



Wenn es um vertrauliche
Informationen geht

Brief oder E-Mail?

DIVSI Studie über die Kommunikation
im privat-geschäftlichen Bereich



Wenn es um vertrauliche Informationen geht

Brief oder E-Mail?

DIVSI Studie über die Kommunikation
im privat-geschäftlichen Bereich

Eine Studie des
SINUS-Instituts Heidelberg
im Auftrag des
Deutschen Instituts für
Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)



Hamburg, Dezember 2017

IMPRESSUM

Deutsches Institut
für Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)
Mittelweg 110B, 20149 Hamburg
Matthias Kammer, Direktor
Joanna Schmölz, Stellv. Direktorin und Wissenschaftliche Leitung
Afia Asafu-Adjei, Projektleitung

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg
Projektleitung: Dr. Silke Borgstedt
Projektteam: Inga Borchard, Dr. Christoph Schleer, Franziska Jurczok, Maximilian von Schwartz

© 2017 Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)
DIVSI ist eine gemeinnützige Initiative der Deutsche Post AG, gegründet im Jahr 2011.



DIVSI®

DIVSI Internet-Milieus®

sind *eingetragene Markenzeichen* von Deutsche Post gemeinnützige Gesellschaft für sichere und vertrauliche Kommunikation im Internet mbH, 53113 Bonn.

Erschienen: 1. Auflage, Dezember 2017

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
1. Einführung	6
1.1 Zentrale Forschungsfragen	7
1.2 Forschungsdesign: Methode und Stichprobe	7
2. Zentrale Befunde	11
3. Privat-geschäftliche Kommunikation – was ist das eigentlich?	13
3.1 Verständnis und Relevanz privat-geschäftlicher Kommunikation im Alltag	13
3.2 Wichtige Kanäle bei der privat-geschäftlichen Kommunikation – ohne das gesprochene Wort geht es nicht	15
3.3 Hauptgründe für den Verzicht auf privat-geschäftliche Online-Kommunikation	23
4. Anforderungen an Kommunikationskanäle im privat-geschäftlichen Bereich	27
4.1 Sicherheit ist wichtig – wird aber ganz unterschiedlich verstanden	27
4.2 Die Top-3-Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikation	28
4.3 Zum Verhältnis von Sicherheits- und Convenience-Anforderungen	29
4.4 Welche Informationen und Dokumente gelten als vertraulich?	31
4.5 Sicherheitsbewertung verschiedener Kommunikationskanäle	35
5. Relevanz des Briefs im Zeitalter digitaler Kommunikation	38
5.1 Brief und E-Mail im Vergleich	38
5.2 E-Mail vs. Brief: Vorbehalte und Gefahren	43
5.3 Das Briefgeheimnis in der digitalen Welt	46
6. Gefahreinschätzung und Negativerfahrungen bei der privat-geschäftlichen Online-Kommunikation	48
7. Sicherheitsbedürfnis und Verantwortungszuschreibung	53
8. Schutzmaßnahmen	57
9. Unterschiede im privat-geschäftlichen Kommunikationsverhalten	62
9.1 Die Bedeutung des Alters	62
9.2 Die Bedeutung des Bildungsniveaus	65
9.3 Die Bedeutung der digitalen Lebenswelt	66
10. Fazit und Handlungsbedarf	76
11. Literatur	80
DIVSI Studien im Überblick	82



Matthias Kammer

Direktor des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)

Vorwort

Nie zuvor haben die Menschen mehr kommuniziert als in unserem digitalen Zeitalter. Was vielleicht daran liegt, dass es so viele unterschiedliche Angebote dafür gibt. E-Mail, die Vielzahl der Sozialen Netzwerke mit ihren individuellen Möglichkeiten, natürlich immer noch das gute alte Telefon oder Fax, dazu der klassische Brief, selten sorgfältig von Hand geschrieben.

Dabei hat der Bürger, abgesehen vom privaten Bereich, im Außen-Umgang – etwa mit Behörden, Dienstleistern oder Versicherungen – oft nicht mehr die Wahl, welchen Kommunikationsweg er nutzen will. Immer öfter schreibt ihm die jeweilige Institution faktisch vor, wie er mit ihr in Kontakt zu treten hat. Das, was ursprünglich ein Angebot war, ist insoweit längst zu einer obligatorischen Infrastruktur mutiert, die genutzt werden muss und ohne die keine Teilhabe möglich ist.

Dieser privat-geschäftliche Bereich der Kommunikation zwischen dem Individuum auf der einen Seite sowie Unternehmen, Behörden oder beispielsweise ärztlichen Versorgern auf der anderen Seite bildet bislang eine Grauzone. Hier gibt es kaum wissenschaftlich gesicherte Erkenntnisse darüber, wie die Kommunikation abläuft oder ablaufen sollte. Dabei werden gerade in diesem Sektor sensible und höchst personenbezogene Daten übermittelt.

Die vorliegende Studie will diese Lücke schließen. Sie geht der Frage nach, wie privat-geschäftliche Kommunikation im Alltag heute aussieht. Noch gibt es zwar unverändert konkrete Vorschriften, wonach bestimmte Dokumente als Brief zugestellt werden müssen. Wie lange das so bleibt, kann mit Garantie niemand vorhersagen.

Doch was wollen die Menschen tatsächlich? Setzen sie auf bewährte analoge Kanäle, oder vertrauen sie inzwischen den digitalen Möglichkeiten? Wir wissen aus anderen DIVSI Studien, welche Sorge viele davor haben, dass persönliche Informationen in falsche Hände geraten.

Dabei sehen sie sich durchaus selbst in der Verantwortung, für ihre Sicherheit zu sorgen. Gleichzeitig erwarten sie von Staat und Wirtschaft, mehr Sicherheit im Internet zu schaffen. Sorge muss allerdings

Foto: Frederike Heim

bereiten, dass die Menschen gerade dies dem Staat nicht zutrauen, wie auch andere DIVSI Studien gezeigt haben. Was einen zu der Frage bringt: Wie ist es um das Vertrauen der Menschen in die Handlungsfähigkeit des Staates bestellt?

Auch vor diesem Hintergrund umfasst diese Studie das Sicherheitsbewusstsein der Menschen in Deutschland bei privat-geschäftlicher Kommunikation. Wir versuchen, Ansätze für Maßnahmen zu entwickeln, die diesen Bereich sicherer und verlässlicher gestalten könnten. Die von DIVSI initiierte Suche nach einem digitalen Kodex scheint mir in diesem Zusammenhang wichtig.

Es wird zunehmend bedeutsam, dass für die Nutzung all dessen, was das digitale Zeitalter uns bietet, präzise Grundregeln vorhanden sind, damit die Menschen den unterschiedlichen Optionen für ihre Kommunikation vertrauen. Dabei ist eine Offenheit für Neuerungen durchaus vorhanden. Convenience wird gern genommen. Ihr sollten Anbieter künftig höhere Sicherheit hinzufügen.

Davon, so zeigen Studienergebnisse, sind wir noch ein gutes Stück entfernt. Die Menschen sind über den besten gangbaren Weg unsicher, wissen manchmal überhaupt nicht, welche Möglichkeiten es generell gibt. Und häufig können sie nur vermuten, wie sicher neue Online-Optionen im privat-geschäftlichen Bereich sind.

Ich bin überzeugt, dass diese Studie in diesem Punkt für mehr Klarheit sorgt. Denn die Untersuchung beschreibt nicht nur den Status quo und die bereits erlebten digitalen Veränderungsprozesse. Sie steuert Ansatzpunkte dazu bei, welche Verbesserungen wie machbar sind und der Einzelne es schafft, möglichen Risiken souverän zu begegnen.



Matthias Kammer
Direktor DIVSI

1. Einführung

Das Internet ist für den Großteil der Bevölkerung mittlerweile so selbstverständlich wie die Versorgung mit Strom und Wasser; 61 Prozent der Bevölkerung können sich ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellen.¹ Insbesondere das Kommunikationsverhalten hat sich durch die Entwicklungen der vergangenen Jahre revolutionär verändert. Kaum vorstellbar, dass viele Anbieter von Instant-Messenger-Diensten wie beispielsweise WhatsApp noch nicht einmal zehn Jahre existieren.

Der digitale Wandel ist somit in der Mitte der Gesellschaft angekommen und prägt längst nicht mehr nur den Alltag der Jüngeren oder digital Interessierten. Vielmehr sind es gerade die 50- bis 64-Jährigen, die für weitere Zuwachsraten im Bereich mobiler Internetnutzung oder bei der Registrierung in Sozialen Netzwerken sorgen.²

Zwar steht bei der Einschätzung der digitalen Entwicklung häufig das konkrete Nutzerverhalten im Vordergrund (wer macht bereits was und wer noch nicht?), jedoch wird immer bedeutsamer, dass nicht nur die Menschen selbst entscheiden, ob und wie sie an dieser umfassenden kulturellen und ökonomischen Revolution beteiligt sein wollen. Vielmehr tragen verschiedene Akteure und Institutionen entsprechende Veränderungen an die Bevölkerung heran und fordern ihre Anwendung immer mehr ein. D.h., digitale Produkte und Dienstleistungen sind nicht mehr nur ein Angebot, sondern werden zur obligatorischen Infrastruktur, die gesellschaftliche Teilhabe überhaupt erst möglich macht.

Die Bundesregierung treibt beispielsweise den Prozess der flächendeckenden Digitalisierung der Verwaltung in Deutschland mit dem Regierungsprogramm „Digitale Verwaltung 2020“ voran.³ Unter dem Stichwort E-Government werden immer mehr Verwaltungsdienstleistungen online angeboten. In einem noch höheren Tempo verlagert die Wirtschaft die Kommunikation mit Kunden auf digitale Kanäle. Kaum eine Bank verzichtet heute auf ein Online-Banking-Portal, die Anzahl der Filialen vor Ort wird sukzessive verringert; mehr noch: Längst existieren reine Online-Banken. Im Bereich der Gesundheitskommunikation erfolgt ebenfalls eine weitgehende Umstellung – sei es die Abwicklung der Korrespondenz mit der Krankenkasse über ein Kundenportal oder die Terminvereinbarung beim Arzt via E-Mail. Kurzum: Die Menschen in Deutschland werden zukünftig als Bürger, Kunden, Patienten oder Klienten umfassender von digitalen Dienstleistungsangeboten Gebrauch machen können – und teils auch müssen.

Während es bereits zahlreiche Erkenntnisse darüber gibt, wie Menschen beruflich oder privat kommunizieren, wird der sogenannte privat-geschäftliche Bereich, bei dem Privatpersonen bzw. Bürger (nicht als Arbeitnehmer) mit Unternehmen (z.B. Handel, Versorgungsunternehmen), Ämtern und Behörden, Ärzten, Anwälten, Notaren etc. in Kontakt treten, bislang ausgespart. Dabei bedarf gerade dieser Bereich eines vertieften Blicks – schließlich werden in der privat-geschäftlichen Kommunikation besonders wichtige, sensible, persönliche und personenbezogene Daten ausgetauscht.

Den Fokus der vorliegenden Studie bildet daher die Frage, welchen Stellenwert analoge und digitale Kanäle aus Sicht der Menschen in Deutschland in einer zunehmend digitalisierten Welt für die Kommunikation mit Anwälten, Behörden, Ärzten, Steuerberatern etc. haben, d.h. wie sich privat-geschäftliche Kommunikation im Alltag gestaltet.

¹Vgl. DIVSI 2016: „DIVSI Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung“. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Seite 19. Online: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf>

²Vgl. ebd. Seite 12 sowie Seite 18.

³Weitere Informationen zum Regierungsprogramm „Digitale Verwaltung 2020“ unter: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2017/05/2017-05-17-evaluierung-regprogramm-dig-verw-2020.html>

Ziel der Studie ist es,

- das Bewusstsein der Menschen in Deutschland für Sicherheitsfragen bei der privat-geschäftlichen Kommunikation zu erfassen,
- Kriterien für verlässliche (Online-)Kommunikation zu identifizieren und
- Ansätze für Maßnahmen zu entwickeln, die privat-geschäftliche Kommunikation sicherer und verlässlicher machen könnten.

Die Untersuchung liefert damit einen Beitrag, den Status quo und die erlebten digitalen Veränderungsprozesse im privat-geschäftlichen Kommunikationsbereich nicht nur zu beschreiben, sondern Ansatzpunkte zu identifizieren, wie hierbei Chancen maximiert und Menschen befähigt werden können, möglichen Risiken souverän zu begegnen.

1.1 Zentrale Forschungsfragen

Die übergeordneten Erkenntnisinteressen der Studie wurden entsprechend operationalisiert und in konkrete Forschungsfragen übersetzt:

- Welche Online- und Offline-Kanäle werden, speziell für vertrauliche Kommunikation, wie häufig genutzt?
- Welche Relevanz hat internetbasierte Kommunikation im privaten Alltag, insbesondere für die privat-geschäftliche Kommunikation?
- Was spricht gegen Online-Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich?
- Welche Relevanz hat Sicherheit im Rahmen von internetbasierter Kommunikation? Was macht sichere (Online-)Kommunikation aus subjektiver Sicht aus?
- Welche Informationen und Dokumente werden als vertraulich und schützenswert wahrgenommen?
- Nach welchen Kriterien fällt die Entscheidung für eine Korrespondenz via E-Mail oder per Brief? Wie werden die beiden Kanäle mit Blick auf Sicherheits- und Convenience Aspekte von der Bevölkerung bewertet?
- Woran machen Menschen fest, welchen E-Mails sie vertrauen?
- Welche Risiken werden bei der Kommunikation vertraulicher Inhalte online wahrgenommen, und was wird dagegen unternommen?
- Welche Negativerfahrungen sind bei der Online-Kommunikation typisch, und inwiefern können die Nutzer eine Betroffenheit erkennen?
- Wer trägt Verantwortung für die Sicherheit in der digitalen Kommunikation oder sollte sie tragen?
- Welche soziodemografischen und lebensweltlichen Unterschiede lassen sich in Bezug auf das privat-geschäftliche Kommunikationsverhalten erkennen?

1.2 Forschungsdesign: Methode und Stichprobe

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde ein mehrstufiges Studien-Design gewählt. Im ersten Schritt wurde ein Desk-Research zum Thema „Vertrauen in Online-Kommunikation“ durchgeführt, dessen Ergebnisse Grundlage für die Hypothesenbildung für die weiteren Forschungsschritte waren. Im zweiten Schritt wurden in qualitativen Online-Communitys die Kriterien sicherer Kommunikation in Form von simultanen Gruppenchats, individuellen Aufgaben (z.B. Führen eines Kommunikationstagebuchs) und Forendiskussionen gesammelt und erörtert. Diese Phase lieferte weitere Erkenntnisse

zur Hypothesenbildung und inhaltlichen Ausgestaltung von Schritt drei – einer standardisierten Online-Repräsentativbefragung. In dieser Projektstufe wurden die Erkenntnisse der qualitativen Erhebung operationalisiert und quantifiziert. Die Fragen der Repräsentativstudie wurden nach soziodemografischen Merkmalen wie auch nach DIVSI Internet-Milieus ausgewertet.⁴

Die Online-Befragung ist repräsentativ für die Internetnutzer in Deutschland zwischen 18 und 69 Jahren.⁵ Mit Blick auf das im Fokus stehende privat-geschäftliche Kommunikationsfeld wurde festgelegt, ausschließlich Personen ab dem vollendeten 18. Lebensjahr zu befragen, die als unbeschränkt geschäftsfähig gelten.

Die Studie wurde bewusst ausschließlich mittels online erhobener Daten durchgeführt, d.h., Personen, die nie das Internet nutzen, waren nicht Teil der Grundgesamtheit. Diese Vorgehensweise ist insofern sinnvoll, als in einer Untersuchung zur Relevanz von Online-Kommunikation nur Menschen befragt werden können, die überhaupt einen Online-Zugang haben.

Methodisches Vorgehen im Überblick

Modul 1: Desk-Research

Thema Vertrauen in Online-Kommunikation → Referenzrahmen für weitere Forschungsschritte und Hypothesenbildung

Modul 2: Qualitative Online-Communitys

Im Rahmen einer qualitativen Leitstudie wurden Kriterien sicherer Kommunikation im Internet in drei Nutzergruppen gesammelt und erörtert.

Drei Online-Communitys mit insgesamt n = 60 Teilnehmern und einer Laufzeit von zwei Wochen

Verteilung der Studienteilnehmer auf drei Onliner-Segmente, die auf den DIVSI Internet-Milieus basieren.

- Gruppe 1: Internetferne Verunsicherte und Vorsichtige Skeptiker, n = 18
- Gruppe 2: Verantwortungsbedachte Etablierte, Effizienzorientierte Performer und Souveräne Realisten, n = 20
- Gruppe 3: Unbekümmerte Hedonisten und Netz-Enthusiasten, n = 22

Ziel: Identifikation relevanter Kommunikationsformen für verschiedene Kommunikationsanlässe aus milieuspezifischer Perspektive der jeweiligen Befragten. Einstellungen zu Kommunikationsformen mit Blick auf Sicherheit und Alltagsrelevanz kennen und verstehen lernen.

Modul 3: Quantitative Repräsentativbefragung

Auf Basis der Ergebnisse der qualitativen Vorstudie erfolgte die Konzeption und inhaltliche Gestaltung der Hauptstudie.

Im Rahmen einer standardisierten Befragung wurden die in Modul 1 und 2 gebildeten Hypothesen operationalisiert und quantifiziert.

Computergestützte Internet-Befragung (CAWI) der deutschen Online-Bevölkerung zwischen 18 und 69 Jahren

N = 2.000

Befragungsdauer: ca. 20 Minuten

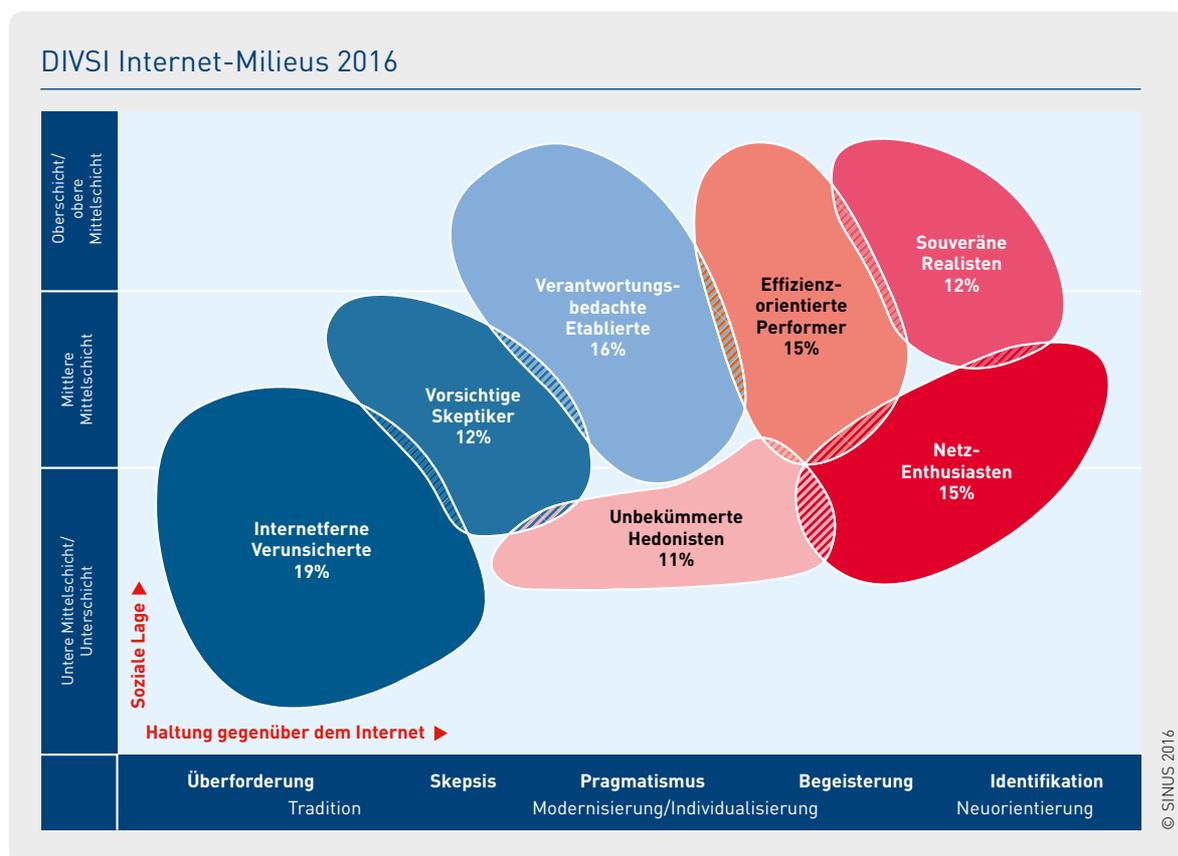
Die Ergebnisse der qualitativen Leitstudie und der Repräsentativbefragung wurden schließlich in einem Bericht zusammengeführt.

⁴ Für die Auswertung werden die Milieus der Internetfernen Verunsicherten und Vorsichtigen Skeptiker zusammengefasst. Die Internetfernen Verunsicherten sind gemäß ihrer eher distanzierten Haltung gegenüber dem Internet in Online-Panels unterrepräsentiert. Sie machen deshalb in der Online-Stichprobe mit 2 Prozent einen deutlichen geringeren Anteil aus als in der Gesamtbevölkerung.

⁵ Da der Anteil der über 70-Jährigen in Online-Panels, die die Grundlage für Online-Stichproben bilden, deutlich geringer ist als der Anteil der über 70-Jährigen in der Gesamtbevölkerung, können reine Online-Stichproben diese Alterskohorte nicht repräsentativ abbilden.

Die 2012 entwickelten und in regelmäßigen Abständen aktualisierten DIVSI Internet-Milieus bilden die digitale Alltagswirklichkeit in unserer Gesellschaft mit besonderem Fokus auf die Zusammenhänge „Vertrauen und Sicherheit im Internet“ ab. Diese lebensweltliche Perspektive auf Einstellungen zum Internet ist nicht nur hilfreich, sondern notwendig. Sie liefern ein empirisches Fundament, mit dessen Hilfe zielgruppenspezifisch auf die Befindlichkeiten innerhalb der Gesellschaft reagiert werden kann, wenn es um das weite Handlungsfeld der Digitalisierung geht.⁶

Die Darstellung der DIVSI Internet-Milieus spannt sich anhand zweier Achsen auf; der sozialen Lage auf der vertikalen und der Einstellung zum Internet sowie der grundlegenden Werthaltung auf der horizontalen Achse. Je höher eine Gruppe in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung und Einkommen. Je weiter rechts ein Internet-Milieu angesiedelt ist, desto wichtiger und selbstverständlicher ist das Online-Sein – zumeist verbunden mit der Tatsache, dass diese Personen auch mehr Zeit online verbringen als diejenigen, die in der Grafik weiter links zu finden sind. Die Farbgebung der einzelnen Internet-Milieus verdeutlicht damit auch die Nähe zum und die Offenheit für das Internet: Die in Blautönen gehaltenen Internet-Milieus zeichnen sich durch eine gewisse Internetferne und die in Rottönen gehaltenen durch eine mehr oder weniger ausgeprägte Internethäufigkeit aus.



