



PRESSEMITTEILUNG

Eine der bisher umfangreichsten Studien zum Thema Big Data und Schutz der Privatheit: Vodafone Institute lässt über 8.000 Europäer in acht Ländern befragen. Viele Menschen können sich vorstellen, Daten zu teilen. Dafür müssen aber bestimmte Bedingungen erfüllt sein

- Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation lässt über 8.000 Europäer in acht Ländern befragen. Zeitraum: August bis September 2015. Bevölkerungsrepräsentativ in Hinblick auf Alter, Geschlecht und Bildungsgrad
- Bereitschaft zur Datenweitergabe solange Nutzer einen individuellen oder sozialen Mehrwert sehen, vor allem bei Gesundheitsanwendungen und Navigationssystemen
- 51 Prozent sehen in Big Data allerdings eher Nachteile als Vorteile und nur 32 Prozent mehr Vorteile. 17 Prozent geben hierzu kein klares Urteil ab
- Kritik an mangelnder Transparenz, geringer Kontrolle über die Daten, unverständlicher Sprache bei den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und bei Kleingedrucktem. Wenig Vertrauen in Unternehmen und Staat
- Deutliche Unterschiede in der Wahrnehmung datenbasierter Dienste in einzelnen Ländern. Deutsche sind besonders kritisch. Größere Offenheit in Bezug auf Datennutzung bei Iren und Spaniern

Pressekontakt:

Friedrich Pohl
Leiter Kommunikation

Mobil: 0172 – 71 55 900

friedrich.pohl@vodafone.com

Vodafone Institut für Gesellschaft
und Kommunikation GmbH
Büro Berlin
Pariser Platz 6a
10117 Berlin
www.vodafone-institut.de

Social Media:

facebook.com/VodafoneInstitute

twitter.com/vf_institute

youtube.com/VodafoneInstitute

Berlin, 18. Januar 2016. Eine Mehrheit der europäischen Nutzer digitaler Dienste kann sich unter bestimmten Bedingungen vorstellen, persönliche Daten zu teilen. Voraussetzungen sind allerdings Transparenz, ein individueller und/oder ein sozialer Mehrwert. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstitutes TNS Infratest im Auftrag des Vodafone Instituts für Gesellschaft und Kommunikation, bei der über 8.000 Menschen in acht europäischen Ländern befragt wurden.

Befragt nach konkreten Anwendungsgebieten für Big Data (Sammlung und Analyse großer Datenmengen, die durch die Nutzung digitaler Dienste entstehen) sind 65 Prozent der Befragten bereit, ihre Daten und die vieler anderer Menschen anonym von Gesundheitsinstitutionen sammeln zu lassen, um Verbesserungen bei der Entdeckung und Behandlung von Krankheiten zu erreichen. Selbst mit der Sammlung, Speicherung und Analyse der Gesundheitsdaten in nicht anonymisierter Form sind im Durchschnitt noch 53 Prozent der befragten Europäer einverstanden, solange dies der eigenen Heilung oder der Heilung anderer dienlich ist.

Zu den Resultaten der Studie sagte Hannes Ametsreiter, CEO Vodafone Deutschland: „Big Data ist eine große Chance, um das Leben der Menschen zu verbessern. Transparenz und der Schutz der Privatheit sind entscheidende Voraussetzungen. Hier stehen Unternehmen und Politik in der Pflicht.“



Skepsis beim Phänomen Big Data

Die Hälfte der europäischen Nutzer digitaler Dienste steht dem massenhaften Sammeln und Auswerten von Daten alles in allem dennoch skeptisch gegenüber. Demnach geben 51 Prozent der Befragten an, im Phänomen Big Data mehr Nachteile als Vorteile zu sehen. Lediglich 32 Prozent sehen laut eigenen Angaben darin mehr Vorteile. 17 Prozent haben diesbezüglich eine neutrale Haltung.

