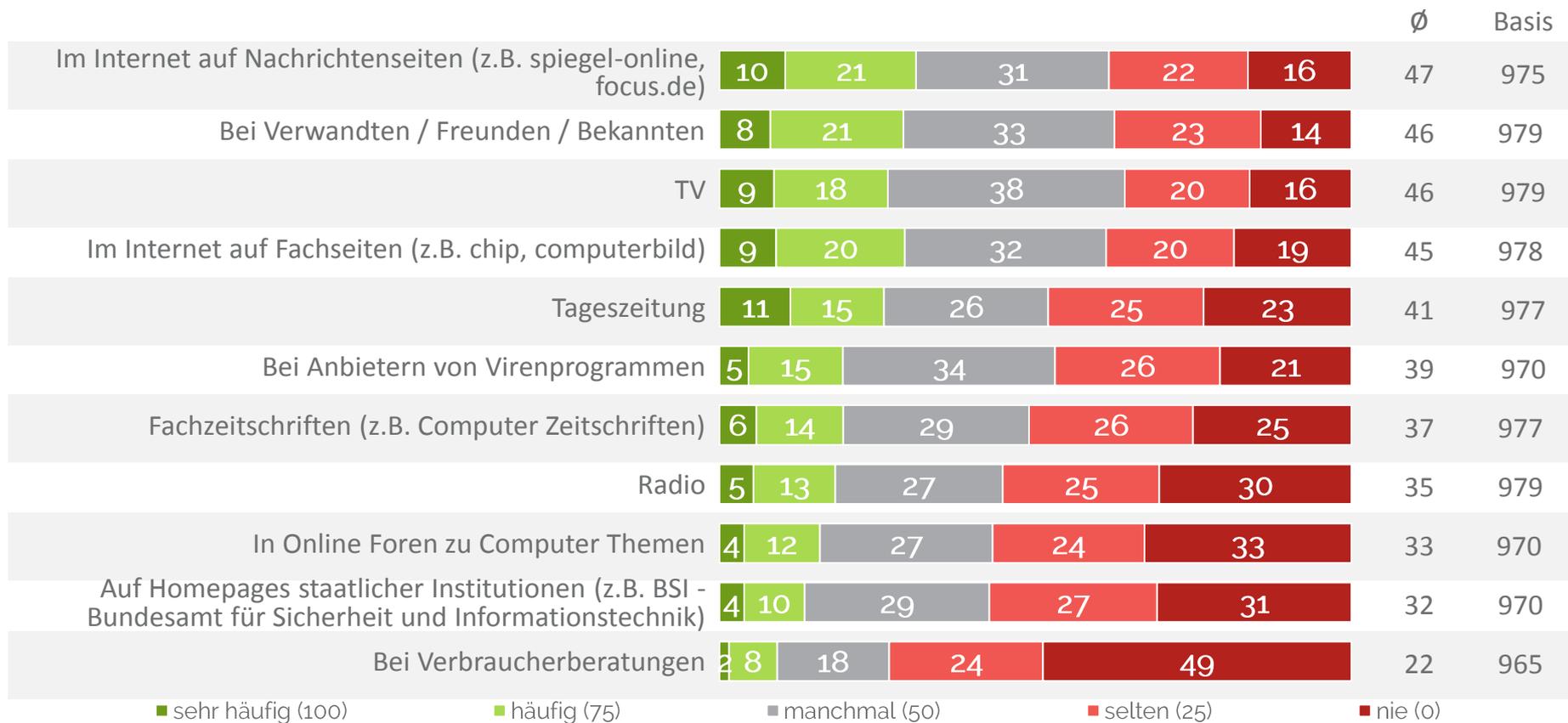
bevorzugt
klassische Medien



Informationsquellen zu Risiken und Sicherheit im Internet (Auszug aus der 2015er Studie)

Beispielchart
Ausgabe 2015

Wie häufig informieren Sie sich bei den folgenden Quellen zu Risiken und Sicherheit im Internet?