⁶ Siehe DIVSI (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg. Eine Aktualisierung der identifizierten Internet-Milieus wurde in 2013 vorgenommen. Eine Neuvermessung fand 2016 statt. Siehe DIVSI 2012: DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg. Aktualisierung 2013: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2013/12/DIVSI_Milieu-Studie_Aktualisierung_2013.pdf sowie DIVSI (2016): DIVSI Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung. <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf>

Um die Zugehörigkeit der Befragten zu einem DIVSI Internet-Milieu zu bestimmen, wurde der DIVSI Internet-Milieu-Indikator in den Fragebogen der Repräsentativbefragung integriert, der aus aktuell zwölf Statements besteht. D.h., jeder Befragte bekommt im Datensatz eine Milieukennung zugewiesen, sodass die Ergebnisse vor dem Hintergrund der jeweiligen digitalen Lebenswelt interpretiert werden können.

Für die qualitative Vorstudie wurden die Teilnehmenden nach den DIVSI Internet-Milieus rekrutiert, um zu gewährleisten, dass mögliche milieuspezifische Herangehensweisen und Verständnisse bezüglich der elektronischen Kommunikation im Netz erhoben werden. Die Studienteilnehmer wurden auf drei Segmente, basierend auf den DIVSI Internet-Milieus, verteilt:

■ **Internetferne Verunsicherte und Vorsichtige Skeptiker – Gruppe 1 (n=18)**

Geringste Nutzungsintensität, Überforderung und Hilflosigkeit, wenig souveräner Umgang mit dem Netz. Hohe Gefahrensensibilisierung, die in Vermeidungsverhalten und geringer eigenaktiver Teilhabe resultiert.

■ **Verantwortungsbedachte Etablierte, Effizienzorientierte Performer und Souveräne Realisten – Gruppe 2 (n=20)**

Zwischen pragmatischer Selektiv- und unaufgeregter Intensivnutzung. Starke Nutzenorientierung. Sicherheitsverantwortung im Spannungsfeld zwischen Eigeninitiative des Individuums und staatlicher Verantwortung.

■ **Unbekümmerte Hedonisten und Netz-Enthusiasten – Gruppe 3 (n=22)**

Online-Partizipation zwischen Unbedarftheit und Begeisterung. Vielfältige Nutzung von Online-Möglichkeiten. Souveräner, bisweilen sorgloser Umgang mit Sicherheitsfragen, aus Unsicherheit und Fatalismus (Unbekümmerte Hedonisten) und aus Befürwortung von Eigenverantwortung (Netz-Enthusiasten).

2. Zentrale Befunde

Die Kommunikation mit Ärzten, Ämtern, Unternehmen, Banken, Versicherungen, Steuerberatern oder Rechtsanwälten ist insbesondere durch den Austausch sensibler und zumeist auch vertraulicher Inhalte gekennzeichnet. **In diesem sogenannten „privat-geschäftlichen“ Bereich nehmen Menschen eingeschränkte Möglichkeiten wahr, zwischen verschiedenen Kommunikationskanälen zu wählen, als in anderen Feldern.**

Während die Mehrheit im privaten Austausch mit Familie, Freunden und Bekannten ein breites Spektrum an Online-Kanälen ganz selbstverständlich nutzt, spielen viele von ihnen bei der privat-geschäftlichen Kommunikation kaum eine Rolle:

- Für den privaten Austausch nutzen bereits knapp drei Viertel der Bevölkerung Instant-Messaging (74 Prozent), gegenüber fünf Prozent, die diesen Kanal privat-geschäftlich nutzen.
- Über Soziale Netzwerke kommunizieren privat 58 Prozent, nur vier Prozent tun dies im privat-geschäftlichen Bereich.
- Videotelefonie verwendet ein Drittel der Befragten, um sich mit Familie, Freunden und Bekannten auszutauschen, aber nur eine Minderheit von zwei Prozent tritt auf diesem Weg mit privat-geschäftlichen Akteuren in Kontakt.

Dennoch ist die Verständigung online auch für den privat-geschäftlichen Bereich bedeutend. Die E-Mail ist hier zu einem zentralen Kommunikationsmittel geworden. Das persönliche Gespräch am Telefon ist immer noch am wichtigsten, jedoch: **Die E-Mail steht an zweiter Stelle und ist die meistgenutzte Form der Online-Kommunikation.**

- 60 Prozent korrespondieren mit Banken und Versicherungen per E-Mail. Sie nimmt damit den zweiten Platz ein, nach dem Telefonat (71 Prozent) und noch vor dem persönlichen Treffen (55 Prozent).
- Im Austausch mit Unternehmen ist sie ebenfalls das am zweithäufigsten genutzte Medium nach dem Telefon (71 Prozent E-Mail, 76 Prozent Telefon), mit weitem Abstand zu allen anderen abgefragten Kommunikationsmöglichkeiten. Der Brief steht mit 38 Prozent an Platz drei.
- Mit Ämtern und Behörden wird bereits gleich häufig per E-Mail und Brief kommuniziert (jeweils 59 Prozent). Damit rangiert sie auch hier, nach dem Telefonat (78 Prozent), auf dem zweiten Rang.

Die Wahl des Kanals hängt im privat-geschäftlichen Bereich wesentlich vom Kommunikationsanlass ab. Je vertraulicher der Anlass, desto relevanter werden Briefe: 71 Prozent empfangen wichtige Dokumente (für die eigene Ablage) lieber auf Papier als via E-Mail, und 70 Prozent wählen bei offiziellen Angelegenheiten einen Brief statt einer E-Mail.

Vertraulichkeit, Verlässlichkeit und persönliche Beratung sind die zentralen Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikationskanäle.

- Wenn es um wichtige Informationen und Dokumente geht, ist für 55 Prozent ein zentrales Kriterium, dass Inhalte nicht mitgelesen werden können (Vertraulichkeit). Für etwa die Hälfte (49 Prozent) ist es zentral, sich darauf verlassen zu können, dass die Dokumente und Informationen ankommen. Daneben ist mehr als einem Drittel (38 Prozent) wichtig, bei diesen Angelegenheiten einen persönlichen Ansprechpartner zu haben.
- Dass die Vertraulichkeit der Kommunikation grundgesetzlich geschützt ist, hat für die Menschen auch in der digitalen Welt große Bedeutung. 90 Prozent sehen als erforderlich an, dass das Briefgeheimnis auch in der digitalen Welt gilt. Jedoch halten es 69 Prozent für bedroht durch die Digitalisierung.

Ausgeprägt sind die Bedenken der Befragten hinsichtlich der Sicherheit von E-Mails:

- 71 Prozent sind fest oder eher davon überzeugt, dass E-Mails ebenso leicht ausgespäht werden können wie eine Postkarte. 65 Prozent sehen eine große Gefahr, dass E-Mails mitgelesen werden. 62 Prozent befürchten die Manipulation von E-Mails.
- Die E-Mail erfüllt die zentralen Anforderungen der Menschen an privat-geschäftliche Kommunikation somit nicht. Aber sie steht für alltagsrelevante Convenience-Merkmale: zeit- und ortsunabhängige Kommunikation bei geringeren Kosten im Vergleich zum Brief.

Für die Mehrheit der Befragten schließen sich Sicherheit und Convenience als Anforderung nicht aus. Im Gegenteil: 62 Prozent erwarten sowohl Sicherheit als auch eine einfache und bequeme Handhabung.

In der Abwägung konkreter Sicherheits- und Convenience-Aspekte zeigen die Befragten einen Widerspruch zwischen Einstellung und Verhalten. Auch wenn Sicherheitsaspekte im direkten Vergleich zu Convenience als wichtiger bewertet werden, sind im Alltag allerdings Annehmlichkeiten wie Orts- und Zeitunabhängigkeit handlungsleitende Kriterien. Im direkten Vergleich erfüllt der Brief aus Sicht der Befragten Sicherheitsanforderungen (vertraulich, rechtsverbindlich) besser als die E-Mail; die wiederum als schneller, unkomplizierter und günstiger wahrgenommen wird.

- 91 Prozent sagen, die E-Mail sei schneller als der Brief; 83 Prozent sehen sie im Vorteil bei der Kosteneffizienz, und 67 Prozent finden, dass die Kommunikation per E-Mail einfacher ist.
- Den Brief hält knapp die Hälfte der Befragten für rechtsverbindlicher als die E-Mail (49 Prozent), und 46 Prozent finden, dass er vertraulicher ist.
- Aber von 65 Prozent der Personen, die davon ausgehen, dass E-Mails (sehr) unsicher vor dem Zugriff Unbefugter sind, versenden bis zu 45 Prozent auf diesem Wege sogar Informationen und Dokumente, die sie für besonders schützenswert halten (private Telefonnummer 45 Prozent, IBAN 21 Prozent, Dokumente, die einen Rechtsstreit betreffen 17 Prozent, Finanzdaten 15 Prozent).

Die Verantwortung, für eine sichere Online-Kommunikation Sorge zu tragen, sehen die Nutzer gleichermaßen bei Staat, Wirtschaft und sich selbst. Nahezu niemand sieht einen Akteur als hauptverantwortlich an.

- Die deutsche Bevölkerung nimmt Staat (81 Prozent) und Wirtschaft (83 Prozent) in die Pflicht, für sichere Kommunikationsmöglichkeiten im Internet zu sorgen. Gleichzeitig glaubt eine deutliche Mehrheit nicht daran, dass der Staat (76 Prozent) und die Unternehmen (68 Prozent) dieser Aufgabe gerecht werden können.
- 70 Prozent der Befragten wünschen sich, dass der Staat konkrete Kontrollmechanismen etabliert, z.B. ein Sicherheitssiegel für internetbasierte Kommunikationsangebote vergibt und als übergeordnete Kontrollinstanz fungiert.

3. Privat-geschäftliche Kommunikation – was ist das eigentlich?

3.1 Verständnis und Relevanz privat-geschäftlicher Kommunikation im Alltag

Empirische Studien zu Verlässlichkeits- und Vertraulichkeitsaspekten bei der (Online-)Kommunikation fokussieren in der Regel rein private oder rein berufliche Kommunikation. Darüber hinaus werden diese Fragestellungen im Zuge der Digitalisierung von Verwaltungsvorgängen bearbeitet.⁷ Solche E-Government-Studien haben Berührungspunkte mit den Themen der vorliegenden Studie, betreffen aber nur einen Teilaspekt. Die privat-geschäftliche Verständigung in ihrer Gesamtheit, d.h. jegliche geschäftliche und organisatorische Kommunikation von Privatpersonen mit Ärzten, Anwälten, Behörden, Banken oder Unternehmen, scheint bislang nicht Gegenstand systematischer Analysen. Dies ist überraschend, da dieser Kommunikationsbereich äußerst sensibel und von hoher persönlicher Relevanz ist, denn typischerweise geht es dabei um den Austausch vertraulicher Informationen wie z.B. personenbezogener Daten. Auch fristgerechte Sendungen sind für privat-geschäftliche Kommunikationsvorgänge charakteristisch, was verlässliche Übermittlungskanäle voraussetzt.

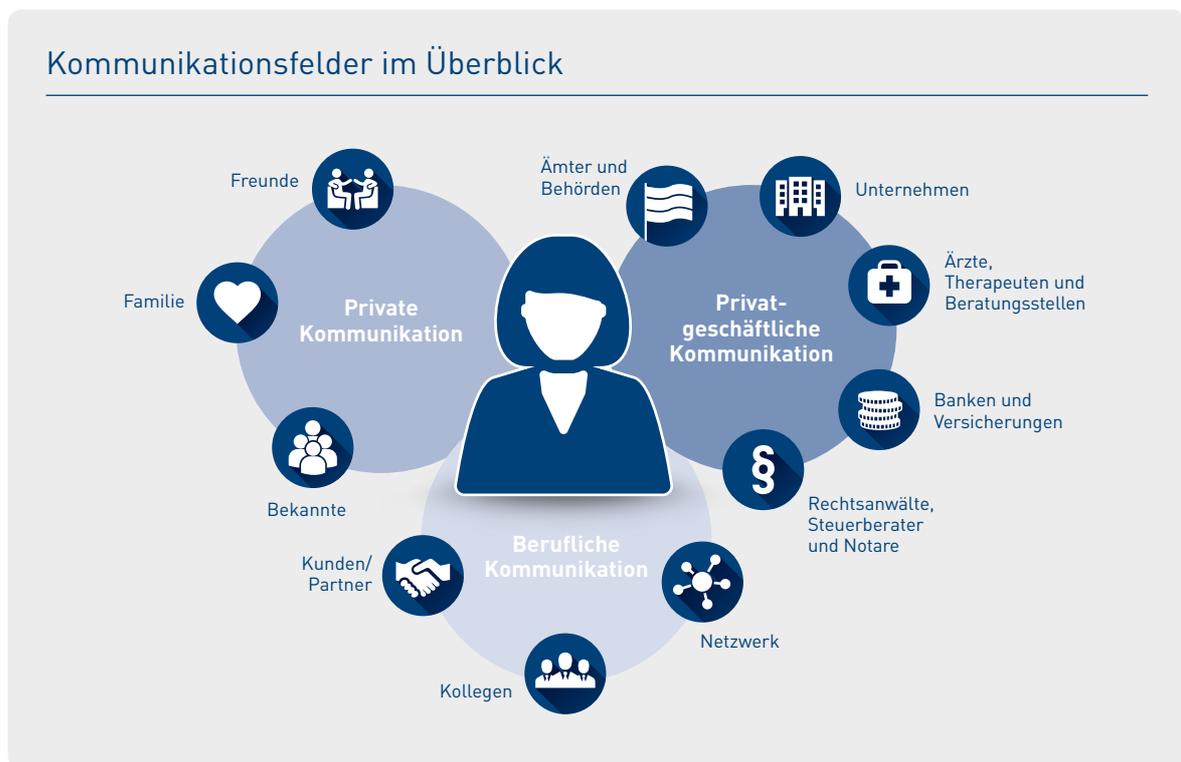
Sensible Informationen werden ebenfalls bei der rein beruflichen Kommunikation ausgetauscht (z.B. in Form von Dokumenten zwischen zwei Unternehmen). Während hier jedoch die Regeln sicherer Kommunikation häufig durch Experten vorgegeben werden (z.B. im Rahmen von Unternehmens- oder Branchenrichtlinien), sind die Menschen im Feld privat-geschäftlicher Kommunikation weitgehend auf sich selbst gestellt. Sofern Kommunikationsabläufe nicht klar vorgegeben sind, müssen sie selbst entscheiden, welche Kommunikationskanäle ihnen angemessen und sicher erscheinen bzw. welche Schutzmaßnahmen sie ggf. ergreifen wollen. Während die Handhabung analoger Kanäle weitgehend eingeübt und damit auch unter Sicherheitsaspekten in der Regel für die Menschen gut einschätzbar ist, zeigt sich im Umgang mit digitalen Angeboten häufig Unsicherheit und Unwissenheit. Das erschwert einen sicheren Umgang mit den eigenen Daten in einer Situation, in der er besonders wichtig ist.

Die qualitative Vorstudie (Online-Community) zeigt, dass der privat-geschäftliche Austausch von den meisten zwar als spezifisches Kommunikationsfeld wahrgenommen wird, es dafür aber kein einheitliches, gemeinsames Wort gibt. Gesprochen wird beispielsweise von „offizieller“, „halb privater“ oder „organisatorischer“ Kommunikation. Aufbauend auf den Ergebnissen der Vorstudie wurde deshalb das Kommunikationsfeld „privat-geschäftlich“ begrifflich definiert und in fünf Bereiche gegliedert: (1) Ärzte, Therapeuten und Beratungsstellen, (2) Ämter und Behörden, (3) Rechtsanwälte, Steuerberater und Notare, (4) Banken und Versicherungen sowie (5) sonstige Unternehmen. Die vorliegende Studie fokussiert und unterscheidet diese Akteure, um sicherzustellen, dass alle relevanten Teilbereiche privat-geschäftlicher Kommunikation von den Befragten mitgedacht werden. Zum Vergleich wurden auch die Felder rein privater und rein beruflicher Kommunikation beleuchtet. Es

⁷Vgl. zum Beispiel: Studie zu Vertraulichkeit/Sicherheit in der Online-Kommunikation – ohne Differenzierung nach Kommunikationsanlässen: Herfert, Michael & Weidner, Michael (2013): Trend- und Strategiebericht: Privatsphärenschutz und Vertraulichkeit im Internet. Online: https://www.sit.fraunhofer.de/fileadmin/dokumente/studien_und_technical_reports/TuS-Bericht_Privacy.pdf, Vertraulichkeit und Sicherheit in der Kommunikation zwischen Bürger und Staat/E-Government: re:publik Institut für Zukunftspolitik (2011): Vertraulichkeit und Transparenz 2.0 – Herausforderungen und Hindernisse in der elektronischen Kommunikation in Staat und Bürgergesellschaft. Online: http://www.zukunftspolitik.de/fileadmin/user_upload/zukunftspapier_no4.pdf, Studie zur privaten Kommunikation: MindTake Research (2017): E-Mail für dich – Insights zur privaten Kommunikation im DACH-Raum. Online: https://www.united-internet-media.de/fileadmin/uim/media/home/downloadcenter/studien/UIM_Research_E-Mail-fuer-Dich_Gesamt.pdf, Ipsos Global Trends (2017): Fragmentation, Cohesion & Uncertainty. Online: <http://assets.ipsos-mori.com/gts/ipsos-gts-report.pdf>

wurden hier Fragen zur Kommunikation mit Freunden, Familie und Bekannten einerseits sowie Kollegen, Vorgesetzten und Geschäftspartnern andererseits gestellt.

Im Vergleich der drei Kommunikationsfelder (privat, beruflich und privat-geschäftlich) zeigt sich, dass im privat-geschäftlichen Austausch Kommunikationskanäle genutzt werden, die auch in den anderen beiden Feldern gängig sind. Das Spektrum fällt hier jedoch kleiner aus. Viele der mittlerweile vor allem in der privaten Verständigung etablierten Online-Kanäle werden weniger intensiv genutzt. Das heißt, es lassen sich feldspezifische Muster erkennen.



Während die Wahl des Kommunikationskanals für den Austausch mit Freunden, Familie und Bekannten vor allem individuellen Präferenzen folgt, werden bei der rein beruflichen Kommunikation auch Vorgaben der Arbeitgeber berücksichtigt. Im Feld privat-geschäftlicher Kommunikation werden zusätzlich zu den individuellen Präferenzen und Gewohnheiten aber auch die Vorgaben der jeweiligen privat-geschäftlichen Akteure wirksam. D.h., Ämter, Arztpraxen, Anwaltskanzleien oder Banken legen fest, welche Kanäle für die Kommunikation bereitstehen und den Kunden/Patienten nahegelegt werden.

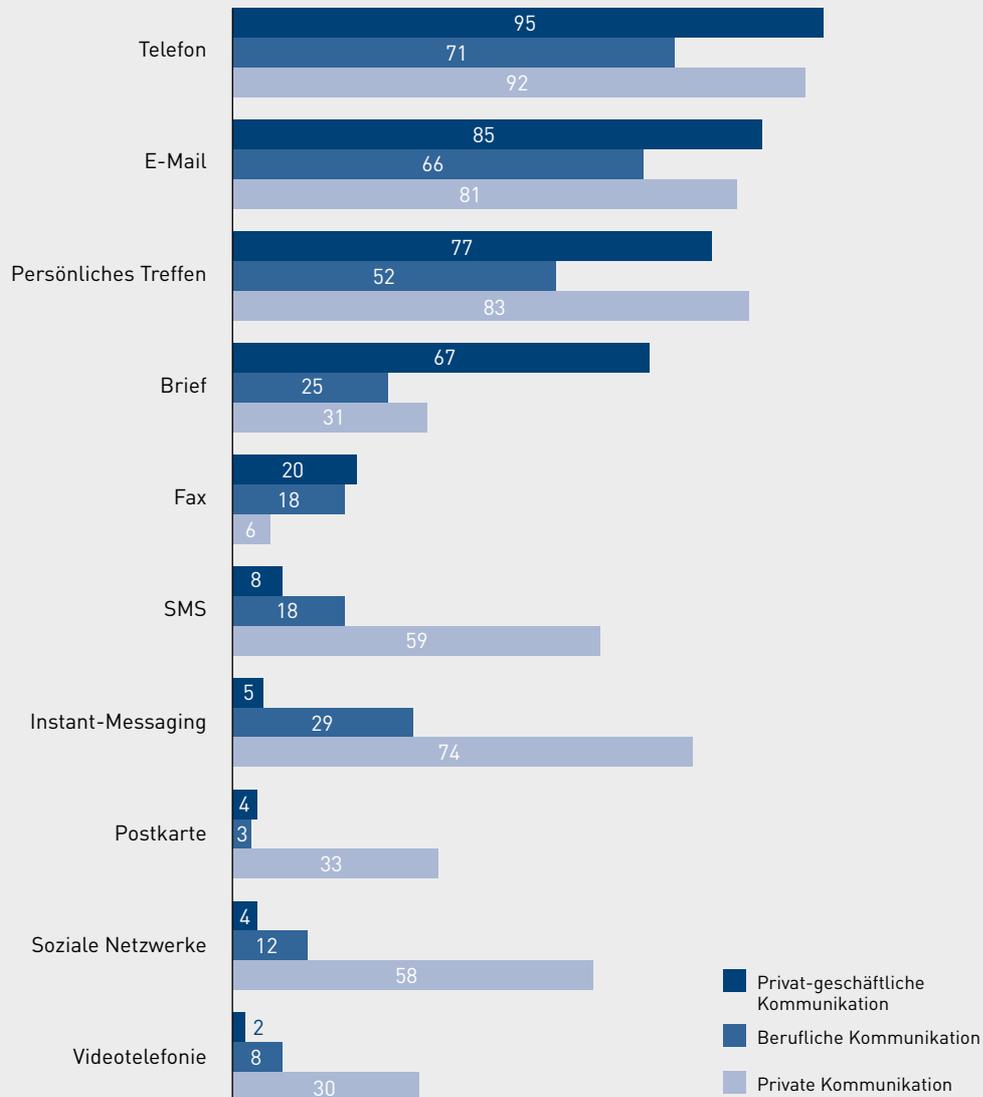
Telefonate, E-Mails und persönliche Treffen sind in allen drei Feldern die am häufigsten genutzten Kommunikationsmöglichkeiten. Die größten Unterschiede zeigen sich zwischen der privaten und privat-geschäftlichen Kommunikation bei Online-Angeboten wie Sozialen Netzwerken, Instant-Messaging und Videotelefonie sowie bei Kurznachrichtenformaten (SMS, Postkarte). Nur eine Minderheit von jeweils unter fünf Prozent greift bei privat-geschäftlichen Beziehungen auf Online-Kommunikation – abseits von E-Mail – zurück. Privat nutzen hingegen bereits fast drei Viertel der Bevölkerung Instant-Messaging, über die Hälfte Soziale Netzwerke und ein Drittel Videotelefonie. Auffällige Unterschiede zeigen sich auch zwischen beruflicher und privat-geschäftlicher Kommunikation: Während nur ein Viertel beruflich Briefe schreibt, trifft dies für 67 Prozent beim privat-geschäftlichen Austausch zu.