Die Gründe für die weit verbreitete Skepsis sind vor allem mangelndes Vertrauen in Unternehmen und Staat sowie fehlende Transparenz. Dennoch ist eine Mehrheit der Europäer grundsätzlich bereit, persönliche Daten zu teilen, solange dadurch ein persönlicher oder sozialer Mehrwert entsteht.

Votum gegen Weitergabe persönlicher Daten an Dritte

Ein einheitliches Bild ergibt sich bei Fragen nach der Weitergabe persönlicher Daten an Dritte, insbesondere zu kommerziellen Zwecken. Eine große Mehrheit steht dieser Praxis – unabhängig vom Thema oder der Art der Daten – sehr kritisch gegenüber. Gerade einmal zehn Prozent der Befragten geben beispielsweise an, kein Problem damit zu haben, wenn ein Shop ihre Daten für Werbezwecke und Marketingaktionen an Dritte weitergibt.

AGB gelten als unverständlich

Obwohl viele Menschen im Alltag Zugang zu ihren Daten gewähren, wissen sie oft nicht, was mit diesen geschieht. Die Studie sollte ermitteln, woher die Nutzer ihr Wissen über Datensammlung und -verwendung beziehen. Ergebnis: Gerade einmal 12 Prozent der befragten Europäer nennen die Nutzungsbedingungen oder Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) als Informationsquelle, wobei weniger als die Hälfte (44 Prozent) angibt, AGB vor dem Herunterladen von Apps oder Programmen überhaupt je zu lesen. 34 Prozent nutzen Nachrichten, um über das Datensammeln eines Dienstleisters oder einer Organisation Bescheid zu wissen.

Nur wenig Vertrauen bei Datenweitergabe

Dennoch zeigen sich die Nutzer eher skeptisch, wenn es um digitale Dienste und die Analyse ihrer Daten geht. Beim Thema Datenweitergabe gibt es nur wenig Vertrauen. Über die Hälfte der Befragten steht dem Phänomen Big Data skeptisch gegenüber. Nur knapp ein Drittel aller Befragten gibt an, im Datensammeln prinzipiell Vorteile zu sehen, wobei es länderspezifisch große Unterschiede gibt. Während fast die Hälfte der Iren in Big Data Vorteile sieht, stimmen dem nur 22 Prozent der Franzosen zu.

Das Vertrauen darin, dass private oder auch öffentliche Institutionen mit persönlichen Daten verantwortungsvoll umgehen, ist insgesamt niedrig. Während etwa Gesundheitseinrichtungen (43 Prozent), der eigene Arbeitgeber (36 Prozent) oder Banken (33 Banken) beim Umgang mit Daten noch ein etwas höheres Vertrauen genießen, verlassen sich nur wenige Nutzer auf Suchmaschinen (16 Prozent) und Social-Media-Dienstleister (elf Prozent).

Pressekontakt:

Friedrich Pohl
Leiter Kommunikation

Mobil: 0172 – 71 55 900

friedrich.pohl@vodafone.com

Vodafone Institut für Gesellschaft
und Kommunikation GmbH
Büro Berlin
Pariser Platz 6a
10117 Berlin
www.vodafone-institut.de

Social Media:

facebook.com/VodafoneInstitute

twitter.com/vf_institute

youtube.com/VodafoneInstitute



Des Weiteren wurden die Teilnehmer der Studie gefragt, was Unternehmen und andere Institutionen tun könnten, um Vertrauen in puncto Datenverwendung zu gewinnen. 64 Prozent der Befragten wünschen sich ein hohes Maß an Transparenz bei der Verwendung ihrer persönlichen Daten, 68 Prozent fordern knappere und in verständlicher Sprache verfasste Nutzungsbedingungen.

Deutsche besonders kritisch. Spanier offen für Big-Data-Innovationen

Die Deutschen sind besonders kritisch, wenn es um die Weitergabe ihrer Daten geht. So sehen 62 Prozent der Befragten im Phänomen Big Data mehr Nach- als Vorteile. Ein Wert, der über dem europäischen Durchschnitt (51 Prozent) und beispielsweise weit über dem von Irland (38 Prozent) liegt.