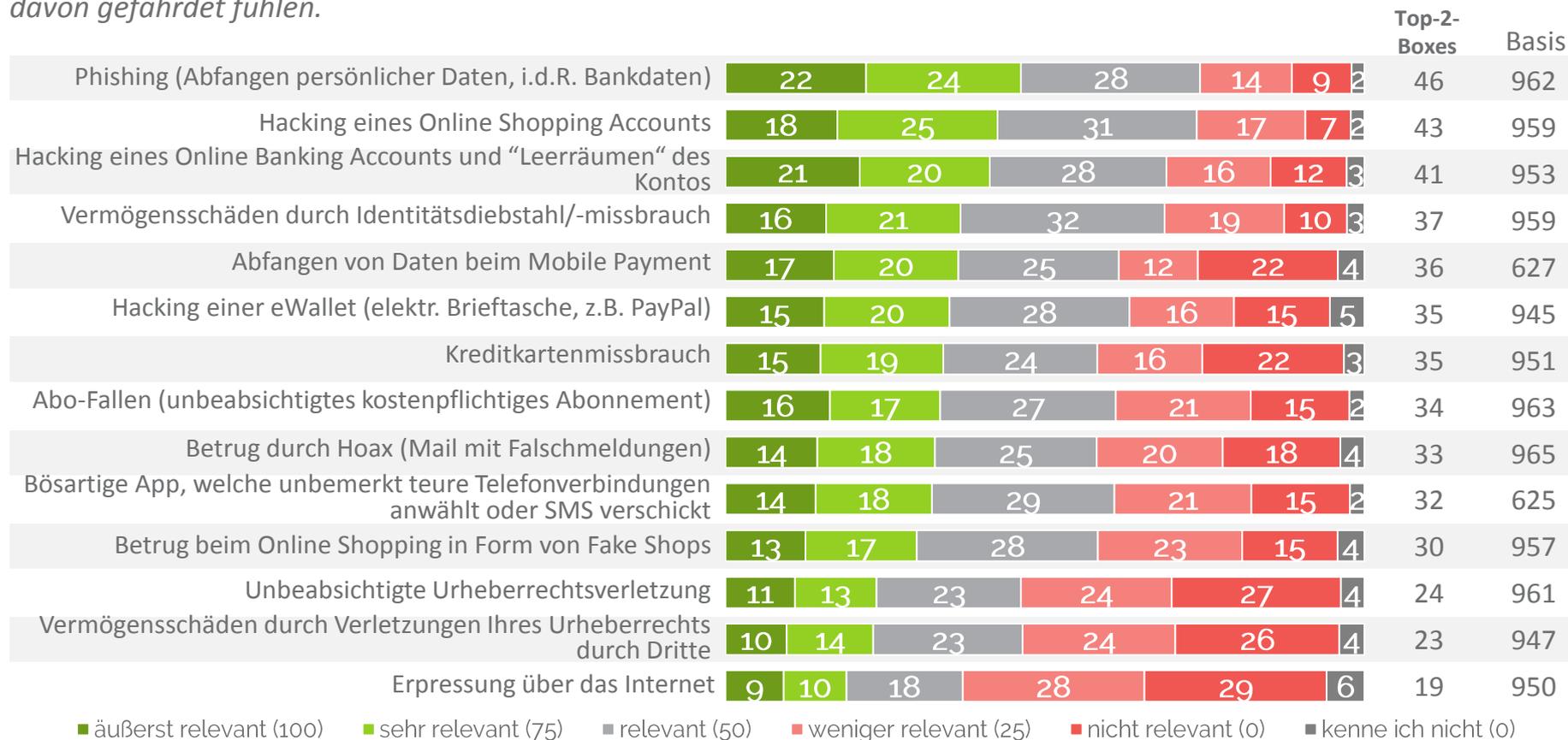


Angaben in %; Sortierung nach MW

Relevanz der finanziellen Risiken (Auszug aus der 2015er Studie)

Beispielchart
Ausgabe 2015

Bitte geben Sie an, wie relevant die Ihnen bekannten finanziellen Risiken für Sie persönlich sind, also wie sehr Sie sich davon gefährdet fühlen.



Filter: Risiko zum Ausspionieren von Apps nur bei Smartphone Usern abgefragt
Angaben in %; Sortierung nach Top-2-Boxes

Das YouGov Panel Deutschland

Fakten



YouGov etabliert sich wie kein anderes Marktforschungsunternehmen als starke Marke im Bereich B2B und B2C.

Das Herz von YouGov ist eine weltweite Online-Community, in der Millionen von Menschen mit Unternehmen und politische Organisationen in einem ständigen Austausch über ihre Sichtweisen, Werte, Nutzungsgewohnheiten und Marken stehen.



Das YouGov Panel Deutschland

QUALITÄT

Das von YouGov entwickelte



TurboSampling garantiert

eine hohe Panel- und Datenqualität

- Befragungen können innerhalb kürzester Zeit durchgeführt werden
- Methodeneffekte durch Frühantworter werden verhindert
- Hohe Antwortqualität durch überdurchschnittlich zufriedene Panelisten, keine Antwortbiases zur Vermeidung von Screenouts



Durch gezielte **Rekrutierung** über zahlreiche Online- und Offline-Kanäle, entsteht eine ausgewogene Zusammensetzung unseres Panels.

YouGov TurboSampling

- **Klare Trennung zwischen Screening und Befragung**, Screening über alle im Feld befindlichen Befragungen
- **Generische Einladungsvorlage**: Keine Angabe von Thema und Dauer der Befragung. Diese erfolgt erst nach dem Screening bzw. bei Zuweisung zur konkreten Befragung
- **Kein explizites Screenout denn „Jede Meinung zählt“**: Jeder Panelist erhält immer eine Befragung - falls kein aktuelles Projekt passt, läuft er in eine allgemeine Meinungsumfrage. Dies erhöht Datenqualität und Zufriedenheit der Panelisten
- **24 mal am Tag wird eine Zufallsstichprobe über alle im Feld befindlichen Befragungen gezogen**, der Panelist wird nach Durchlaufen des Screenings der passenden Befragung zugewiesen. Dies vermeidet Early Response Biases
- **Fresh Sample**: Unsere Panelgröße und das TurboSampling vermeiden, dass Panelisten wiederholt an ähnlichen Befragungen teilnehmen und „Testprofis“ werden. Zudem können Panelisten explizit von der Teilnahme ausgeschlossen werden

Bestellformular

Bestellung eingescannt per E-Mail an info@yougov.de oder per FAX +49 221 420 61-100 an Christoph Müller

Hiermit bestellen wir verbindlich (bitte ankreuzen):

Listenpreis

- | | |
|---|---------|
| <input type="checkbox"/> Studie „CyberRisken im Privatbereich 2017“ | 4.400 € |
| <input type="checkbox"/> Frühbucherpreis bei Bestellung bis zum 30. Juni 2017 | 3.960 € |

Wir behalten uns vor, die Studie erst ab einer Mindestmenge von 5 Bestellungen durchzuführen

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) und die [Regelungen zu Mehrbezieherstudien](#).

alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

Name, Vorname: _____

Telefon: _____

Unternehmen: _____

E-Mail: _____

Funktion, Abteilung: _____

Ort, Datum: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____

Unterschrift: _____

Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



Christoph Müller

Senior Consultant

T +49 221 42061 - 328

F +49 221 42061 - 100

Christoph.Mueller@yougov.de