Icons made by Freepik/Gregor Cresnar/Google/Smashicons from www.flaticon.com

Kanäle der privaten, beruflichen und privat-geschäftlichen Kommunikation

„Welche der folgenden Kommunikationsmittel bzw. -möglichkeiten nutzen Sie zumindest gelegentlich?“

Alle Kommunikationsmittel im Vergleich – außer Intranet, Kundenportal und Kunden-App, da diese nur einen Bereich betreffen; in Prozent

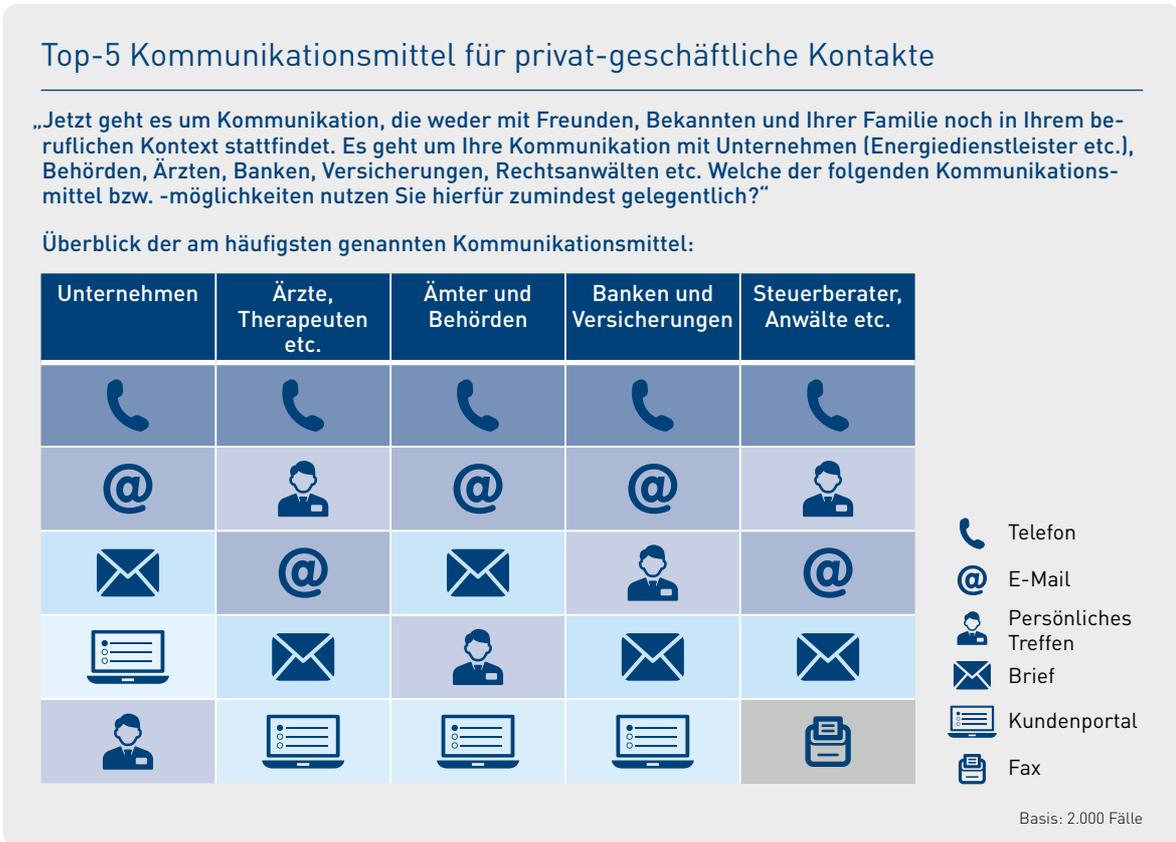


Basis: 2.000 Fälle

3.2 Wichtige Kanäle bei der privat-geschäftlichen Kommunikation – ohne das gesprochene Wort geht es nicht

Im Folgenden wird das Feld privat-geschäftlicher Kommunikation in seinen Facetten genauer beleuchtet. Dabei ist zunächst interessant, welche Kanäle im Austausch mit unterschiedlichen Akteuren vorrangig genutzt werden. Den Befragten wurden zwölf Möglichkeiten zur Auswahl angeboten: Telefon, persönliches Treffen, Brief, Postkarte, Fax, SMS, E-Mail, Kundenportal, Kunden-App, Instant-Messaging, Soziale Netzwerke und Videotelefonie. Es zeigt sich, dass fünf dieser Kanäle

bereichsübergreifend am häufigsten verwendet werden: das Telefon, der Brief, die E-Mail, das persönliche Treffen und das Kundenportal.



Der direkte sprachliche Austausch ist den Menschen besonders wichtig

Bei der privat-geschäftlichen Kommunikation bevorzugen die Menschen in Deutschland den direkten sprachlichen Austausch mit anderen: Das Telefonat ist das am häufigsten genutzte Kommunikationsmittel, egal, ob der Arzt, die Bank oder der Rechtsanwalt kontaktiert wird. Das persönliche Treffen folgt entweder an zweiter Stelle (Ärzte, Therapeuten etc. sowie Steuerberater, Anwälte etc.) oder rangiert jedenfalls unter den Top-5.

Persönliche Gespräche sind mir wichtig, auch bei Fragen zu Technikproblemen, Finanzfragen, Hausverwaltung etc. Nur sehr ungern schreibe ich in dem Fall Mails, weil es oft zu Missverständnissen kommen kann oder man leichter ignoriert wird. (29 Jahre, weiblich, Gruppe 3)⁸

Persönlichen, auch telefonischen Kontakt halte ich für am besten. Keine Rechtschreibfehler, direkte Antworten und Zwischenfragen. Antworten dann aber am liebsten schriftlich, da dann auch verbindlich. Verbindlich auch von mir, z.B. Schriftliches bei kaufmännischen Dingen. (59 Jahre, männlich, Gruppe 2)

Stimmen sind für mich etwas Privates und weisen auch nach, dass ich die sprechende Person bin. Schreiben hat für mich etwas Anonymeres. (21 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

⁸Die Spezifika der drei Gruppen können Kapitel 1.2 „Forschungsdesign: Methode und Stichprobe“ entnommen werden.

Ich versuche weitestgehend alles im persönlichen Gespräch zu klären. Dies ist für mich angenehmer und schneller, als auf Antwort zu warten. Missverständnisse und Rückfragen können vermieden werden. Geht dies nicht, nutze ich gerne E-Mail, weil man dann auch was schriftlich hat. Bei Kündigungen wahre ich die Schriftform und mache dies per Brief. (34 Jahre, männlich, Gruppe 3)

Die Befragten wünschen also unmittelbaren Austausch, um sich erklären und direktes Feedback bekommen zu können. In einem Telefonat oder einem persönlichen Treffen werden komplexe Sachverhalte aus Sicht der Befragten am ehesten verständlich und nachvollziehbar, da Nachfragen möglich sind. Missverständnisse können – anders als bei schriftlicher Kommunikation – direkt ausgeräumt werden.

Für Anfragen, Termine, Ärzte, Ämter, Telekom etc. ist mein Hauptkommunikationsweg E-Mail und Telefon. Bei sehr offiziellen Anlässen wie Beschwerden oder wichtigen Anträgen kommuniziere ich per Brief. (41 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Mit Firmen und Behörden kommuniziere ich überwiegend schriftlich per E-Mail oder Einschreiben, um etwas in der Hand zu haben, z.B. bei Problemen. (41 Jahre, männlich, Gruppe 2)

Für Organisatorisches, Job, Arzttermine, Finanzen etc., nutze ich am liebsten Mails, wenn etwas nicht sofort geklärt werden muss, oder Telefonate, wenn es dringlich ist, um eine sofortige Antwort zu erhalten. (25 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Ich telefoniere bei Problemen von Bestellungen, wenn es schiefgelaufen ist. Oder ich schreibe einen Brief, wenn es telefonisch oder per E-Mail nicht geklappt hat. (20 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Um Fragen zu klären oder für persönliche Anliegen bevorzuge ich das persönliche Gespräch oder das Telefonat. Mir ist es angenehmer, den Menschen zu sehen oder zumindest zu hören, mit dem ich kommuniziere. Bedarf es eines einfachen Informationsaustauschs, einer Bestätigung oder Sonstigem, so genügt ein Briefwechsel oder eine E-Mail. (36 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Bei geschäftlichen Anlässen, Rechnungen, Kündigungen, Beschwerden immer per Post und Einschreiben, weil damit gewährleistet ist, dass das Schreiben übermittelt wurde. (25 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

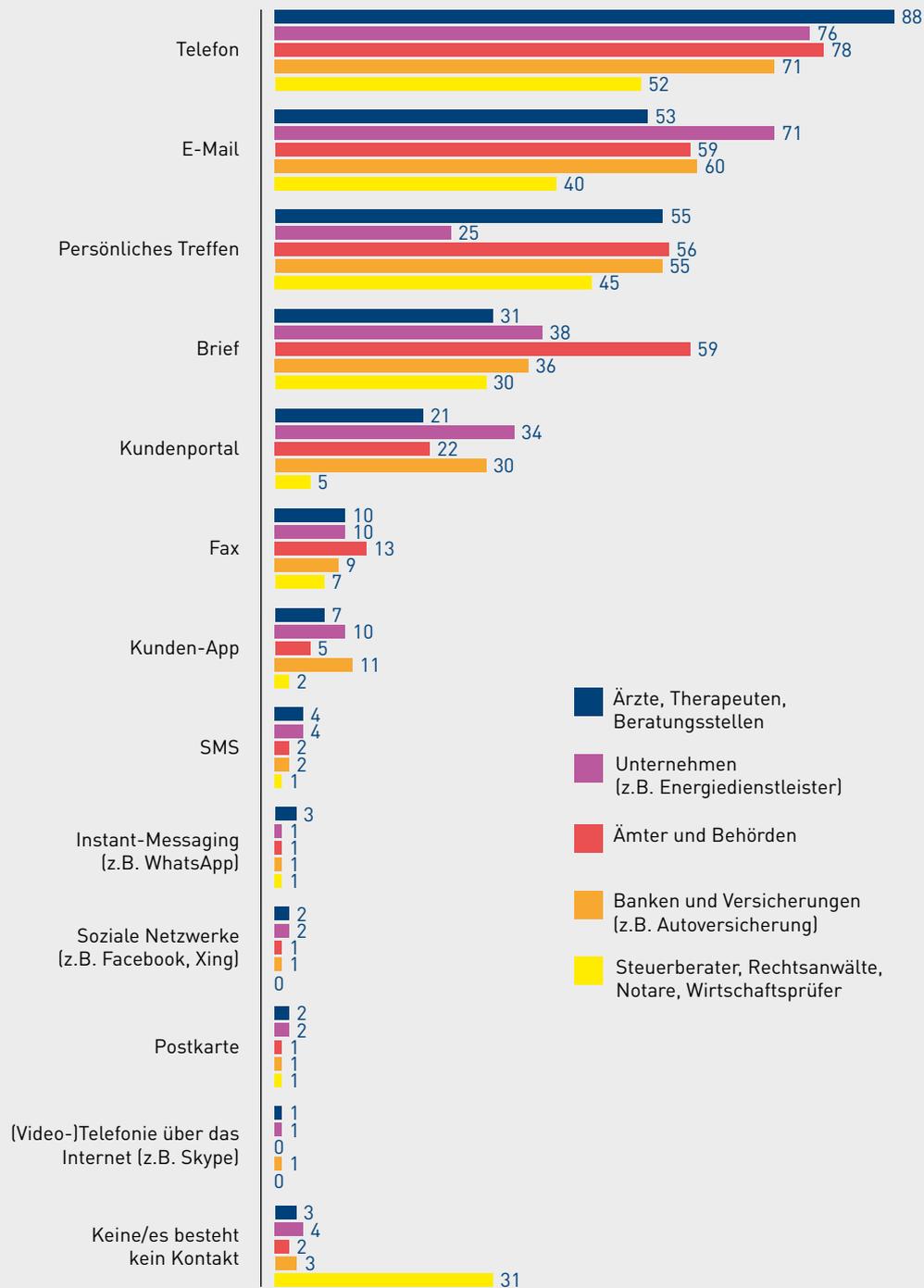
Wenn möglich, bevorzuge ich grundsätzlich das persönliche Gespräch oder ein Telefonat, damit ich auftretende Fragen schnell klären kann. Dies betrifft alle Arten der Kommunikation. Zunehmend kläre ich Fragen auch per Mail, allgemeine Anfragen oder Bestellungen etc. Dies hat den Vorteil, dass ich unabhängig von Tageszeiten bin und meine Anliegen auch nach Geschäftsschluss äußern kann und im Idealfall am nächsten Tag eine Antwort erhalte. So erhalte ich auch verbindliche Antworten, die mir Sicherheit geben, z.B. bei Fristen. (48 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Mir ist grundsätzlich der persönliche Kontakt am wichtigsten. Die sozialen Kontakte liegen mir sehr am Herzen. (65 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Nach Möglichkeit nutze ich meistens im Umgang mit Kunden, Firmen und Dienstleistern das persönliche Gespräch oder per Telefon. Ansonsten wird das meiste noch per Brief, E-Mail und Fax erledigt. Zwecks Nachweis für meine Akten. (57 Jahre, männlich, Gruppe 1)

Privat-geschäftliche Kommunikation

„Jetzt geht es um Kommunikation, die weder mit Freunden, Bekannten und Ihrer Familie noch in Ihrem beruflichen Kontext stattfindet. Es geht um Ihre Kommunikation mit Unternehmen (Energiedienstleister etc.), Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen, Rechtsanwälten etc. Welche der folgenden Kommunikationsmittel bzw. -möglichkeiten nutzen Sie hierfür zumindest gelegentlich?“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

Die E-Mail folgt bereits auf Platz zwei – und ist damit das meistgenutzte Online-Medium in der privat-geschäftlichen Kommunikation

Wer online kommunizieren möchte, schreibt zumeist eine E-Mail – vor allem bei der Verständigung mit Unternehmen (71 Prozent). Bei Rechtsanwälten, Steuerberatern und Notaren wählen mit 40 Prozent zwar deutlich weniger diese Lösung, dennoch zählt die E-Mail auch beim Austausch mit dieser Gruppe zu den am häufigsten verwendeten Kommunikationsmitteln.

Kundenportale sind für die Kommunikation mit Banken und Versicherungen sowie Unternehmen für rund ein Drittel der Befragten relevant. Auf Kundenportalen wird häufig auch ein eigenes Postfach angeboten. Etwa ein Fünftel tritt über diesen Weg auch mit Ämtern und Behörden bzw. Ärzten, Therapeuten und Beratungsstellen in Kontakt. Etwa die Hälfte der Befragten verwendet Kundenportale jedoch überhaupt nicht für Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich.

Der Kontakt über eine Kunden-App spielt (bislang noch) eine untergeordnete Rolle; 82 Prozent verwenden sie nicht. Kunden-Apps werden nicht als zentrale Kontaktmöglichkeit zum Anbieter gesehen, sondern eher als sinnvolles Tool für einzelne Dienstleistungen betrachtet (z.B. Reisebuchung). Tatsächlich wird bei vielen Kunden-Apps ohnehin bei Fragen auf die telefonische Hotline (bzw. Skype-Helpdesk) oder die E-Mail-Adresse zur Kontaktaufnahme verwiesen. Am ehesten genutzt werden Kunden-Apps aktuell bei der Kommunikation mit Unternehmen sowie mit Banken und Versicherungen (10 bzw. 11 Prozent).

Andere Online-Kommunikationsformen wie Soziale Netzwerke, Instant-Messaging oder Videotelefonie kommen im Bereich privat-geschäftlicher Kommunikation kaum zum Einsatz (maximal 3 Prozent nutzen diese Medien). Das gilt aber auch für klassische Kurznachrichtenformate wie die SMS oder die Postkarte (SMS zwischen 1 und 4 Prozent; Postkarte zwischen 1 und 2 Prozent).

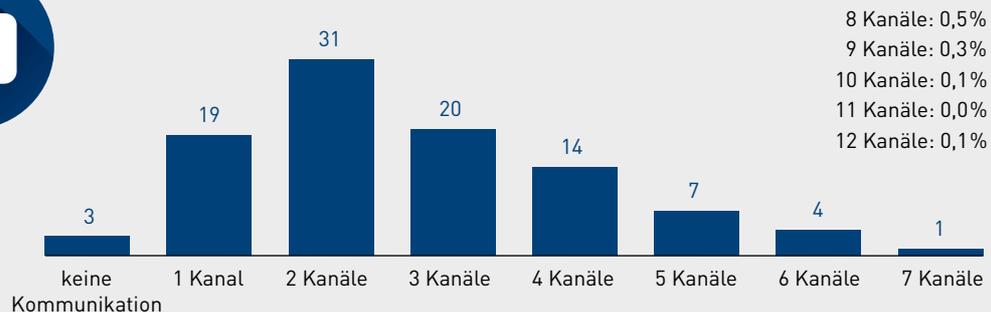
Ob ein bestimmter Kommunikationskanal verwendet wird, setzt natürlich voraus, dass er überhaupt existiert und den potenziellen Kunden bekannt ist. Einige der o.g. Kanäle werden derzeit von den verschiedenen Akteuren (noch) nicht zur Verfügung gestellt, stellen hier nur ein begrenztes Set an Dienstleistungen zur Verfügung oder sind beispielsweise noch nicht für die mobile Nutzung optimiert. Das gilt insbesondere für Kundenportale, Kunden-Apps und Kurznachrichtenformate.

Der Kommunikationsanlass bestimmt die Auswahl der Kommunikationskanäle

Bei der privat-geschäftlichen Kommunikation werden zumeist mehrere Kontaktoptionen miteinander kombiniert oder kommen sogar innerhalb eines einzigen Kommunikationsvorgangs parallel zur Anwendung. In der Regel verläuft die privat-geschäftliche Kommunikation über zwei bis drei Kommunikationskanäle. Dies soll anhand der Kommunikation mit Ärzten, Therapeuten und Beratungsstellen exemplarisch veranschaulicht werden: Rund ein Drittel der Befragten verwendet zwei der zwölf abgefragten Kommunikationsmittel parallel; ein Fünftel nutzt drei und ein knappes Fünftel nur einen Kanal. Vier Kanäle nutzen in der Kommunikation mit Ärzten, Therapeuten und Beratungsstellen rund 14 Prozent. Fünf oder mehr Kanäle verwendet ein noch geringerer Anteil (jeweils unter 8 Prozent). Für 70 Prozent der Befragten sind somit maximal drei Kanäle relevant, um mit diesen Akteuren in Kontakt zu treten.

Anzahl genutzter Kommunikationskanäle mit Ärzten, Therapeuten, Beratungsstellen etc.

„Jetzt geht es um Kommunikation, die weder mit Freunden, Bekannten und Ihrer Familie noch in Ihrem beruflichen Kontext stattfindet. Es geht um Ihre Kommunikation mit Unternehmen (Energiedienstleister etc.), Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen, Rechtsanwälten etc. Welche der folgenden Kommunikationsmittel bzw. -möglichkeiten nutzen Sie hierfür zumindest gelegentlich?“ in Prozent



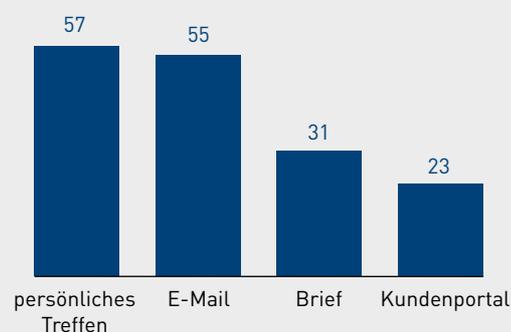
8 Kanäle: 0,5%
 9 Kanäle: 0,3%
 10 Kanäle: 0,1%
 11 Kanäle: 0,0%
 12 Kanäle: 0,1%

Basis: 2.000 Fälle

Typisch im Gesundheitsbereich ist zum Beispiel, neben Telefonaten mit der Arztpraxis (88 Prozent) dort auch persönlich vor Ort zu erscheinen (57 Prozent) und zusätzlich E-Mails zu schreiben (55 Prozent). Etwa ein Drittel der Bevölkerung steht auch per Brief im Austausch mit Ärzten, Therapeuten oder Beratungsstellen, und 23 Prozent verwenden zusätzlich Kundenportale.

Personen, die per Telefon mit Ärzten etc. kommunizieren, nutzen auch...

„Jetzt geht es um Kommunikation, die weder mit Freunden, Bekannten und Ihrer Familie noch in Ihrem beruflichen Kontext stattfindet. Es geht um Ihre Kommunikation mit Unternehmen (Energiedienstleister etc.), Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen, Rechtsanwälten etc. Welche der folgenden Kommunikationsmittel bzw. -möglichkeiten nutzen Sie hierfür zumindest gelegentlich?“ in Prozent



Basis: 1.757 Fälle; nur Befragte, die per Telefon mit Ärzten etc. kommunizieren

Icons made by Freepik/SimpleIcon/Smashicons from www.flaticon.com

Beispiel für Kommunikationsmix im gesundheitlichen Bereich:

Arzttermine nehme ich am liebsten persönlich wahr (Augenkontakt, Untersuchungsmöglichkeiten etc.), Rezepte per Telefon vorbestellen und Medikament in der Apotheke persönlich abholen, zumal Apotheker mir mit Rat und Tat zur Seite stehen! Medikamentenbestellung häufiger per Internet, weil günstiger. Der Kontakt zur Krankenkasse dann wieder via Mail oder Brief.

(54 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Im Folgenden werden die Kommunikationsgewohnheiten in den anderen vier Bereichen privat-geschäftlicher Kommunikation näher beleuchtet und Spezifika der jeweiligen Settings herausgearbeitet.



Unternehmen: E-Mail etabliert sich als zentrales Kommunikationsmedium

Der Austausch mit Unternehmen (wie z.B. Energiedienstleistern oder Mobilfunkanbietern etc.) erfolgt annähernd gleich häufig über das Telefon und per E-Mail. Mit allen anderen Gruppen der privat-geschäftlichen Kommunikation wird hingegen sehr viel häufiger per Telefon als über E-Mail kommuniziert. Per Brief treten 38 Prozent der Befragten mit Unternehmen in Kontakt. Persönliche Treffen gibt es nur bei jedem vierten Befragten. Das ist im Vergleich der privat-geschäftlichen Kommunikationsbereiche der niedrigste Wert.