Dass Shops Daten sammeln, um personalisierte Angebote an den jeweiligen Kunden zu verschicken, wird in Deutschland nur von wenigen begrüßt (elf Prozent). Demgegenüber stehen 60 Prozent der Spanier und 54 Prozent der Iren dieser Praxis aufgeschlossen gegenüber. Selbst beim Sammeln von Gesundheitsdaten zur besseren Behandlung und Erkennung von Krankheiten fühlen sich lediglich 42 Prozent der Deutschen mit diesem Vorgang wohl, während er etwa von 86 Prozent der Spanier und 79 Prozent der Italiener als begrüßenswert eingeschätzt wird.

Ein PDF der gesamten Studie finden Sie auf der Website des Vodafone Institutes:

www.vodafone-institut.de

Pressekontakt:

Friedrich Pohl
Leiter Kommunikation

Mobil: 0172 – 71 55 900

friedrich.pohl@vodafone.com

Vodafone Institut für Gesellschaft
und Kommunikation GmbH
Büro Berlin
Pariser Platz 6a
10117 Berlin
www.vodafone-institut.de

Social Media:

facebook.com/VodafoneInstitute

twitter.com/vf_institute

youtube.com/VodafoneInstitute

Über das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation

Das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation beschäftigt sich mit der Frage, wie digitale und mobile Technologien politische, soziale und ökonomische Teilhabe erhöhen sowie den Zugang zu Bildung eröffnen. Als Think and Do Tank fördert das Institut den Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Hierzu entwickelt es eigene Projekte, initiiert Forschungsoperationen, publiziert Studien und praktische Handlungsempfehlungen.

BIG DATA – wann Menschen bereit sind, ihre Daten zu teilen



**Vodafone Institut
für Gesellschaft
und Kommunikation**

Podium



Dr. David Deißner
Leiter Strategie und Programme,
Vodafone Institut

„Big Data birgt immenses Potential für Wirtschaft, Wissenschaft und die Zivilgesellschaft – und die globale Datenrevolution hat gerade erst begonnen. Intelligente Formen der Datenanalyse helfen schon heute dabei, das Leben der Menschen zu verbessern, sei es in der Medizin oder bei der Optimierung von Verkehrsflüssen. Die Menschen in Europa sind sich dieser Chancen durchaus bewusst. Beim Teilen ihrer Daten für das Wohl der Gemeinschaft sind sie sehr viel offener als vielfach angenommen. Voraussetzungen sind Transparenz, Vertrauen und Kontrolle über die eigenen Daten. Mit anderen Worten: Der Daten-Deal muss fair sein. Politik und Unternehmen stehen in der Pflicht, hierfür die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen.“



Apostolos Apergis
Senior Director,
TNS Infratest

„Viele Menschen in Europa stehen dem Phänomen Big Data verunsichert und sehr skeptisch gegenüber - zurecht. Trotzdem sind die Europäer für viele innovative Anwendungen von Big Data offen – und zwar dann, wenn damit ein gesellschaftlicher oder persönlicher Nutzen verbunden ist. Staat und Unternehmen haben ein Interesse daran, die Bürger in die öffentliche Diskussion einzubeziehen, sie über Chancen und Risiken aufzuklären und die Bedingungen für mehr Vertrauen und Transparenz zu schaffen.“



Frederik A. Richter
Vorstand,
Stiftung Datenschutz

„Big Data ist nicht Zukunft sondern Gegenwart. Die aktuell gefundenen Umfrageergebnisse müssen Unternehmen und Politik aufmerksam machen. Wenn es in der Einschätzung von Risiken und Chancen in der Bevölkerung 2:1 steht, dann ist der Handlungsbedarf klar: Wir brauchen mehr Aufklärung über alle gesellschaftlich relevanten Aspekte von Big Data. Für die Unternehmen zeigt die Studie ebenso klar, dass sie in der Pflicht sind, mehr zu erklären, vor allem aber kurz und verständlich.“