Das Kundenportal ist für ca. ein Drittel ein gängiger Kanal für den Austausch mit Unternehmen. Hier deutet sich an, dass v.a. Unternehmen als Treiber der Digitalisierung bei der privat-geschäftlichen Kommunikation betrachtet werden können – und die Kunden die digitalen Angebote und Services offenbar auch nutzen.

Reklamation/Beschwerden: E-Mail oder Chat, da ich ungern persönlich darüber rede und per Text nicht so viel argumentieren muss. Technische Fragen: Chat oder Telefon, da ich hier schnelle Hilfe brauche und viele Rückfragen meinerseits sind. Bestellungen: über Warenkorb, da es bequem ist und ich zunächst keinen Gesprächsbedarf habe. Retouren: über Kontaktformulare (siehe Bestellungen).

(28 Jahre, männlich, Gruppe 3)



Banken und Versicherungen: Vorreiter in Sachen Kunden-Apps und -portale

Im Bereich der Kommunikation mit Banken und Versicherungen zeigt sich ein leichter Vorsprung in Sachen Digitalisierung im Vergleich zu den anderen Bereichen. Diesen Schluss lassen vor allem die höheren Werte bei der Nutzung von Kundenportalen (30 Prozent) und den insgesamt (noch) wenig verwendeten Kunden-Apps (11 Prozent) zu. Dabei ist davon auszugehen, dass es sich um eine angebotsseitig bedingte Verschiebung handelt, d.h. dass Unternehmen sowie Banken und Versicherungen diesen Kanal häufiger anbieten als andere Akteure in den Bereichen privat-geschäftlicher Kommunikation.

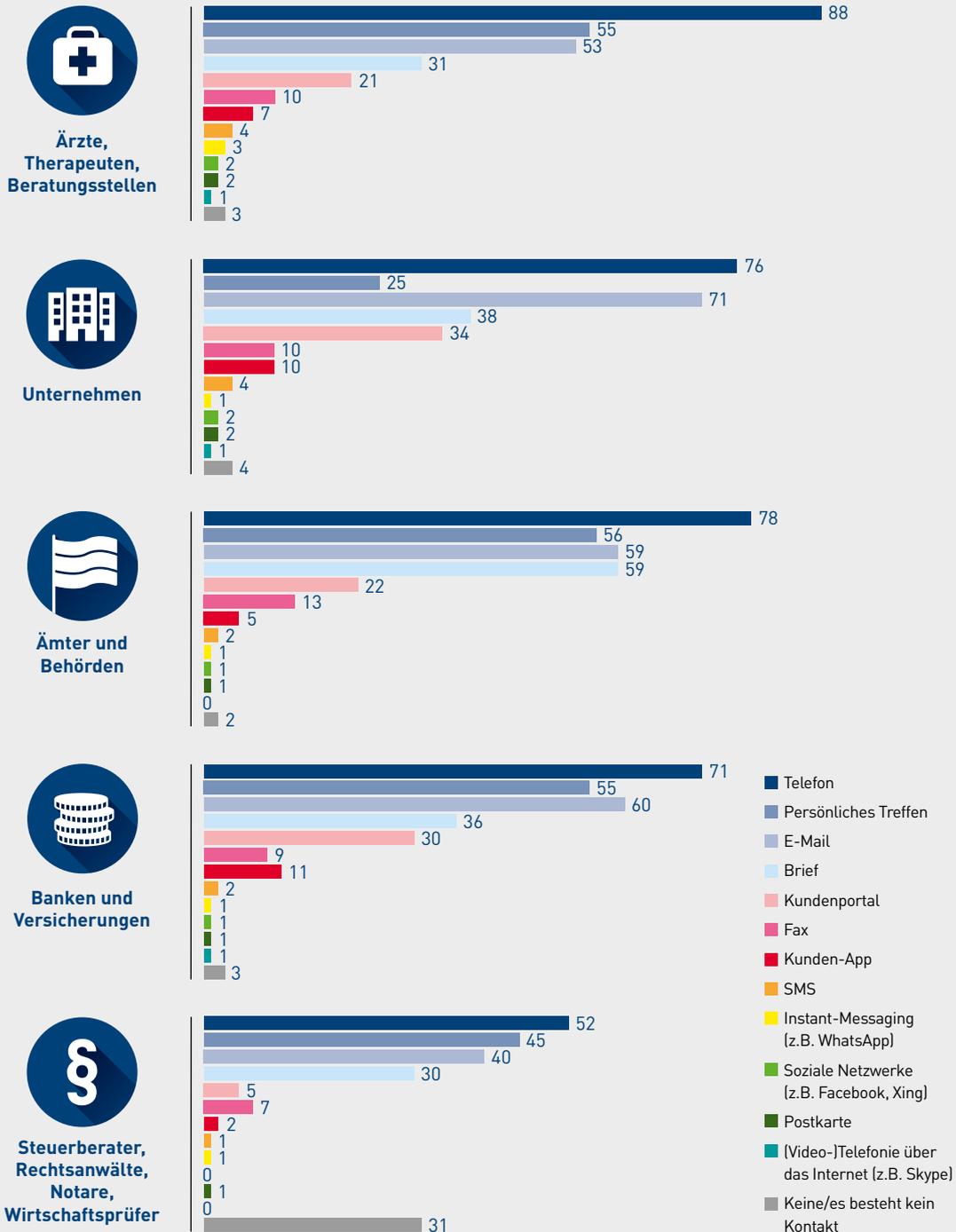


Ämter und Behörden: Digitale Angebote werden nur punktuell genutzt

Die Kommunikation mit Ämtern und Behörden erfolgt am häufigsten telefonisch (78 Prozent). Brief, E-Mail und das persönliche Treffen werden jeweils von nahezu 60 Prozent der Befragten genannt. Für diesen Bereich privat-geschäftlicher Kommunikation gilt im Besonderen, dass diese vier Wege häufig keine Varianten darstellen, sondern im Kommunikationsprozess anlassbezogen parallel zum Einsatz kommen. Das kann bedeuten, dass bspw. bestimmte Unterlagen postalisch eingereicht werden müssen, Nachfragen zu diesem Prozess oder Terminvereinbarungen aber telefonisch oder via E-Mail erledigt werden oder dass einer postalischen

Privat-geschäftliche Kommunikation

„Jetzt geht es um Kommunikation, die weder mit Freunden, Bekannten und Ihrer Familie noch in Ihrem beruflichen Kontext stattfindet. Es geht um Ihre Kommunikation mit Unternehmen (Energiedienstleister etc.), Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen, Rechtsanwälten etc. Welche der folgenden Kommunikationsmittel bzw. -möglichkeiten nutzen Sie hierfür zumindest gelegentlich?“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

Icons made by Freepik/Smashicons from www.flaticon.com

Aufforderung eine telefonische Rückmeldung folgt und ein Termin für ein persönliches Vorsprechen via E-Mail oder über ein Kundenportal vereinbart wird. Gerade diese Verschränkung einer Vielzahl von Kommunikationswegen erschwert die Umstellung auf digitale Lösungen. Warum sollte man sich mühevoll um die Pflege verschiedener Kundenportale kümmern, wenn man doch noch zur Post gehen oder zum Hörer greifen muss, um einen Vorgang letztlich erfolgreich abschließen zu können?



Steuerberater, Anwälte und Notare: Insgesamt weniger Austausch als in anderen Bereichen privat-geschäftlicher Kommunikation

Im Vergleich der verschiedenen privat-geschäftlichen Kommunikationsbereiche spielt das Telefonat im Kontakt mit dem Steuerberater, Notar oder Anwalt eine weniger dominante Rolle, ist aber auch hier die am häufigsten genannte Kommunikationsform. Während nur rund die Hälfte der Befragten auf diesem Weg mit dieser Personengruppe kommuniziert, wird das Telefonat in allen anderen Bereichen von mindestens 70 Prozent der Befragten genutzt. Auch der E-Mail-Austausch findet hier seltener statt als in anderen privat-geschäftlichen Bereichen. Die Vermutung liegt nahe, dass hier insgesamt weniger Kommunikation erforderlich ist, weil Interaktionsprozesse über längere Zeiträume (jährlich wiederkehrend bspw. mit dem Steuerberater) in eingespielten Mustern verlaufen. Zudem handelt es sich hier um eine Akteursgruppe, die nur eingeschränkte Zeitbudgets für den Austausch zur Verfügung stellt und eher schwer erreichbar ist.

31 Prozent der Befragten stehen überhaupt nicht im Kontakt mit Steuerberatern, Anwälten oder Notaren. Das ist im Vergleich der fünf Bereiche privat-geschäftlicher Kommunikation der höchste Wert.

3.3 Hauptgründe für den Verzicht auf privat-geschäftliche Online-Kommunikation

Etwa 11 Prozent der Befragten geben an, im privat-geschäftlichen Bereich nicht auf internetbasierte Kommunikationsmöglichkeiten zurückzugreifen. Im Folgenden werden die Gründe dafür näher betrachtet.

Fehlende persönliche Beratung und Sensibilität der Inhalte sind Hauptgründe für Zurückhaltung

Der von den Befragten am häufigsten angegebene Grund für den Verzicht auf Online-Kommunikation ist, dass es beim Kontakt im Internet niemanden gebe, der bei Fragen persönlich weiterhelfen könne; 74 Prozent stimmen dem voll oder eher zu. Wenn Kommunikation zeitversetzt (Briefe, E-Mails etc.) oder ohne konkretes Gegenüber (persönlicher Ansprechpartner) stattfindet, entsteht für diese Befragten eine Distanz, die bei vielen Anliegen aus unterschiedlichen Gründen als störend empfunden wird. Wie bereits dargelegt wurde, ist es für viele häufig einfacher, sich verbal als schriftlich zu äußern. Das gilt vor allem bei komplexen Sachverhalten. Ein weiterer Grund ist, dass der persönliche Austausch nicht nur erleichternd, sondern auch bedeutsam ist. Der persönliche Kundenbetreuer bei einer Bank erfüllt für viele eben nicht nur eine sachliche Funktion, sondern ist die Person, der sie ihre finanzielle Situation anvertrauen und ihm oder ihr damit mehr Einblicke gewähren als manchen anderen Personen im privaten Umfeld. Dieser Befund stützt die These, dass die persönliche Beratung im privat-geschäftlichen Bereich eine eigene, besonders wichtige Anforderungskategorie ist.

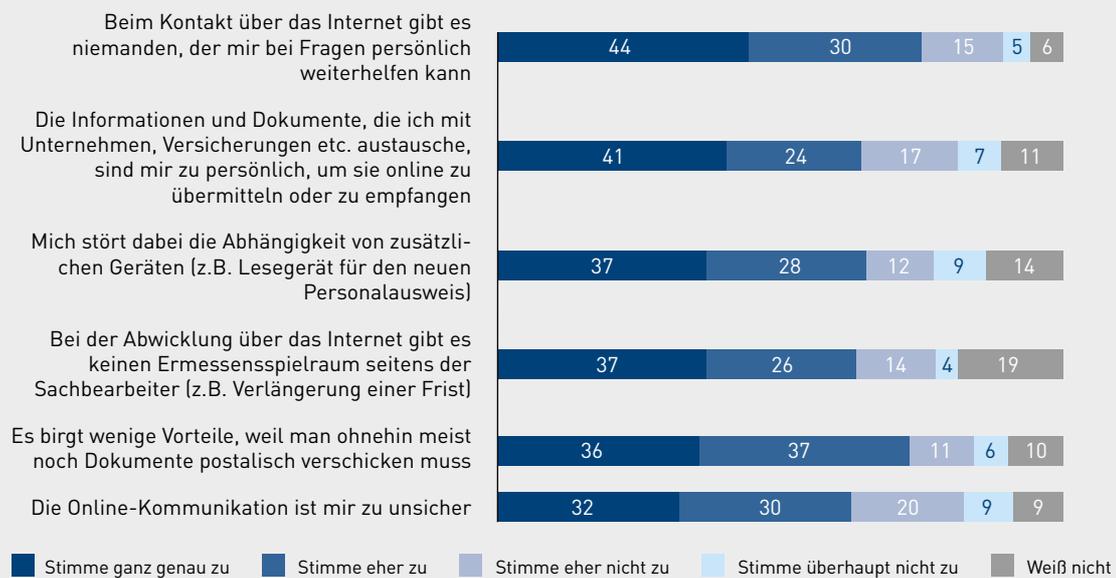
Über die Gruppe derer, die im privat-geschäftlichen Bereich nicht online kommuniziert, lässt sich Folgendes sagen:

- Für mehr als die Hälfte sind Sicherheits- bzw. Vertraulichkeitsaspekte ausschlaggebend für ihre distanzierte Haltung.
- 65 Prozent finden, dass die Informationen und Dokumente, die ausgetauscht werden, zu persönlich sind, um sie online zu übermitteln oder zu empfangen.
- 73 Prozent sind zudem überzeugt, dass Online-Kommunikation keine Vorteile bringt, weil am Ende die jeweiligen Dokumente ohnehin noch einmal postalisch verschickt werden müssten.

Da für alle Bereiche privat-geschäftlicher Kommunikation typisch ist, mehr als nur einen Kommunikationsweg zu nutzen, bleibt bei dieser letzten Einschätzung ausgeblendet, dass der Dokumentenversand häufig nur einen Teil der Abwicklung der jeweiligen Angelegenheit ausmacht, weitere Aspekte womöglich aber ebenfalls geklärt werden müssen. Für diesen zusätzlichen Austausch könnten prinzipiell digitale Angebote genutzt werden.

Verzicht auf privat-geschäftliche Online-Kommunikation – Gründe

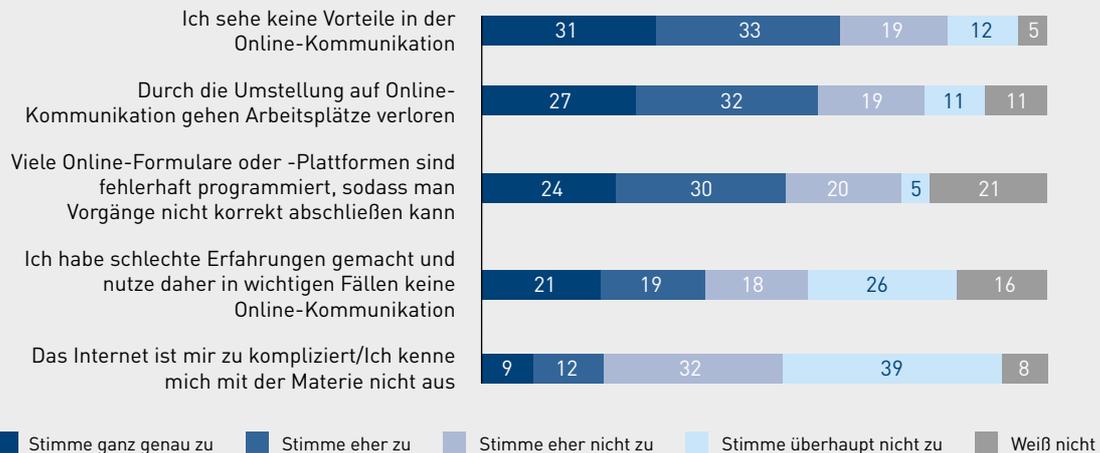
„Aus welchem Grund erfolgt die Kommunikation mit Unternehmen (Energiedienstleister etc.), Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen etc. nicht auch online, d.h. über das Internet? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ in Prozent



Basis: 227 Fälle; nur Befragte mit Kontakt zu privat-geschäftlichen Akteuren, jedoch keine Kommunikation mit privat-geschäftlichen Akteuren über das Internet

Verzicht auf privat-geschäftliche Online-Kommunikation – Gründe

„Aus welchem Grund erfolgt die Kommunikation mit Unternehmen (Energiedienstleister etc.), Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen etc. nicht auch online, d.h. über das Internet? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“ in Prozent



Basis: 227 Fälle; nur Befragte mit Kontakt zu privat-geschäftlichen Akteuren, jedoch keine Kommunikation mit privat-geschäftlichen Akteuren über das Internet

Auch selbst empfundene Kompetenzdefizite und schlechte Erfahrungen halten davon ab, privat-geschäftlich online zu kommunizieren

Etwa 20 Prozent der Befragten, die auf Online-Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich verzichten, führen dies auf mangelnde Medienkompetenz zurück. 40 Prozent der Nicht-Nutzer verzichten aufgrund negativer Erfahrungen darauf, die Möglichkeiten der Digitalisierung für sich persönlich zu nutzen.

Bei den Gründen für den Verzicht auf Online-Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich sind allerdings auch die hohen Unsicherheitswerte auffallend, die sich in der Antwortkategorie „Weiß nicht“ widerspiegeln. Bei zahlreichen Aussagen geben bis zu 21 Prozent der Befragten an, nicht zu wissen, ob sie den genannten Gründen zustimmen oder nicht. Das liegt zum Teil daran, dass den Nichtnutzern hier schlicht die Erfahrung fehlt, beurteilen zu können, ob z.B. Online-Formulare fehlerhaft programmiert sind (21 Prozent) oder Sachbearbeiter keinen Entscheidungsspielraum haben (19 Prozent). Es zeigt aber auch, wie wenig durchschaubar manche Prozesse für den Einzelnen sind, sodass sogar unklar bleibt, ob man bereits schlechte Erfahrungen gemacht hat (16 Prozent).

Ob privat-geschäftlich online kommuniziert wird, ist keine Frage des Alters, aber der Bildung

Knapp die Hälfte derjenigen, die auf Online-Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich verzichten, verfügt über eine niedrige formale Bildung (48 Prozent). Personen mit einem mittleren Bildungsniveau sind mit 34 Prozent vertreten.⁹ Ein Grund für den hohen Anteil formal niedrig gebildeter

⁹Ein hohes Bildungsniveau haben 15 Prozent dieser Gruppe. Die übrigen drei Prozent verteilen sich auf Schülerinnen und Schüler sowie Personen mit einem anderen Abschluss.

Personen ist die Schriftsprachlichkeit der online verfügbaren Kanäle. Die Bereitschaft zu schriftlicher Kommunikation ist eng verknüpft mit dem Bildungsniveau (vgl. Kapitel 9.2) und erklärt sehr wahrscheinlich die Zurückhaltung. Auffällige Altersunterschiede bestehen hingegen nicht. Es ist demnach keine Generationenfrage, ob man in diesem Bereich online kommuniziert.

4. Anforderungen an Kommunikationskanäle im privat-geschäftlichen Bereich

4.1 Sicherheit ist wichtig – wird aber ganz unterschiedlich verstanden

Auf die Frage, welchen Anforderungen bereitgestellte Kommunikationsmittel im privat-geschäftlichen Bereich genügen müssen, haben die Befragten eine – scheinbar – klare Antwort: vor allem Sicherheitsaspekte, aber auch eine bequeme, schnelle und einfache Handhabung. Allerdings haben die Befragten kein einheitliches Sicherheitsverständnis. Sicherheit hat vielmehr unterschiedliche Bedeutungsdimensionen. Dies wurde besonders in der qualitativen Vorstudie deutlich. Neben Vertraulichkeit (z.B. kein Mitlesen durch Dritte) und Verbindlichkeit (z.B. sich sicher sein zu können, dass die empfangenen Informationen rechtsverbindlich sind) wird mit Sicherheit ebenso verbunden, dass Kommunikation überhaupt „funktioniert“.

Sichere Kommunikation bedeutet für mich, dass Sachen nicht mitgelesen oder mitgehört werden. Die Informationen sollen beim Empfänger sicher ankommen und nicht an Dritte weitergegeben werden. (31 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Dass sie funktioniert und keine Nachteile spürbar sind. (34 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Für mich bedeutet eine sichere Kommunikation, wenn nur die direkt beteiligten Personen beteiligt sind. (53 Jahre, männlich, Gruppe 1)

Für mich bedeutet sichere Kommunikation, dass die Kommunikation funktioniert und erfolgreich ist. (29 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Wichtig, dass meine Daten nicht für andere/üble Zwecke missbraucht werden. Sichere Kommunikation bedeutet für mich auch, dass meine Persönlichkeit und mein Umfeld nicht angegriffen werden! (54 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Dass ich meine Privatsphäre schützen kann und leicht, ohne großen Aufwand, dies tätigen kann. (20 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Nicht gehackt werden. (23 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Dass die Nachrichten verschlüsselt sind und nur Berechtigte Zugriff haben. (28 Jahre, männlich, Gruppe 3)

Niemand soll mit gesendeten Informationen irgendein Schindluder betreiben können. (42 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Vielen ist bewusst, dass es absolute Sicherheit nicht gibt bzw. nicht geben kann.

Informationen sind heute die wichtigste Währung. Dadurch gibt es keinen wirklichen Schutz. Ein kleiner Schutz ist vielleicht, dass der Einzelne nicht wichtig genug ist, aber das ist wohl eher auch ein Trugschluss. (57 Jahre, männlich, Gruppe 1)

Wenn etwas ganz vertraulich sein muss, hilft heute nur der gemeinsame Spaziergang ohne Handy. Aber sind wir so wichtig? (51 Jahre, männlich, Gruppe 1)

4.2 Die Top-3-Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikation

Auch in der quantitativen Repräsentativbefragung wurde gefragt, welche Kriterien bei der privat-geschäftlichen Kommunikation wichtig sind. Die Befragten wurden gebeten, die drei wichtigsten Kriterien auszuwählen. An Platz eins und zwei werden Sicherheitsaspekte genannt. 55 Prozent betonen die



Vertraulichkeit (d.h. dass persönliche Dokumente und Informationen nicht mitgelesen oder eingesehen werden können). 49 Prozent nennen Verlässlichkeit (d.h. dass die persönlichen Dokumente und Informationen verlässlich ankommen).

An dritter Stelle (mit 38 Prozent) steht die Forderung nach einem persönlichen Ansprechpartner, an den man sich bei Fragen wenden kann.

Zeit- und Ortsunabhängigkeit werden – zumindest im direkten Vergleich zu den anderen Aspekten – als weniger wichtig eingeordnet: Seine Anliegen jederzeit und von überall erledigen zu können, werten 20 Prozent (Zeitunabhängigkeit) bzw. 14 Prozent (Ortsunabhängigkeit) der Befragten als eine von drei Top-Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikation.

4.3 Zum Verhältnis von Sicherheits- und Convenience-Anforderungen

Die qualitative Vorstudie machte deutlich, dass Sicherheit und Convenience zentrale Anforderungscluster im Bereich privat-geschäftlicher Kommunikation sind. Dabei stellt sich vor allem die Frage, ob Sicherheit und Convenience von den Befragten als gegensätzliche Pole einer Dimension aufgefasst (mehr Sicherheit = weniger Convenience und umgekehrt) oder ob sie als verschränkte Anforderungskategorien begriffen werden. Um dieser Frage auf den Grund zu gehen, wurden die abgefragten Aspekte zunächst sortiert und in Anforderungskategorien gebündelt.

Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikation		
Gruppierung von Sicherheits- und Convenience-Aspekten		
Sicherheit	Convenience	eigene Anforderungskategorie
Vertraulichkeit	Unkomplizierte/einfache Handhabung	Persönlicher Ansprechpartner
Verlässlichkeit	Schnelligkeit in der Übermittlung	
Rechtsverbindlichkeit	Geringe oder keine Kosten	
	Zeitunabhängigkeit	
	Ortsunabhängigkeit	

Im nächsten Schritt wurde ermittelt, wie sich die Nennungen der Befragten auf die einzelnen Kategorien verteilen, d.h. wie viele Aspekte der Kategorie „Sicherheit“ und wie viele Aspekte der Kategorie „Convenience“ jeweils zu den drei wichtigsten Erwartungen an privat-geschäftliche Kommunikationsmittel gezählt werden.

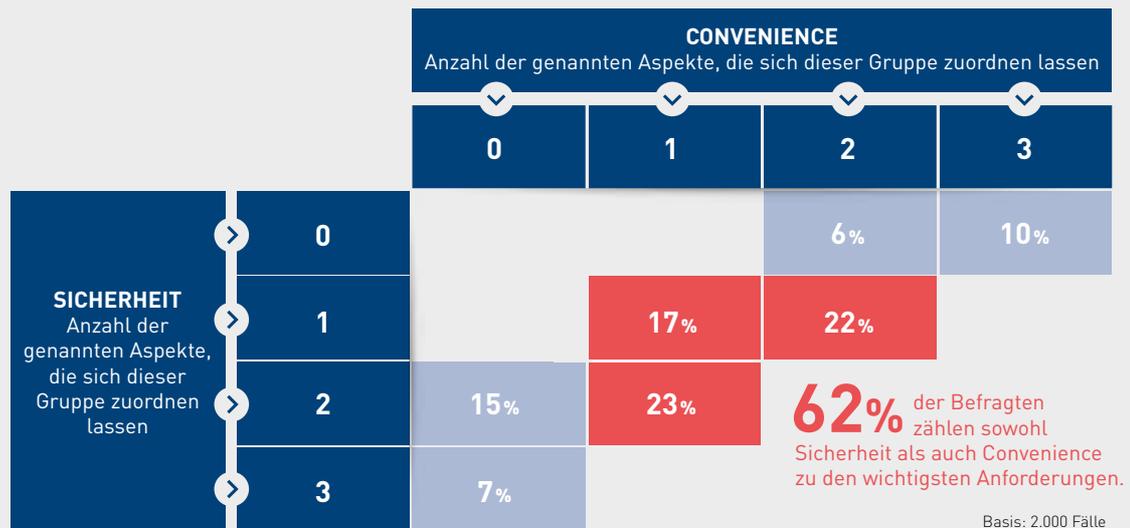
Eine Mehrheit der Befragten fordert Sicherheit und Convenience

Die Mehrheit der Befragten (rund 62 Prozent) zählt sowohl Sicherheit als auch Convenience zu den wichtigsten Anforderungen. Idealerweise sollten die Kommunikationskanäle also sowohl sicher sein (vertraulich, verlässlich und/oder rechtsverbindlich) als auch bequem (einfach, schnell, kostengünstig, zeit- und/oder ortsunabhängig).

Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikation

Kombination von Sicherheits- und Convenience-Aspekten bzw. persönlichem Ansprechpartner:

„Wenn Sie an die Kommunikation (offline und online) mit Unternehmen, Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen denken, bei der wichtige persönliche Informationen und Dokumente übermittelt werden: Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten Aspekte aus der Liste aus.“



Dass ausschließlich auf Sicherheitsaspekte fokussiert wird, ist eine Seltenheit: Nur sieben Prozent vernachlässigen andere Aspekte komplett. Wenngleich häufiger, so ist aber auch die reine Fokussierung auf Convenience-Aspekte eher eine Ausnahme (10 Prozent).¹⁰

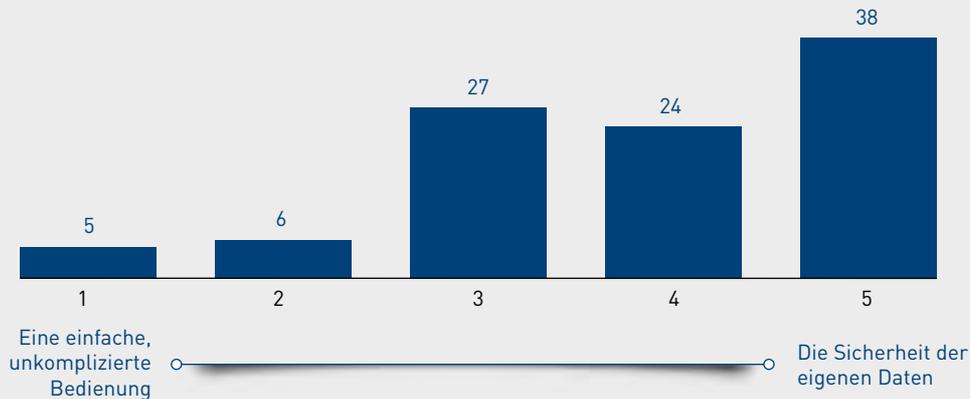
Auf Nachfrage ist Sicherheit der eigenen Daten wichtiger als eine einfache Handhabung

Wenn die Befragten sich entscheiden müssen, ob ihnen bei privat-geschäftlicher Kommunikation eine „einfache und unkomplizierte Bedienung“ oder „Sicherheit der eigenen Daten“ wichtiger ist, geben sie eine klare Antwort: Sicherheit. Über ein Drittel der Befragten betont dies eindeutig (Wert 5 in der folgenden Grafik). Dem stehen lediglich fünf Prozent gegenüber, denen eine „einfache, unkomplizierte Bedienung“ explizit am wichtigsten ist (Wert 1 in der Grafik). Dies weist auf ein grundsätzlich stark ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis in der Bevölkerung hin.

¹⁰ Etwa 16 Prozent der Befragten wählen Convenience-Aspekte und den persönlichen Ansprechpartner als wichtigste Anforderungen, rund 22 Prozent wählen Sicherheitsaspekte und den persönlichen Ansprechpartner. Die Nennung des persönlichen Ansprechpartners lässt sich in der Tabelle aus der Zeile/Spalte 0 ableiten.

Sicherheit vs. Convenience

„Welcher Aspekt ist Ihnen beim Austausch wichtiger persönlicher Informationen und Dokumente mit Ämtern, Behörden, Ärzten oder Unternehmen über das Internet wichtiger? Eher eine einfache, unkomplizierte Bedienung oder eher die Sicherheit der eigenen Daten und Angaben?“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

4.4 Welche Informationen und Dokumente gelten als vertraulich?

Es ist anzunehmen, dass die Anforderungen der Befragten an Kommunikationskanäle umso höher ausfallen, je sensibler die zu übermittelnden Informationen und Dokumente bewertet werden. Daher lohnt eine nähere Betrachtung, welche Kommunikationsinhalte von den Menschen als besonders schützenswert angesehen werden. Daraus lassen sich auch Rückschlüsse ziehen, an welche Kanäle besondere Anforderungen hinsichtlich der Vertraulichkeit und Verlässlichkeit gestellt werden.

Die qualitative Vorstudie zeigte bereits, dass die Menschen in Deutschland persönliche Informationen und Dokumente sowie personenbezogene Daten prinzipiell für besonders schützenswert halten und dass sie dieses Thema beschäftigt.

Alle Daten, die mich und meine Firma betreffen, haben höchste vertrauliche Priorität.

(57 Jahre, männlich, Gruppe 1)

ALLE persönlichen Daten (Rechnungen/Kontoverbindung/Anschrift/gesundheitliche Daten/Vertragskonditionen), aber auch persönliche Meinungen/Kommentare in Mails.

(48 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Ich betrachte alle Daten als gleich vertraulich. Privatsphäre ist für mich etwas Allgemeingültiges und fängt nicht erst irgendwo bei empfindlichen persönlichen Informationen an. Schon die Speicherung von Metadaten ist eine Verletzung der Privatsphäre.

(23 Jahre, männlich, Gruppe 3)

Gleichwohl stufen die Befragten die verschiedenen Arten von Dokumenten und Informationen unterschiedlich ein. Ihnen gelten persönliche Dokumente insgesamt als vertraulicher – und somit schützenswerter – als persönliche Informationen.

Persönliche Finanzdaten sind den Menschen in Deutschland heilig

Persönliche Informationen und Dokumente, die sich auf Finanzdaten beziehen, werden unter allen abgefragten Aspekten am häufigsten als „sehr vertraulich“ und damit schützenswert eingestuft. Dokumente wie Kontoauszüge, Kreditanträge etc. bewerten 96 Prozent als sehr oder eher vertraulich. 90 Prozent der Befragten stufen die IBAN als sehr oder eher vertraulich ein. Von 89 Prozent wird auch das Einkommen als sehr oder eher vertrauliche Information gesehen.

Die qualitative Vorstudie zeigt dies ebenso deutlich, wie folgende Zitate belegen:

Bei Bankdaten und Steuerdaten, bei Krankendaten. Hier will ich niemals etwas preisgeben bzw. selbst genau entscheiden, wann und wo. Meine Kontakt- und Adressdaten sind mir weniger wichtig. Dennoch versuche ich, diese nur bei Vertrauen weiterzugeben. (28 Jahre, männlich, Gruppe 3)

Kontodaten sind mir eigentlich am wichtigsten, weil mir diese meiner Meinung nach den größten Verlust zufügen könnten. (29 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Wenn ich Online-Banking mache, ist es eine vertrauliche Angelegenheit. Wenn ich WhatsApp-Nachrichten schreibe und sende, weniger. (40 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Bank-Infos und Online-Banking müssen besonders sicher gemacht werden, um finanziellen Schaden abzuwenden. E-Mails vom Arbeitgeber oder Rechtsanwalt sind für mich ebenso vertraulich. Angebote von Dienstleistungen sind mir nicht so wichtig im Bereich vertraulich, erst wenn ich mich entscheide, etwas zu kaufen. (54 Jahre, männlich, Gruppe 3)

Rechnungen betrachte ich schon als vertraulich. Kreditkartendaten und PayPal ebenso. Sein Geld möchte man ja behütet wissen. Aber sonst wüsste ich nichts, was von mir als besonders vertraulich betrachtet wird. (27 Jahre, männlich, Gruppe 3)

Ich mache z.B. kein Online-Banking, da ich mir zu unsicher bin und die Geschäftsstelle meiner Bank nur etwa 500 m von meinem Wohnort entfernt liegt. Gesundheitliche Informationen google ich schon das eine oder andere Mal. (65 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Schützenswerte Dokumente

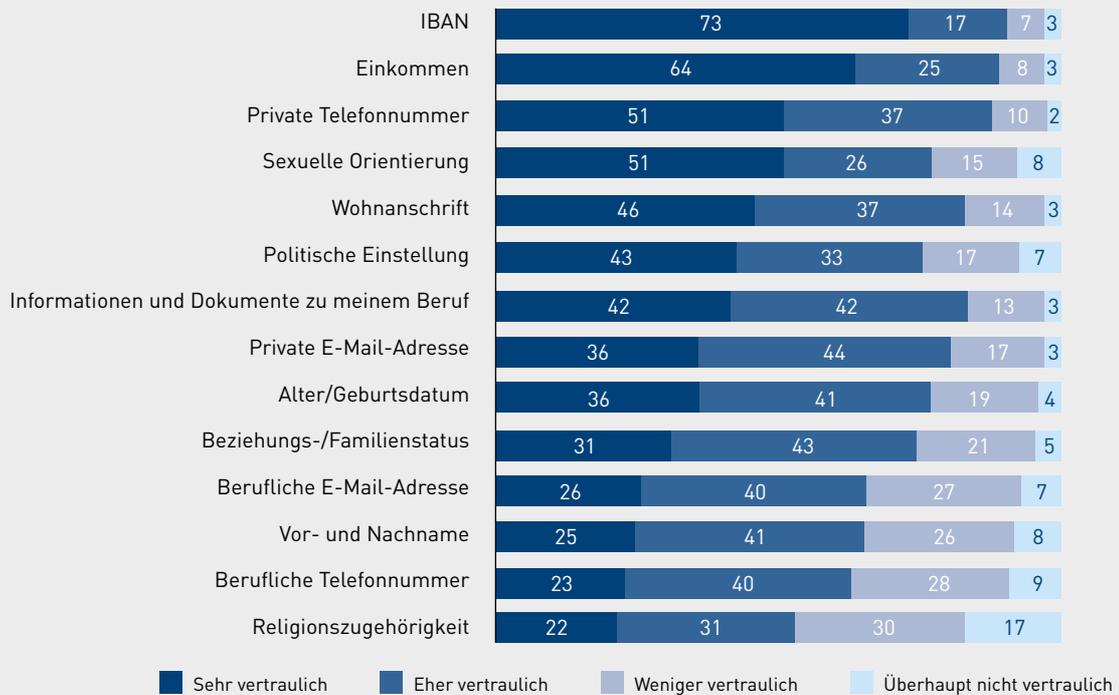
„Wenn Sie an die persönlichen Dokumente denken, die Sie an Unternehmen, Behörden, Ärzte, Banken, Versicherungen und Rechtsanwälte übermitteln oder von diesen erhalten: Welche der folgenden Dokumente halten Sie für besonders vertraulich bzw. schützenswert?“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

Schützenswerte Informationen

„Wenn Sie an die persönlichen Informationen denken, die Sie an Unternehmen, Behörden, Ärzte, Banken, Versicherungen und Rechtsanwälte übermitteln oder von diesen erhalten: Welche der folgenden persönlichen Informationen halten Sie für besonders vertraulich bzw. schützenswert?“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

Knapp drei Viertel der Befragten bewerten alle abgefragten Dokumente als sehr oder eher schützenswert, mindestens 50 Prozent sehen dies für alle abgefragten Informationen so.

Als weniger schützenswert gelten den Befragten in Deutschland Dokumente mit Verbrauchsinformationen (z.B. Strom-, Wasserversorgerinformationen), 26 Prozent halten sie für weniger oder überhaupt nicht vertraulich. Bei den Informationen ist es vor allem die Religionszugehörigkeit, die von 47 Prozent als weniger vertraulich oder überhaupt nicht vertraulich eingestuft wird. Sowohl Verbrauchsinformationen als auch Religionszugehörigkeit werden im Vergleich als deutlich weniger sensibel betrachtet, da hier kaum negative Konsequenzen erwartet werden, falls diese Daten in die Hände Dritter gelangen würden, anders als bei Weitergabe von Finanz- oder Gesundheitsinformationen.

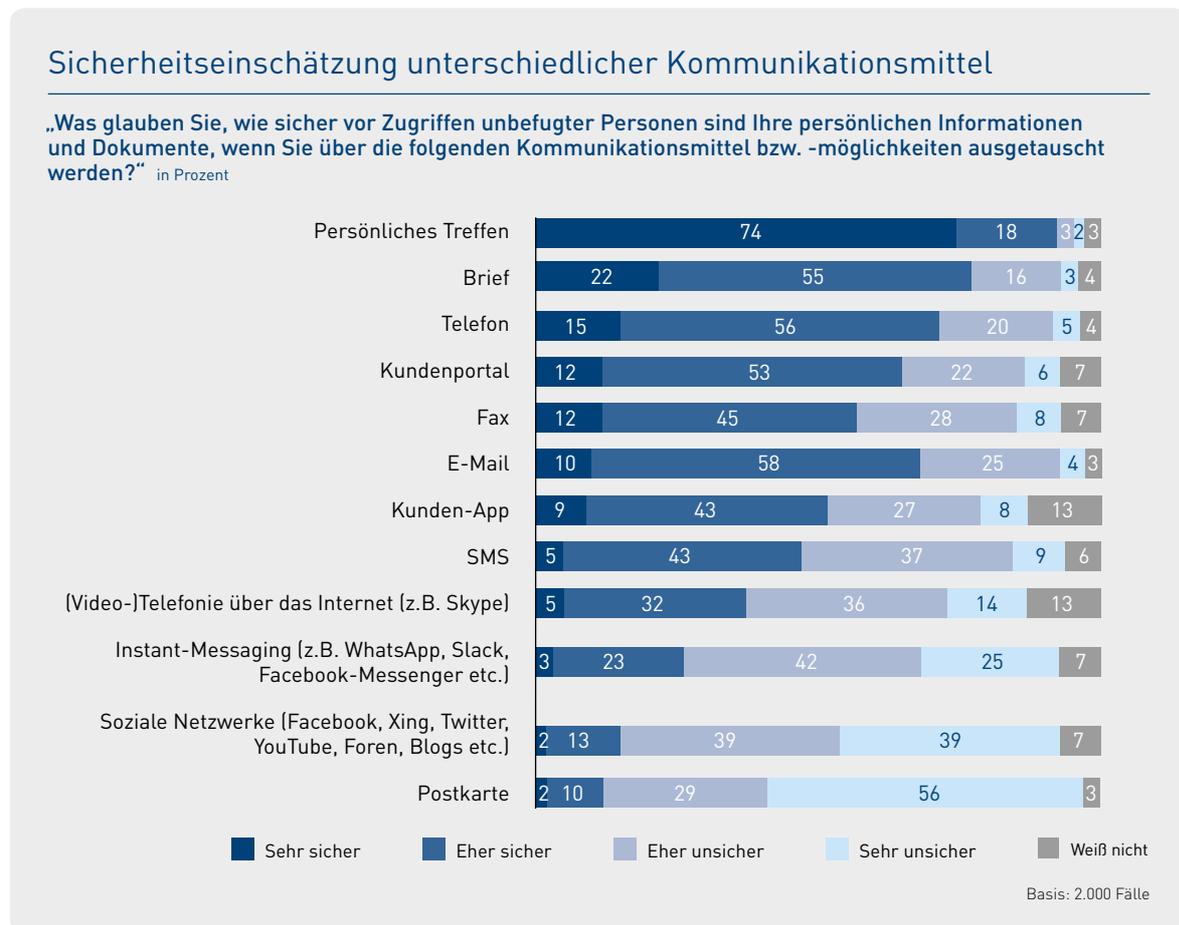
4.5 Sicherheitsbewertung verschiedener Kommunikationskanäle

Im Folgenden wird näher beleuchtet, welche Kommunikationsmittel die Befragten für sicher vor dem Zugriff Unbefugter auf die persönlichen und personenbezogenen Daten halten.

Das persönliche Treffen wird mit Abstand als die sicherste Kommunikationsform gesehen

92 Prozent halten einen Austausch von Informationen und Dokumenten im persönlichen Treffen für besonders sicher. Während 18 Prozent zumindest eher dieser Ansicht sind, finden ganze 74 Prozent diesen Weg sogar sehr sicher – das ist der mit Abstand höchste Wert im Vergleich.

Der Brief wird an zweiter Stelle genannt. Insgesamt 77 Prozent halten ihn für eher (55 Prozent) oder gar für sehr sicher (22 Prozent). Ein ähnliches Bild ergibt die Sicherheitseinschätzung des Telefonats, das 15 Prozent der Befragten als sehr sicher einstufen und weitere 56 Prozent als eher sicher.



E-Mail und Kundenportal werden als sicherste Wege der Online-Kommunikation gesehen

Insgesamt bewerten die Menschen in Deutschland internetbasierte Kommunikationskanäle im Vergleich zu den analogen als deutlich unsicherer. Innerhalb der Palette der Online-Angebote werden die E-Mail (68 Prozent) und das Kundenportal (65 Prozent) als sicherste Möglichkeiten gesehen.

Die Kunden-App wird prinzipiell als eher sicheres Medium eingestuft. 52 Prozent halten sie für sehr oder eher sicher im Vergleich zu 35 Prozent, die sie für sehr oder eher unsicher halten. Videotelefonie wird demgegenüber als eher unsicherer Kanal eingestuft. 37 Prozent halten sie für sehr oder eher sicher, 50 Prozent für eher oder sehr unsicher.

Unsicherheit nehmen zumindest Teile der Bevölkerung bei beiden Kanälen wahr – bei der Kunden-App strahlen aber womöglich die Vertrautheit mit dem Anbieter und dessen (antizipierte) Fachkenntnis ab. Das heißt, die Unterschiede können damit zusammenhängen, dass eine Kunden-App in der Regel von einem Unternehmen, einer Bank, Versicherung etc. bereitgestellt wird und dieser Absender bereits einen Vertrauensvorschuss genießt, der auf das neue Kommunikationsangebot einzahlt.

Bei Videotelefonie und Kunden-App sind die Menschen mit ihrer Sicherheitseinschätzung am unsichersten. Jeweils 13 Prozent können die Sicherheit dieser relativ neuen und somit noch unvertrauten Technologien nicht beurteilen.

Briefe können natürlich auch geöffnet werden, und leider sind auch schon Briefe nicht angekommen, aber ich halte das Risiko für am geringsten. (43 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Telefon ist natürlich auch nicht sicher. Vergleichsweise sicher sind Briefe, wenn sie denn über die Post geliefert werden. Die sicherste Kommunikation ist die persönliche. (65, weiblich, Gruppe 1)

Telefonate können abgehört werden und Briefe abgefangen werden. Trotzdem sind beide Kanäle als vergleichsweise sicher einzuschätzen, da diese Maßnahmen in der Regel von staatlicher Seite bei dem begründeten Verdacht einer Straftat und nach richterlicher Anordnung erfolgen (Ausnahme NSA-Abhörskandal). Persönliche Kommunikation ist am sichersten. (25 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

E-Mails kommen mir persönlich zwar immer noch etwas sicherer vor als WhatsApp, auch hier denke ich jedoch, dass nicht jede Kommunikation unbedingt nur von den betroffenen Parteien gelesen/gespeichert wird. Zum Beispiel würde ich nie im Rahmen meiner Doktorarbeit sensible Patientendaten über meine persönliche E-Mail-Adresse senden, und meines Wissens ist das auch nicht grundlos verboten. (25 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

E-Mails finde ich noch mit am sichersten, da es mit einem Kennwort gesichert ist. (22 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Ich benutze Portale nur von Firmen, denen ich vertraue. (34 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Aufgrund der firmeneigenen Sicherheitsmaßnahmen sollte diese Variante (Kundenportal) am sichersten sein. (27 Jahre, männlich, Gruppe 3)

Wenn ich von einem hochseriösen Kundenportal ausgehe, ist es ziemlich sicher, da es von großer Wichtigkeit für den Anbieter ist, das Kundenportal so sicher wie möglich zu halten, und somit auch in Sicherheit investiert wird. Es kommt trotzdem vor, dass Kundenportale gehackt werden.

(41 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Apps gehören zu Facebook, dieser Datensammler ist mir suspekt. (53 Jahre, männlich, Gruppe 1)

Da kommt es natürlich ganz darauf an, was das für eine App ist. Meistens sind Apps wahrscheinlich schlecht bis gar nicht gesichert. (34 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Ich halte Skype, also Videotelefonie, für sehr sicher. Es ist sicherlich immer ein Restrisiko da, von außen gehackt zu werden, aber das ist gleichzusetzen mit dem Risiko, welches man trägt, wenn man jeden Tag aus dem Haus geht. (41 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

(Videotelefonie) Wird von vielen Millionen Leuten genutzt, bislang gab es noch keine negativen Meldungen. (31 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Wahrscheinlich ist Skype am unsichersten, denn soweit ich weiß, ist die Kommunikation nicht verschlüsselt. Und evtl. könnte jemand Zugriff auf die Webcam meines Computers bekommen, ich klebe die Webcam deshalb ab, wenn sie nicht in Gebrauch ist. (34 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

WhatsApp traue ich gar nicht, alles, was dort preisgegeben wird, ist wahrscheinlich öffentlich. (32 Jahre, männlich, Gruppe 1)

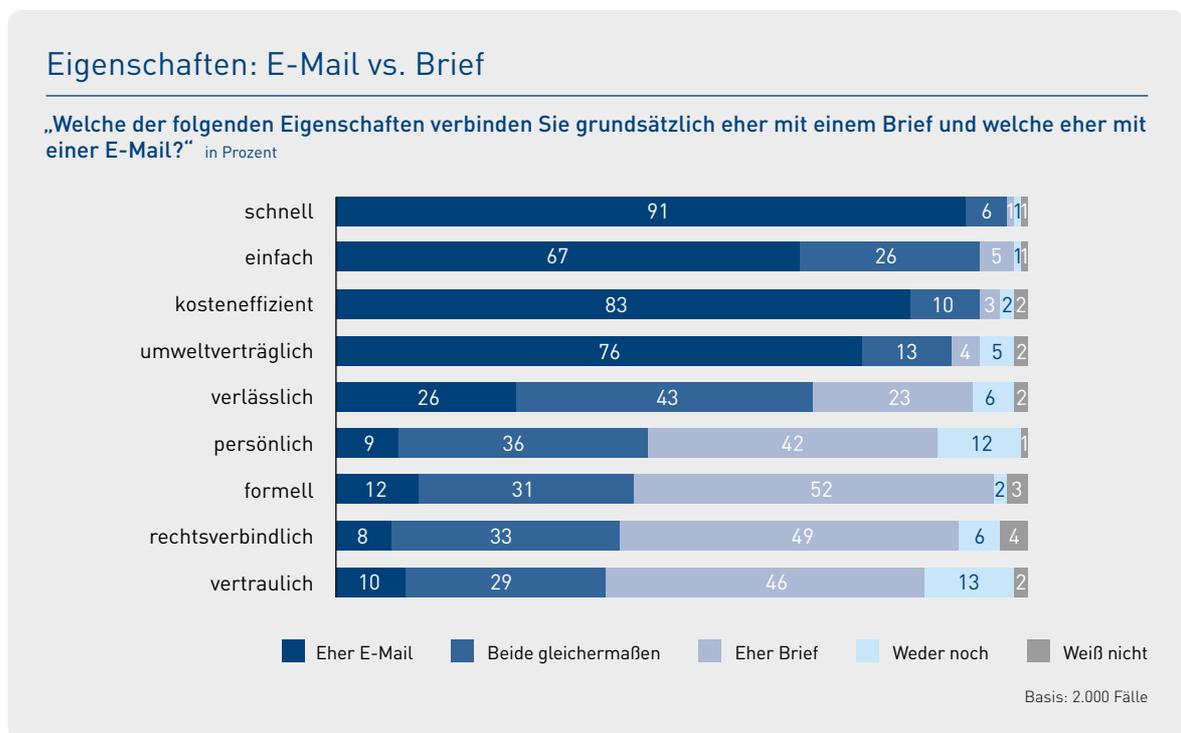
WhatsApp ist relativ sicher, ich chatte nur mit Freunden, und bei einer neuen Nummer fühle ich mich nicht angesprochen und reagiere nicht drauf. Blockiere den Kontakt. (40 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Einige Messenger-Apps wie Telegram oder WhatsApp verfügen mittlerweile über eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, insofern ist hier zumindest ein gewisser Grad an Sicherheit gegeben. (52 Jahre, männlich, Gruppe 2)

5. Relevanz des Briefs im Zeitalter digitaler Kommunikation

5.1 Brief und E-Mail im Vergleich

Wenn es darum geht, schnell, einfach, kosteneffizient und umweltverträglich zu kommunizieren, ist die E-Mail aus Sicht der Befragten unbestritten im Vorteil gegenüber dem Brief. Der Brief wiederum gilt als formeller, rechtsverbindlicher, vertraulicher und persönlicher. Von allen abgefragten Eigenschaften ist Verlässlichkeit die einzige, die nicht deutlich einem der beiden Kommunikationsmittel zugeschrieben wird. 43 Prozent sehen den Brief und die E-Mail als gleichermaßen verlässlich an. Nur je ca. ein Viertel hält entweder E-Mail oder Brief für verlässlicher.



Aussagen aus den Online-Communitys, die die Vorteile des Briefs illustrieren

Briefe sind natürlich nicht so leicht mitzulesen und sind somit sicherer. Wenn ich etwas Illegales planen würde, würde ich per Brief kommunizieren. (34 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Vorteile der Briefe: Es ist etwas offizieller, man kann seine Originalunterschrift daruntersetzen. (41 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Bei ungeöffneten Briefen kann man beinahe sicher sein, dass sie nicht gelesen wurden, bei E-Mails besteht diese Kontrollmöglichkeit nicht. (25 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Briefe sind weniger flüchtig, offiziell und gefühlt sicherer. Über E-Mail lässt es sich schneller kommunizieren. (29 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

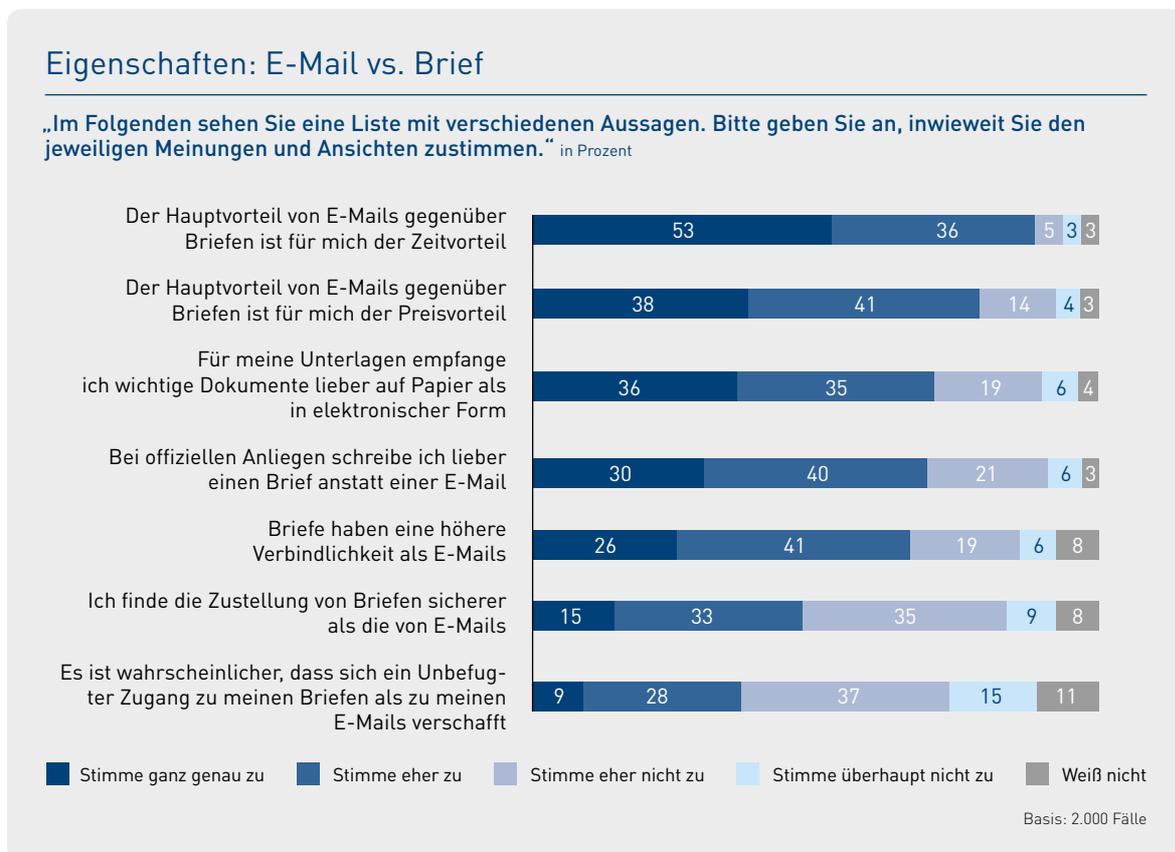
Der Brief, im günstigsten Fall das Einschreiben, ist aus meiner Sicht immer noch das sicherste Kommunikationsmittel. Aber eben langsam, auf internationaler Ebene nicht mehr zeitgemäß.
 (53 Jahre, männlich, Gruppe 1)

Aussagen aus den Online-Communitys, die die Vorteile der E-Mail illustrieren

Für schnelle Informationen haben Briefe natürlich Nachteile, man wartet 1-2 Tage. E-Mails hat man schnell und kurz geschrieben, und sie sind sofort beim Adressat. (65 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Briefe sind im Vergleich sehr teuer und können u.U. auch verloren gehen. In den meisten Fällen weiß man nicht, ob der Brief angekommen ist, es sei denn, man gibt noch mehr Geld aus...
 (34 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Das Beförderungsentgelt eines Briefes liegt bei 70 Cent, das finde ich sehr teuer. Der Platz auf Briefpapier ist endlich, die Kapazität eines Umschlags auch. Ein Brief kann unterwegs verloren gehen.
 (42 Jahre, weiblich, Gruppe 2)



Bei offiziellen Angelegenheiten fällt die Wahl auf den Brief

Die wahrgenommenen Vorteile von E-Mail und Brief korrespondieren mit der jeweiligen Entscheidung für oder gegen eines der beiden Kommunikationsmittel: Bei einem Kommunikationsanlass, der als verbindlich und offiziell gilt, wird der Brief gegenüber der E-Mail klar bevorzugt.

- 70 Prozent geben bei offiziellen Angelegenheiten dem Brief den Vorrang gegenüber der E-Mail.
- 67 Prozent heben die höhere Verbindlichkeit des Briefs im Vergleich zur E-Mail hervor.

Außerdem empfangen 71 Prozent wichtige Dokumente für die Ablage lieber in Papierform. Die sichere Archivierung wird somit als integraler Bestandteil des Kommunikationsvorgangs mitgedacht.

Besonders wichtige Dokumente werden per Brief versendet

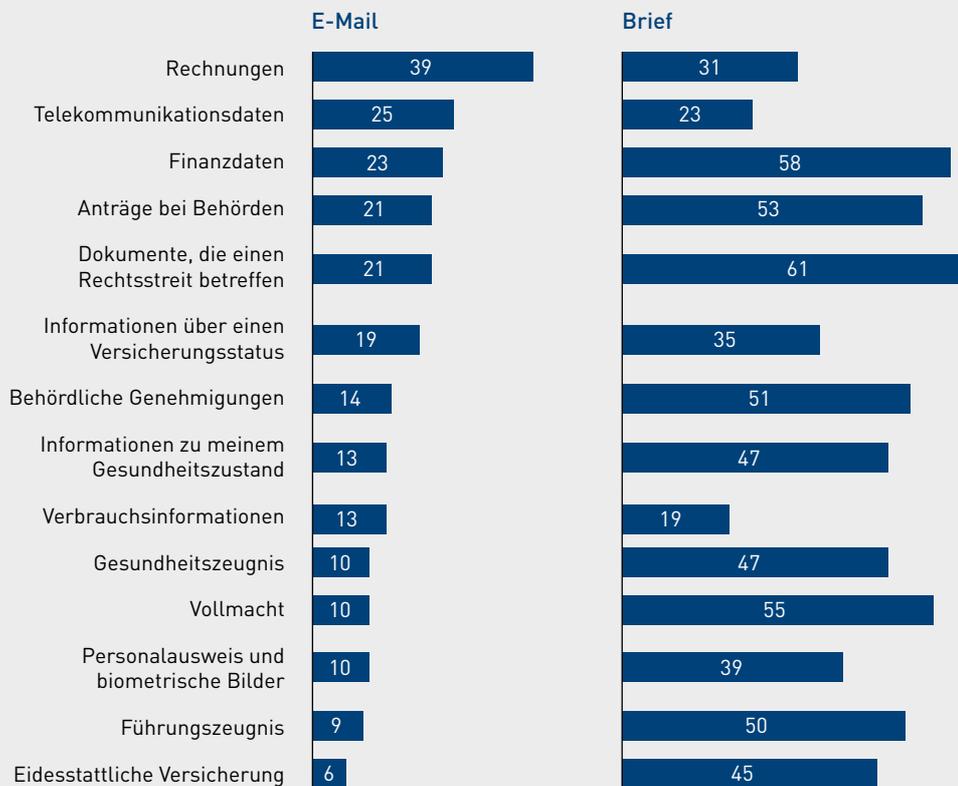
Der Brief ist für die meisten Menschen formeller, rechtsverbindlicher und vertraulicher als die E-Mail. Konsequenterweise werden wichtige persönliche Dokumente bei fast allen abgefragten Dokumenten überwiegend via Brief empfangen oder verschickt:

- Einen Rechtsstreit betreffende Dokumente empfangen oder senden die Bürger viel häufiger per Brief als per E-Mail (61 Prozent vs. 21 Prozent).
- 58 Prozent empfangen oder senden Finanzdaten auf dem Postweg, 23 Prozent verwenden dafür E-Mail.
- Behördliche Anträge senden oder empfangen 53 Prozent per Post und 21 Prozent via E-Mail.
- Den größten Vorsprung hat der Brief gegenüber der E-Mail bei Versand oder Empfang von Vollmacht und Führungszeugnis: Nur 10 Prozent übermitteln Vollmachten per E-Mail, 55 Prozent tun dies aber per Brief. 9 Prozent versenden oder empfangen ein Führungszeugnis per E-Mail im Vergleich zu 50 Prozent beim Brief.

Ausnahmen bilden in dieser Reihe Rechnungen und Telekommunikationsdaten, die häufiger in einer E-Mail als in einem Brief empfangen bzw. versendet werden.

Versenden und Empfangen von Dokumenten: E-Mail vs. Brief

„In welcher Form übermitteln und empfangen Sie diese Dokumente?“ in Prozent



Basis: 1.784 Fälle (Bewerten zumindest ein Dokument als sehr vertraulich)

Bei diesen Befunden muss jedoch berücksichtigt werden, dass privat-geschäftliche Akteure teilweise vorgeben können, wie Dokumente empfangen oder gesendet werden müssen. So liegt es zum Beispiel vielfach an Amtsvorgaben, dass Anträge bei Behörden auf Papier eingereicht werden müssen. In anderen Bereichen wiederum können die Kunden wählen, wie Daten oder Dokumente (z.B. Telefonrechnungen, Zählerstandsmeldungen etc.) übermittelt werden.

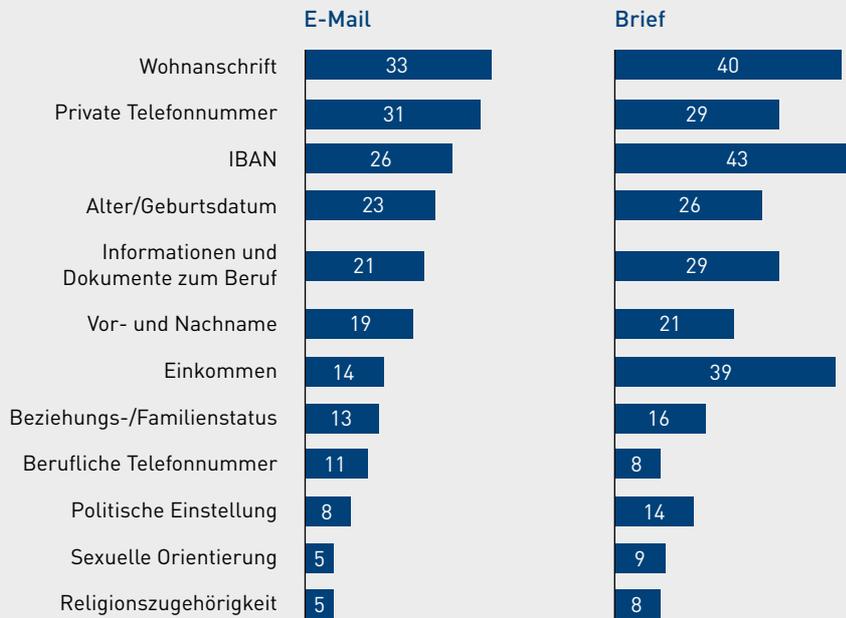
Sensible Informationen werden eher per Brief übermittelt

Wie bei der Übermittlung von Dokumenten gilt auch für den Transfer von Informationen, die als schützenswert eingestuft werden, dass der Brief der E-Mail vorgezogen wird. Am deutlichsten zeigt sich dies bei der Übermittlung von Finanzdaten:

- 26 Prozent versenden oder empfangen die IBAN in einer E-Mail, 43 Prozent in einem Brief.
- 14 Prozent empfangen oder senden Informationen bezüglich ihres Einkommens per E-Mail, 39 Prozent per Brief.

Versenden und Empfangen von Informationen: E-Mail vs. Brief

„In welcher Form übermitteln und empfangen Sie diese Informationen?“ in Prozent



Basis: 1.718 (Bewerten zumindest eine Information als sehr vertraulich)

Vorteile der E-Mail sind für privat-geschäftliche Kommunikation nachrangig

Die E-Mail erfüllt primär Anforderungen, die aus Sicht der Befragten in der privat-geschäftlichen Kommunikation weniger relevant, im Alltag aber offenbar unerlässlich sind. Während Vertraulichkeit und Verlässlichkeit von etwa der Hälfte der Befragten am häufigsten zu den drei wichtigsten Anforderungen der privat-geschäftlichen Kommunikation gezählt werden, geht nur in etwa jeder Vierte davon aus, dass die E-Mail diese Anforderungen ganz genau erfüllt. Umgekehrt ist für weite Teile der Bevölkerung die E-Mail vor allem günstig (47 Prozent) und ermöglicht Zeitunabhängigkeit (42 Prozent). Für privat-geschäftliche Kommunikation ist dies jedoch nur 29 bzw. 20 Prozent der Befragten wichtig.

Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikation und erfüllte Aspekte bei E-Mail

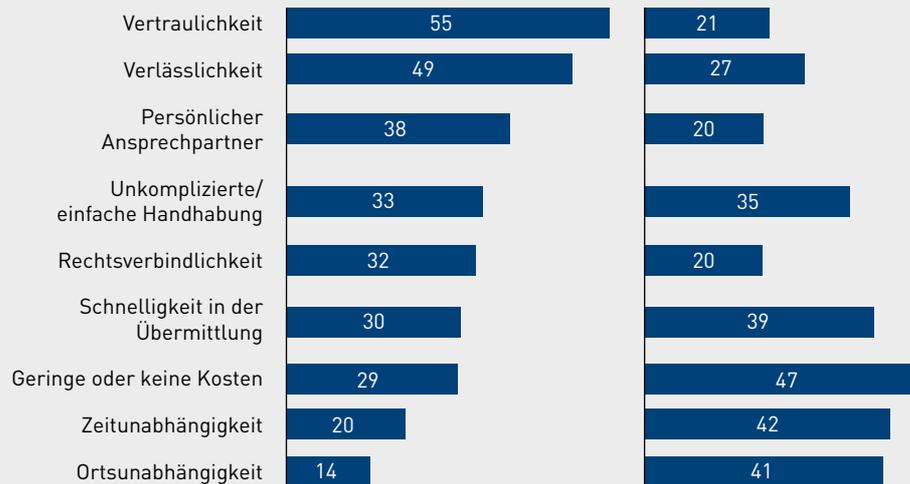
Anforderungen an privat-geschäftliche Kommunikation

Drei wichtigste Aspekte, in Prozent*



Erfüllte Aspekte bei privat-geschäftlicher E-Mail-Kommunikation

Top-1-Werte einer Vierer-Skala: „ganz genau erfüllt“, in Prozent



* „Wenn Sie an die Kommunikation (offline und online) mit Unternehmen, Behörden, Ärzten, Banken, Versicherungen denken, bei der wichtige persönliche Informationen und Dokumente übermittelt werden: Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten Aspekte aus der Liste aus.“ Basis: 2.000 Fälle

5.2 E-Mail vs. Brief: Vorbehalte und Gefahren

In puncto Sicherheit gibt es deutliche Vorbehalte gegenüber der E-Mail

Bei den Menschen in Deutschland bestehen deutliche Vorbehalte gegenüber der E-Mail, selbst wenn sie intensiv zum Einsatz kommt: 71 Prozent sind fest oder eher davon überzeugt, dass E-Mails leicht ausgespäht werden können. 63 Prozent vermuten, dass sich die E-Mail-Anbieter in ihren Sicherheitsstandards unterscheiden. Hier gibt es jedoch gleichzeitig einen auffällig großen Bevölkerungsanteil (rund ein Fünftel), der dazu keine Einschätzung vornehmen kann. In den Online-Communitys der Vorstudie wurde die Wahl eines seriösen E-Mail-Anbieters ebenso thematisiert und als wichtige Schutzmaßnahme betrachtet.

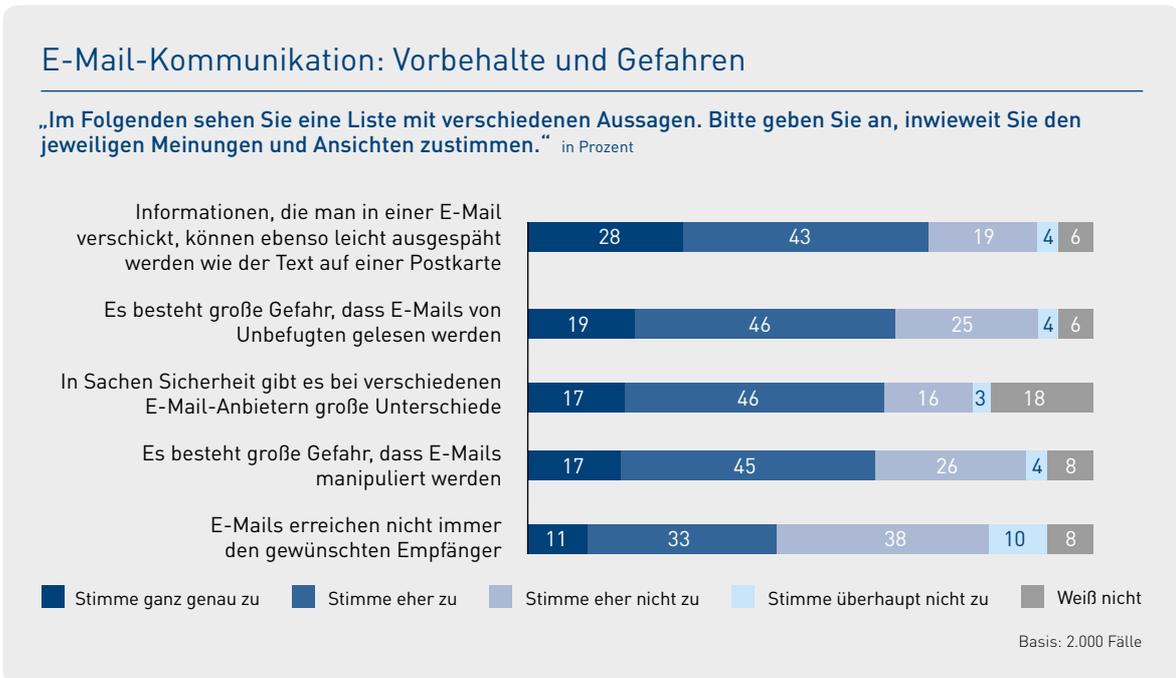
Aussagen aus den Online-Communitys:

Benutze Web.de, was ja wohl als sicherer Anbieter gilt. Aber realistisch gesehen kann da auch jemand mitlesen, der es drauf anlegt. (47 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Ich benutze einen seriösen E-Mail-Anbieter und benutze verschiedene Kennwörter. (31 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

65 Prozent der Befragten sehen eine große Gefahr, dass E-Mails von Unbefugten mitgelesen werden. 62 Prozent befürchten Manipulationen von E-Mails. Da die E-Mail jedoch sowohl privat, beruflich wie auch privat-geschäftlich breit genutzt wird, bedeutet dies auch, dass die Mehrheit der Menschen in Deutschland die Risiken von Überwachung und Manipulation mehr oder weniger bereitwillig in Kauf nimmt.

Zudem wird auch die Verlässlichkeit, eine zentrale Anforderung, die die Bevölkerung an privat-geschäftliche Kommunikation stellt, bei der E-Mail als nicht realisiert gesehen (siehe Kapitel 4.2): Immerhin 44 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass E-Mails nicht immer den gewünschten Empfänger erreichen.



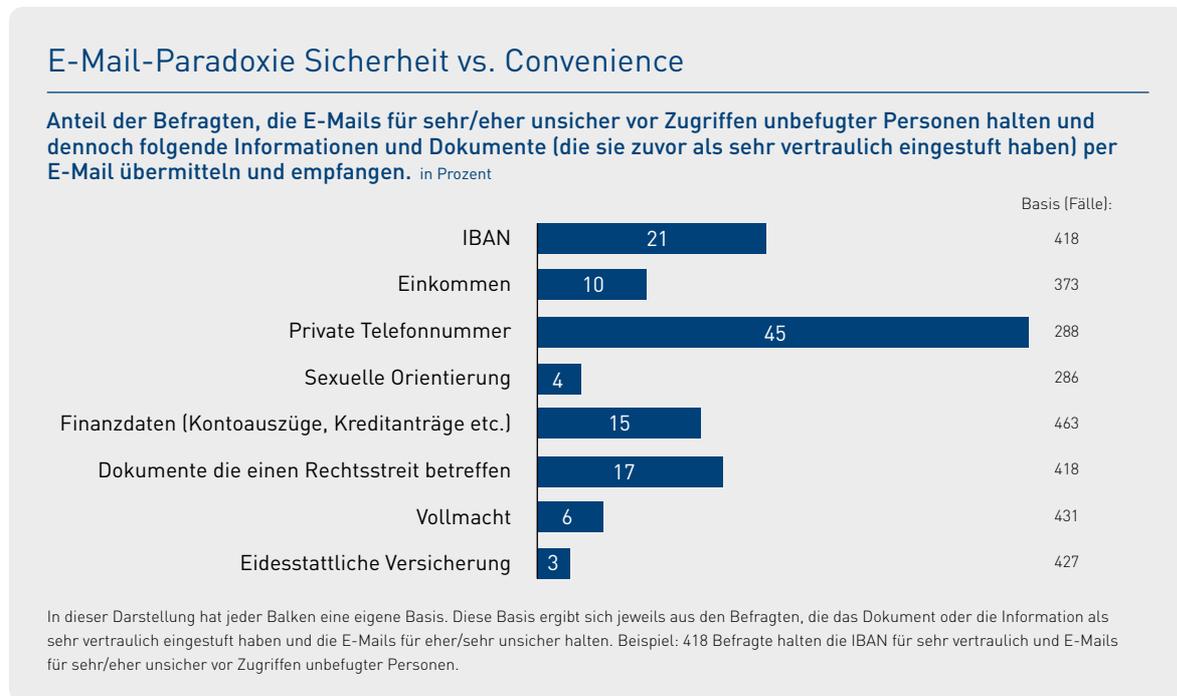
Auch Menschen, die Vorbehalte gegenüber E-Mails haben, nutzen dieses Medium für vertrauliche Kommunikation

Das Verhältnis zur E-Mail ist gespalten, was sich in widersprüchlichem, teils paradoxem Verhalten äußert: Einerseits sind die Befragten für die Gefahren und Sicherheitslücken sensibilisiert, formulieren entsprechende Anforderungen an Kommunikationskanäle und attestieren dem Kanal „E-Mail“, dass er diese Anforderungen nicht erfüllt. Andererseits zählt die E-Mail zu den am häufigsten genutzten Kommunikationsmedien im privat-geschäftlichen Bereich, bei dem die Übermittlung vertraulicher Daten und Informationen im Zentrum steht. Von denjenigen, die E-Mails als unsicher und die jeweilige Information zugleich als schützenswert einstufen, übermitteln auf diesem Weg dennoch

- 45 Prozent die eigene Telefonnummer,
- 15 Prozent Finanzdaten und 21 Prozent den IBAN-Code,
- 17 Prozent Dokumente, die einen Rechtsstreit betreffen, und
- 10 Prozent Angaben zum eigenen Einkommen.

Warum entscheiden sich die Menschen trotz wahrgenommener Sicherheitsdefizite für diesen Kommunikationsweg? Das mag zum einen daran liegen, dass die Gefahren, die dem E-Mail-Verkehr zugeschrieben werden, oft nicht sichtbar sind. Sie können eintreten, ohne dass Betroffene davon unmittelbar Kenntnis nehmen bzw. die Konsequenzen spüren; das betrifft zum Beispiel das Ausspähen von E-Mails. Es herrscht ein eher diffuses Gefahrenbewusstsein mit wenigen Bezügen zu konkreten Negativerlebnissen. Die Gefahr scheint eher latent vorhanden und wenig greifbar. So werden sensible

Dokumente, die einen Rechtsstreit betreffen, am Ende doch per E-Mail versendet, weil man unter Zeitdruck steht. Die ablaufende Frist wird dabei als konkretere Bedrohung wahrgenommen als eine vage vermutete Sicherheitsbedrohung. Nicht selten überwiegen bei der Alltagskommunikation dann schlicht Convenience-Vorteile gegenüber Sicherheitsbedenken.

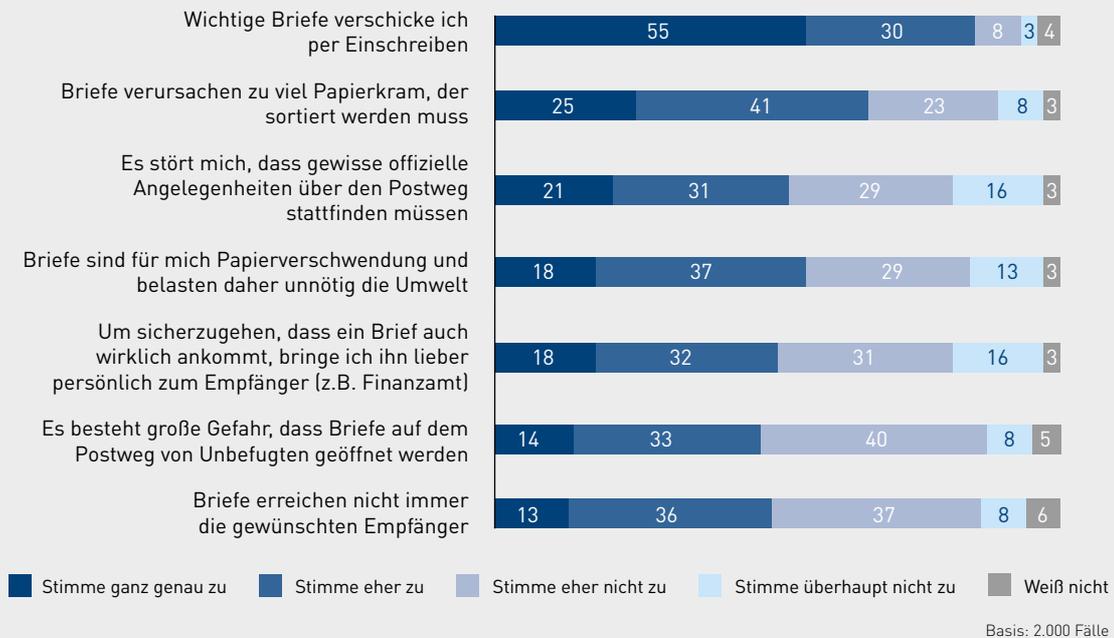


Bei wichtigen Briefen werden zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen ergriffen

Trotz großen Vertrauens in den Brief – insbesondere im Vergleich zur E-Mail – sieht etwa die Hälfte der Befragten die Verlässlichkeit des Briefs dennoch eingeschränkt: 49 Prozent befürchten, dass Briefe nicht beim gewünschten Empfänger ankommen, sehen also ähnlich wie bei der E-Mail eine zentrale Anforderung an privat-geschäftliche Kommunikationsmittel nicht voll erfüllt. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass 85 Prozent die Möglichkeit von Einschreiben für wichtige Briefe nutzen. Die Hälfte der Befragten bringt wichtige Briefe auch persönlich zum Empfänger, um sicherzugehen, dass sie wirklich ankommen. Immerhin 47 Prozent der Befragten sehen die große Gefahr, dass Briefe auf dem Postweg von Unbefugten geöffnet werden, befürchten also, dass das Briefgeheimnis verletzt wird.

Briefkommunikation: Vorbehalte und Gefahren

„Im Folgenden sehen Sie eine Liste mit verschiedenen Aussagen. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den jeweiligen Meinungen und Ansichten zustimmen.“ in Prozent



5.3 Das Briefgeheimnis in der digitalen Welt

E-Mail-Kommunikation ist zwar sehr verbreitet, selbst wenn es um vertrauliche Dokumente und Informationen geht; dennoch erzeugt sie offenbar Unsicherheit, inwiefern man sich hierdurch möglichen Risiken (Ausspähung, Datenweitergabe, Datenverlust etc.) stärker aussetzt als auf dem Postweg. Interessant ist daher zu erfahren, wie die Menschen die Relevanz des Briefgeheimnisses in der digitalen Welt einschätzen und wie wichtig ihnen diese kulturelle Errungenschaft heute noch ist.

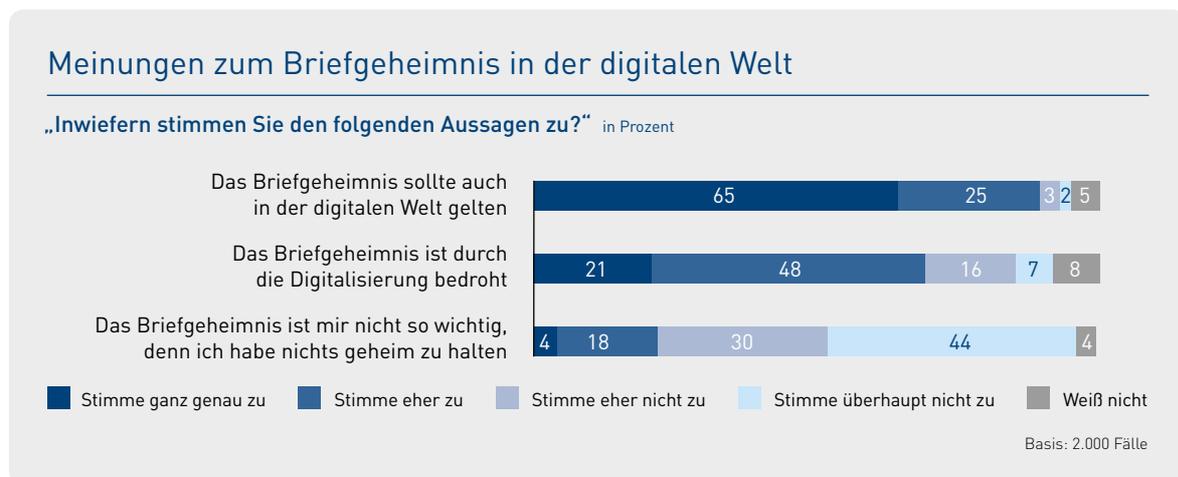
Das Briefgeheimnis ist den Menschen wichtig und soll daher auch in der digitalen Welt gelten

Die folgenden Befunde unterstreichen, welche hohe Bedeutung die Bevölkerung dem Briefgeheimnis beimisst:

- Es besteht breite Einigkeit, dass das Briefgeheimnis in der digitalen Welt gelten sollte. Etwa zwei Drittel sind dieser Überzeugung – weitere 25 Prozent stimmen dem eher zu. Somit gilt für 90 Prozent der Bevölkerung, dass diese Errungenschaft auch für die Online-Kommunikation unantastbar sein sollte. Nur fünf Prozent sind gegenteiliger Meinung.
- 22 Prozent der Befragten sagen, dass ihnen das Briefgeheimnis nicht so wichtig sei, weil sie nichts geheim zu halten hätten. Dem stehen 74 Prozent gegenüber, denen das Briefgeheimnis wichtig ist.

Über zwei Drittel der Befragten halten das Briefgeheimnis in der digitalen Welt für bedroht

48 Prozent der Bevölkerung gehen zumindest in der Tendenz (stimme eher zu) davon aus, dass das Briefgeheimnis durch die Digitalisierung bedroht ist. Weitere 21 Prozent gehen fest davon aus. Hier legt die prozentuale Verteilung der beiden Zustimmungskategorien die Vermutung nahe, dass darüber in der Bevölkerung eine latente Sorge besteht, die jedoch aktuell nicht konkret greifbar ist. Dieser Befund ist plausibel vor dem Hintergrund, dass 65 Prozent befürchten, E-Mails könnten ausgespäht werden (19 Prozent sind fest überzeugt, 46 Prozent eher; vgl. Kapitel 5.2).



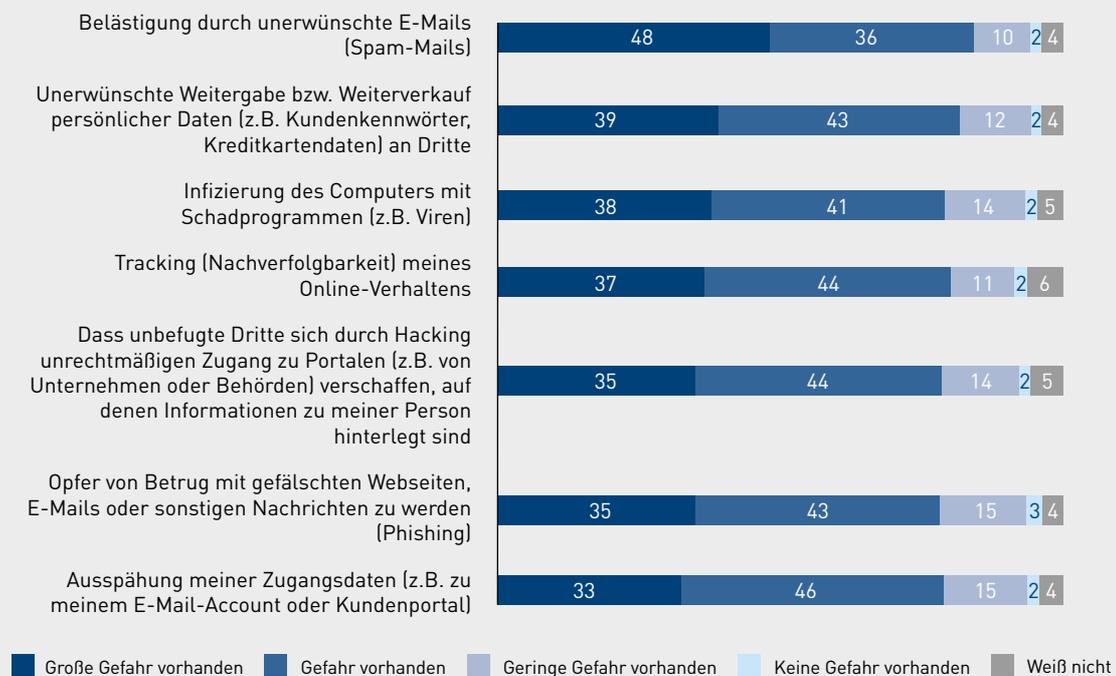
6. Gefahreneinschätzung und Negativerfahrungen bei der privat-geschäftlichen Online-Kommunikation

Breite Mehrheit ist für Gefahren der Online-Kommunikation sensibilisiert

Die breite Mehrheit geht von einer prinzipiellen (wenn auch nicht per se „großen“) Sicherheitsgefährdung aus: Die möglichen Risiken werden jeweils von etwa 60 bis 80 Prozent als Gefahr betrachtet. Gleichzeitig gibt es keine konkrete Gefährdung, die für über die Hälfte der Befragten eine besonders große Gefahr darstellen würde.

Gefahren-Einschätzung von Online-Kommunikation 1

„In welcher Hinsicht sehen Sie für sich persönlich eine Gefahr bei der Online-Kommunikation mit Unternehmen, Behörden, Ärzten, Rechtsanwälten etc.?“ in Prozent

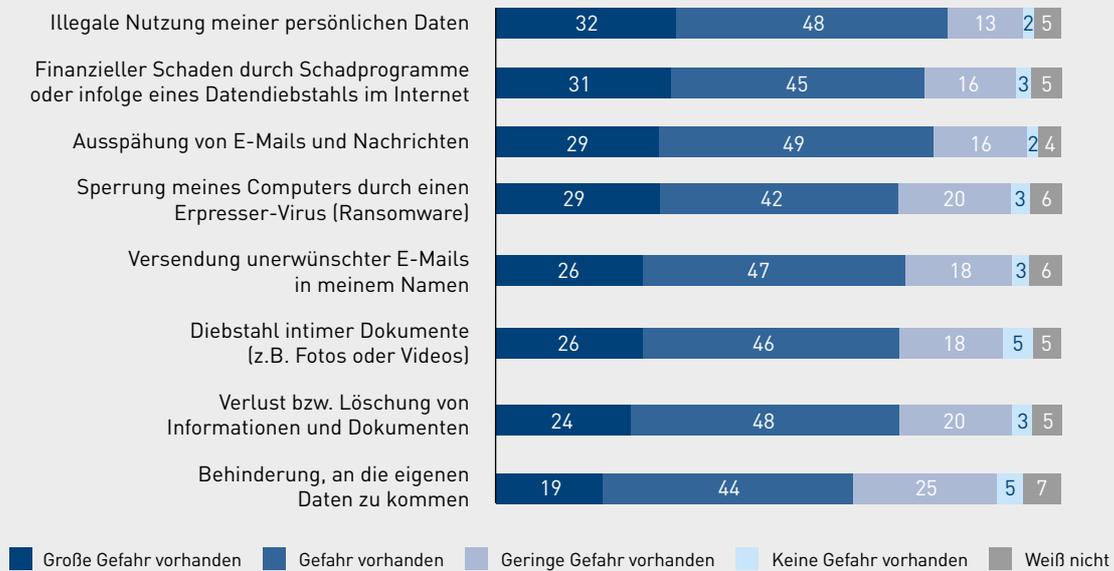


Basis: 2.000 Fälle

Die Belästigung durch Spam-Mails wird von fast der Hälfte als große Gefahr gesehen (48 Prozent). Beim Zugriff auf die eigenen Daten behindert zu werden, bewerten die Befragten im Vergleich zwar als geringstes Risiko, aber auch dieses sehen immerhin 19 Prozent als große Gefahr

Gefahren-Einschätzung von Online-Kommunikation 2

„In welcher Hinsicht sehen Sie für sich persönlich eine Gefahr bei der Online-Kommunikation mit Unternehmen, Behörden, Ärzten, Rechtsanwälten etc.“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

Spam-Mails und Virenbefall sind die häufigsten Negativerfahrungen

Alle abgefragten Gefahren der Online-Kommunikation werden mehrheitlich als prinzipiell vorhanden eingestuft, allerdings ist sich nur bei Spam-Mails eine Mehrheit auch wirklich sicher, bereits negative Erfahrungen damit gemacht zu haben (70 Prozent).

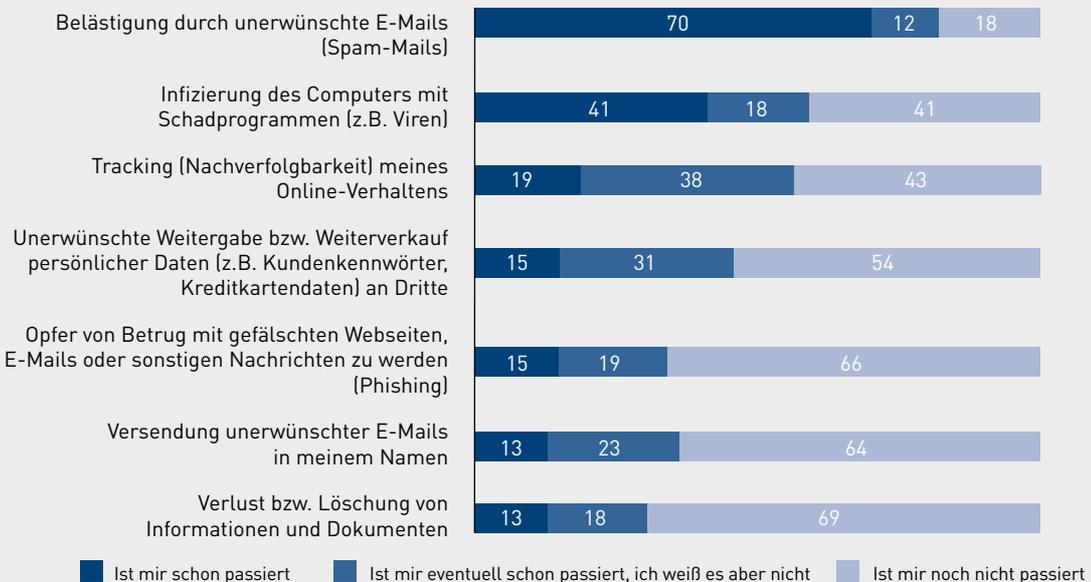
Neben Spam-Mails ist der Virenbefall des Rechners (41 Prozent) die einzige weitere Negativerfahrung, die einer größeren Gruppe bewusst widerfahren ist. Bei allen anderen möglichen Gefahren sagen nur zwischen 5 und 19 Prozent, dass sie davon schon betroffen waren.

Am wenigsten betroffen sind die Befragten nach eigener Auskunft von finanziellem Schaden durch Schadprogramme oder Daten- bzw. Dokumentendiebstahl sowie von Erpresser-Viren. Jeweils ca. 80 Prozent sagen hier: „Das ist mir noch nie passiert.“

Online-Kommunikation: Negativerfahrungen 1

„Welche der folgenden Erfahrungen haben Sie persönlich bereits im Internet gemacht?“

in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

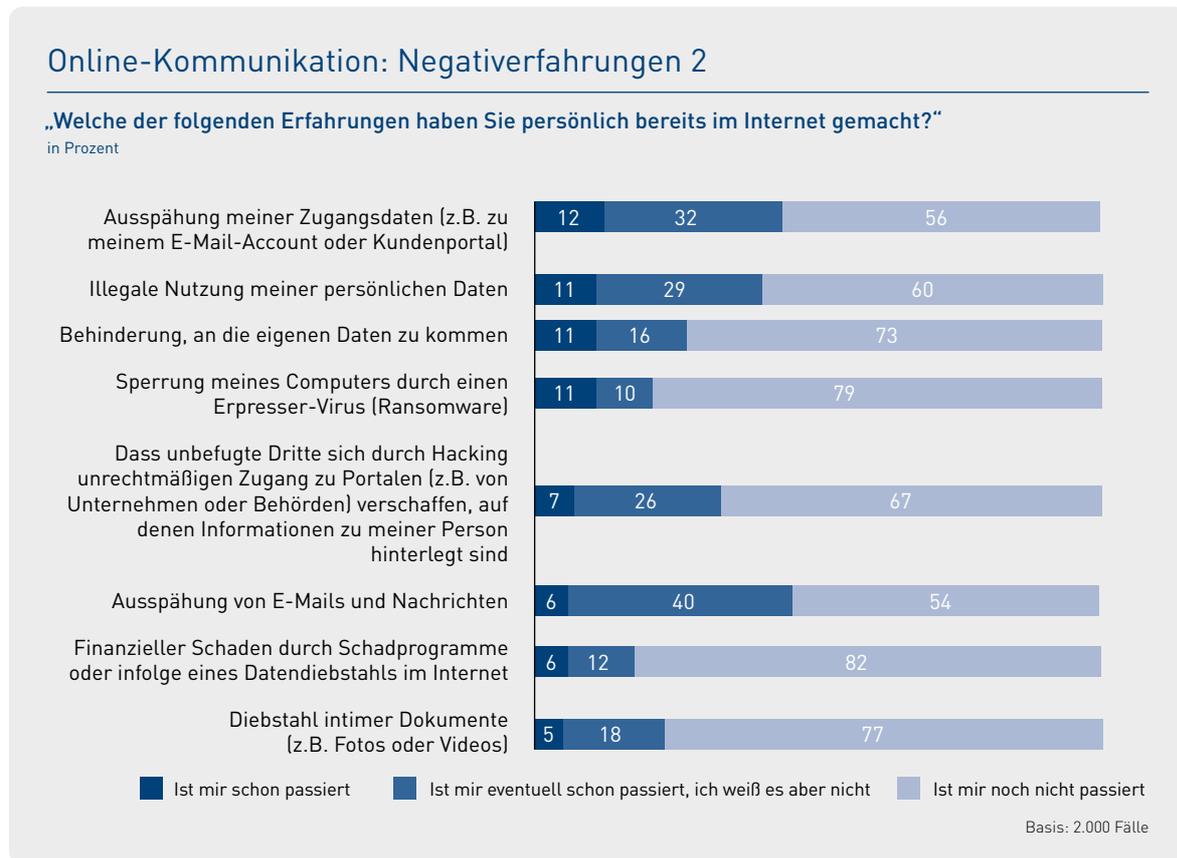
Die Gefahrensensibilität ist hoch, die persönliche Betroffenheit wird jedoch geringer eingeschätzt

Der Abgleich zwischen der Risikowahrnehmung und persönlichen Negativerfahrungen zeigt: Die Menschen sind sensibilisiert für viele Gefahren der Online-Kommunikation, sehen sich aber selbst eher selten davon betroffen. Einige Beispiele:

- 78 Prozent nehmen die Gefahr wahr, Opfer von Online-Betrug zu werden (z.B. falsche Webseiten, Phishing), aber nur 15 Prozent sind sich sicher, dass ihnen das auch schon widerfahren ist.
- 72 Prozent sehen eine Gefahr, dass Informationen und Dokumente verloren gehen, 18 Prozent sind sich nicht sicher, ob dies bereits der Fall war. Bei immerhin 13 Prozent der Befragten ist das jedoch bereits vorgekommen.

Diese Datenlage lässt verschiedene Interpretationen zu: Einerseits könnte die geringe Betroffenheit auf das ausgeprägte Gefahrenbewusstsein zurückgeführt werden. Die Menschen sorgen für ihren Schutz, weil sie um die Gefahren wissen. Es ist aber eher zu vermuten, dass hier ein Aufklärungsbedarf bzw. eine nötige Sensibilisierung für das tatsächliche Eintreten von Gefahren besteht. Die wahrgenommenen Gefahren sind in ihren tatsächlichen Konsequenzen für viele Menschen zudem nicht vorstellbar – insbesondere mit Blick auf Datenausspähung und Tracking; sie fragen sich schlicht, was andere denn mit ihren Daten überhaupt anfangen könnten und inwiefern sie dadurch negativ tangiert würden. Gerade mit Blick auf letztgenannte Aspekte ist zudem auffallend, dass 38 Prozent nicht wissen, ob sie getrackt wurden (19 Prozent sind sich hingegen sicher). Es ist anzunehmen, dass hier der Anteil der Betroffenen faktisch höher ausfällt, denn grundsätzlich wird jeder Internetnutzer

getrackt, solange er sich nicht aktiv dagegen zur Wehr setzt.¹¹ Während Online-Tracking als eine der vier größten Gefahren eingeschätzt wird, wissen viele Internetnutzer offenbar kaum über die gängigen Tracking-Verfahren Bescheid.



¹¹ „Das Verhalten von Nutzerinnen und Nutzern wird im Netz und in Smartphone-Apps gleichsam ununterbrochen verfolgt.“ (Schallaböck, 2014) „Trackingdaten, welche die Abrufe eines einzelnen Nutzers wiedergeben, bezeichnet man als Nutzungsprofil. (...) Erlaubt ist lediglich die Erstellung eines HYPERLINK, <https://www.datenschutzbeauftragter-info.de/datenschutz-durch-pseudonyme-so-tracken-sie-ihre-nutzer-richtig/>“ \t „_blank“-Profils unter Verwendung von Pseudonymen. Zudem ist der Nutzer über die Erstellung seines Nutzerprofils sowie über sein Recht zum Widerspruch hiergegen zu unterrichten.“ (Mertin, 2017) Ergänzend zu den rechtlichen Grundlagen der Analyse des Nutzungsverhaltens: Schallaböck, Jan, 2016. Zur Frage der Erreichbarkeit von Datensicherheit: Spielkamp/Pachali, 2015.

Auch im Rahmen der qualitativen Interviews wurden verschiedene Online-Gefahren und Negativeerfahrungen thematisiert:

Ja, ich habe negative Erfahrungen gemacht. Ich wollte mir in Holland im Internet live ein Deutschlandspiel Fußball im Live-Ticker anschauen. Das musste mit 2,95 Euro mit Kreditkarte bezahlt werden. Bei meiner Kreditkartenabrechnung wurden mir auf einmal dann 98,- abgerechnet.

(52 Jahre, weiblich, Gruppe 1)

Eigene Erfahrungen im Direkten habe ich noch nicht gemacht, braucht es auch nicht. Doch im Zeitalter der Geheimdienste und Überwachung sollte jeder vorsichtig sein. Die Medien sind voll von Berichten.

(57 Jahre, männlich, Gruppe 1)

Ich bekomme viele ungewünschte Mails, obwohl ich mich für diese nicht angemeldet habe.

(23 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Meine E-Mail-Accounts wurden mehrmals gehackt (Yahoo und Outlook), und es wurden Zahlungsaufforderungen in meinem Namen an meine Kontakte versendet.

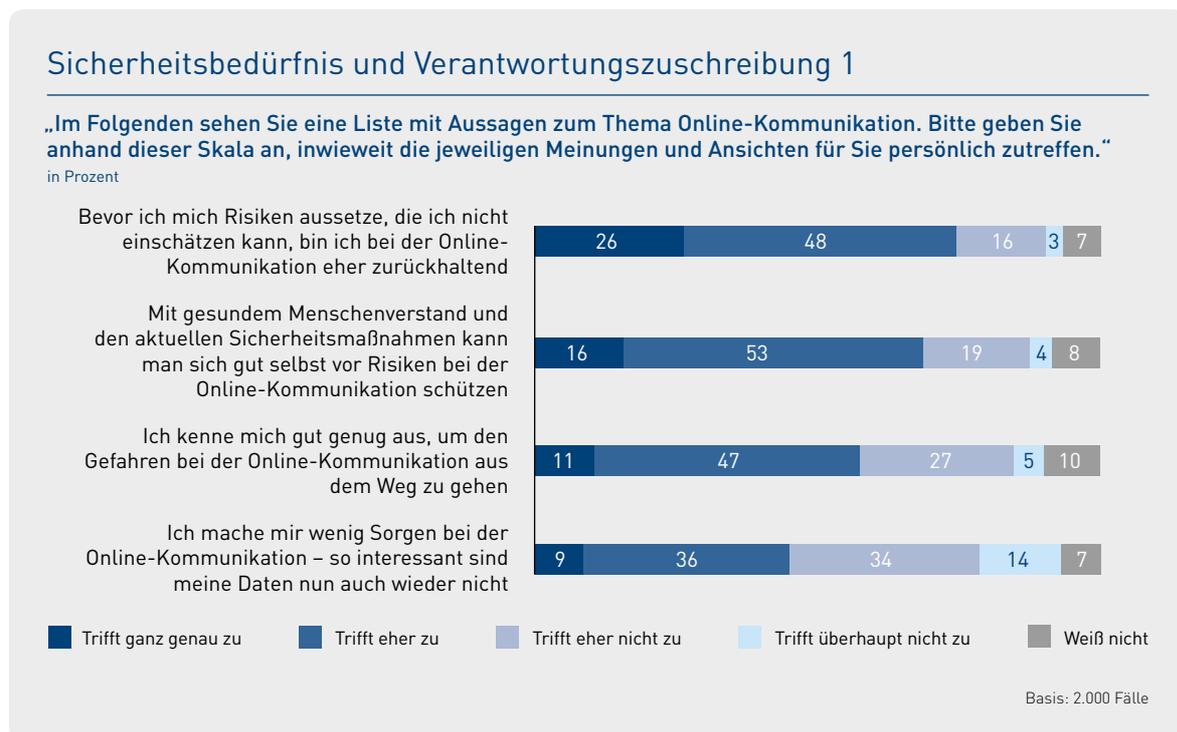
(34 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

7. Sicherheitsbedürfnis und Verantwortungszuschreibung

In Sicherheitsfragen bei der Online-Kommunikation ist die Bevölkerung gespalten

Knapp die Hälfte der Bevölkerung (45 Prozent) macht sich wenig Sorgen bei der Online-Kommunikation, weil sie nicht davon ausgeht, dass die eigenen Daten für andere interessant sein könnten. Dem stehen 48 Prozent gegenüber, die diese Einschätzung nicht teilen.

Die Mehrheit (58 Prozent) in der Bevölkerung sieht sich im Großen und Ganzen kompetent genug, um den Gefahren der Online-Kommunikation aus dem Weg gehen zu können. Allerdings sind nur elf Prozent wirklich fest davon überzeugt. Auch sind sich nur 16 Prozent absolut sicher, sich mit gesundem Menschenverstand und den aktuellen Sicherheitsmaßnahmen selbst gut schützen zu können. Weitere 53 Prozent stimmen dem eher zu. Dass die Anteile bei der relativen Zustimmung (trifft eher zu) deutlich höher liegen als bei der absoluten Zustimmung (trifft ganz genau zu), kann darin begründet sein, dass die Menschen die eigene Kompetenz eher defensiv einstufen. Diese zurückhaltende Selbsteinschätzung ist darauf zurückzuführen, dass es ob der rasanten Entwicklung und der oft komplexen und undurchsichtigen technischen Hintergründen schwierig ist, den Überblick zu bewahren und Schritt zu halten.

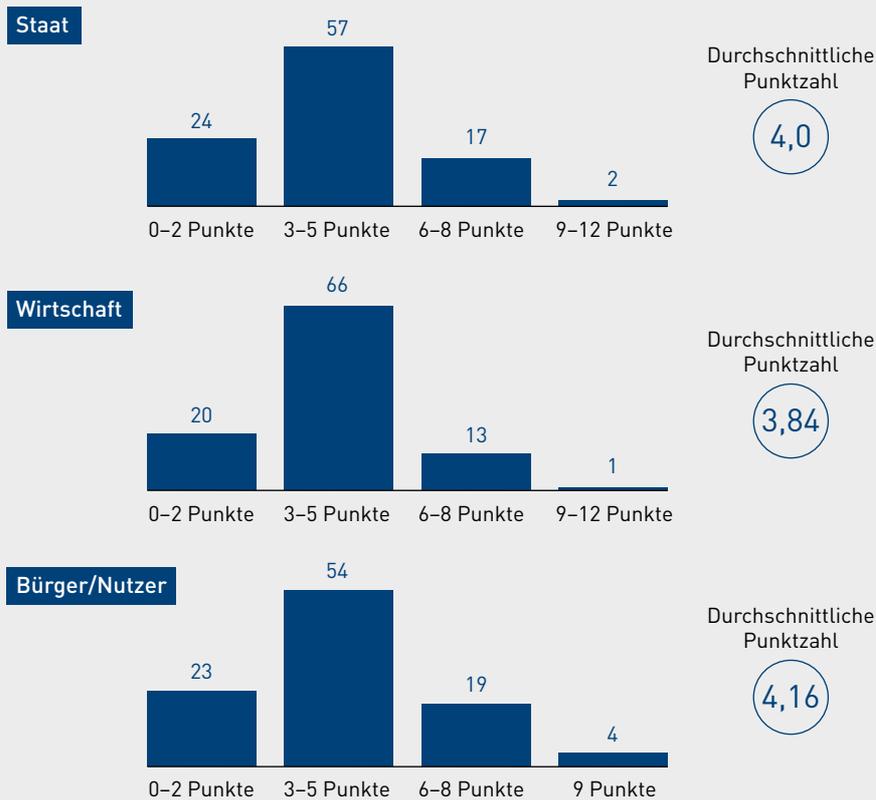


Staat, Wirtschaft und Nutzer haben gleichermaßen Verantwortung

Staat, Wirtschaft und Bürger werden als gleichermaßen verantwortlich für eine sichere Online-Kommunikation gesehen. Die Befragten wurden gebeten, insgesamt zwölf Punkte unter den drei Akteuren, entsprechend der jeweiligen Verantwortlichkeit, zu verteilen. Am häufigsten werden zwischen drei und fünf von insgesamt zwölf Punkten pro Akteur vergeben. Nahezu niemand sieht nur einen Akteur als hauptverantwortlich an.

Verantwortungszuschreibung

„Bei wem sehen Sie die Verantwortung für sichere Online-Kommunikation: bei der Wirtschaft bzw. den Unternehmen, den Nutzern von Online-Diensten oder dem Staat? Bitte verteilen Sie 12 Punkte auf diese drei Akteure. Je mehr Punkte Sie einem Akteur zuweisen, desto mehr Verantwortung schreiben Sie diesem zu.“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

Wirtschaft und Staat sollen mehr für Sicherheit tun. Allerdings: Dass sie das können, glaubt die Bevölkerung nicht

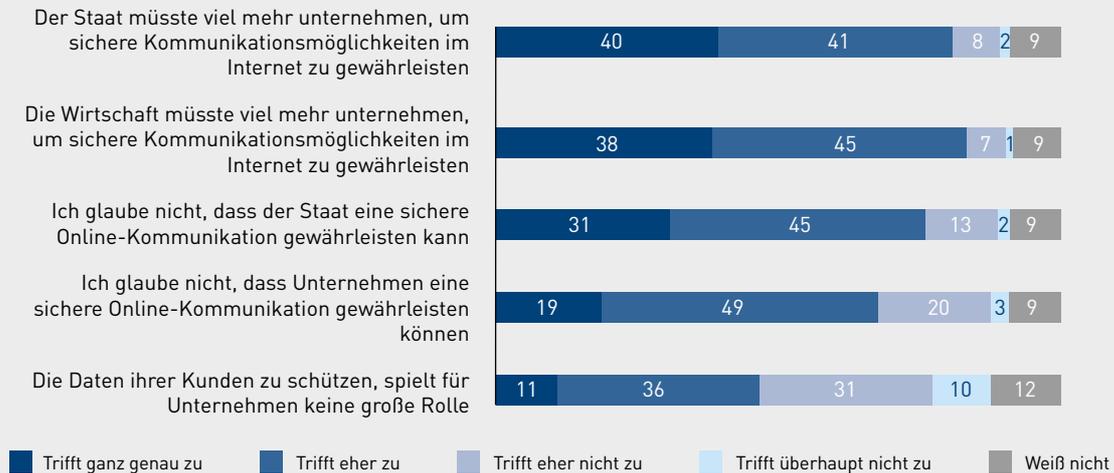
Die Menschen sind sich einig, dass sowohl Staat als auch Unternehmen mehr für eine sichere Online-Kommunikation tun sollten. Jeweils gut 80 Prozent der Befragten nehmen hier Staat und Wirtschaft in die Pflicht. Gleichzeitig glaubt der weitaus größte Teil der Bevölkerung allerdings nicht daran, dass Staat (76 Prozent) und Wirtschaft (68 Prozent) eine sichere Online-Kommunikation überhaupt gewährleisten können. Diese Befunde sind als deutliche Handlungsaufforderung, sowohl an den Staat wie auch die Wirtschaft, zu lesen, ihrer Verantwortung für mehr Sicherheit in diesem wichtigen Bereich zukünftig besser nachzukommen bzw. ihre Kompetenzen zur Ausübung dieser Verantwortung zu erweitern.

Die Frage danach, ob der Schutz von Kundendaten für Unternehmen eine wichtige Rolle spielt, spaltet die Bevölkerung: 47 Prozent gehen davon aus, dass Unternehmen dem keine große Bedeutung beimessen, 41 Prozent denken hingegen, dass dem durchaus so ist.

Sicherheitsbedürfnis und Verantwortungszuschreibung 2

„Im Folgenden sehen Sie eine Liste mit Aussagen zum Thema Online-Kommunikation. Bitte geben Sie anhand dieser Skala an, inwieweit die jeweiligen Meinungen und Ansichten für Sie persönlich zutreffen.“

in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

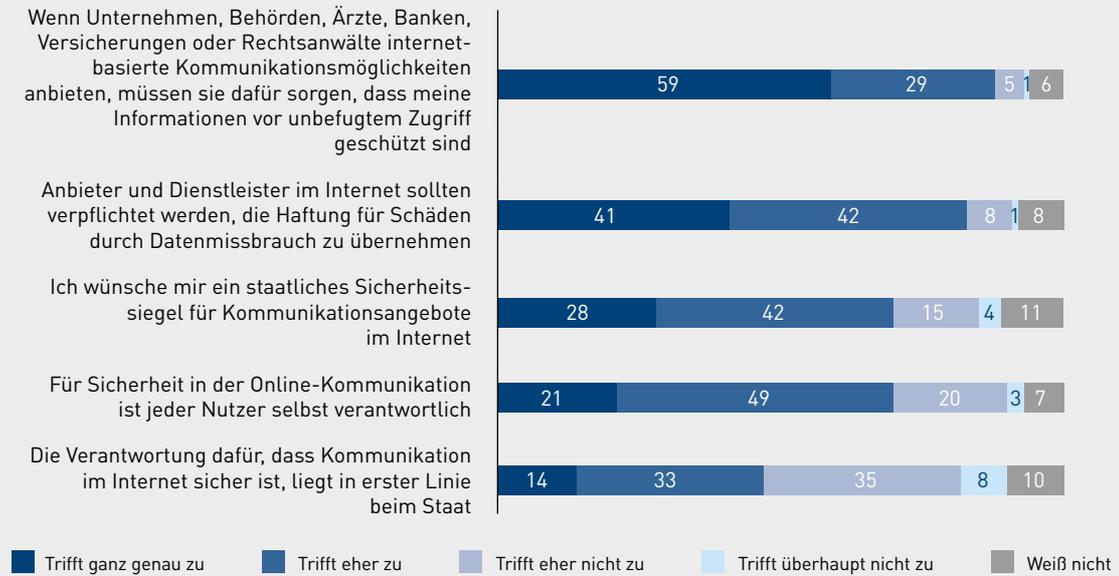
70 Prozent wünschen sich ein staatliches Sicherheitssiegel

88 Prozent fordern, dass privat-geschäftliche Akteure, die internetbasierte Kommunikationsmöglichkeiten anbieten, auch dafür Sorge tragen sollten, Kundendaten zu schützen. Dass der Staat ein Sicherheitssiegel vergibt, wünschen sich 70 Prozent der Befragten. Auch wenn sich hier andeutet, dass dem Staat eine Kontrollfunktion zugeordnet wird, ist er aus Sicht der Befragten „nicht in erster Linie“ für die Sicherheit bei der Online-Kommunikation verantwortlich – dies wird wie gezeigt als gemeinsame Aufgabe von Bürgern, Staat und Wirtschaft gesehen. Der Staat kann demnach aus Sicht der Bevölkerung Sicherheit zwar nicht gewährleisten, sollte aber – wie bereits ausgeführt – mehr dafür tun, dass es klare Rahmenregelungen gibt und diese auch eingehalten werden.

Sicherheitsbedürfnis und Verantwortungszuschreibung 3

„Im Folgenden sehen Sie eine Liste mit Aussagen zum Thema Online-Kommunikation. Bitte geben Sie anhand dieser Skala an, inwieweit die jeweiligen Meinungen und Ansichten für Sie persönlich zutreffen.“

in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

8. Schutzmaßnahmen

Weite Teile der Bevölkerung sind der Ansicht, sich nicht darauf verlassen zu können, dass Staat und Wirtschaft eine sichere Online-Kommunikation gewährleisten. Ebenfalls 70 Prozent sehen aber auch die Nutzer selbst in der Pflicht, für die eigene Sicherheit Sorge zu tragen. Was jedoch unternehmen sie selbst, um sich vor den Gefahren im Internet zu schützen?

Gängig sind vor allem Schutzmaßnahmen, die automatisiert und im Hintergrund laufen

Die am häufigsten getroffenen Schutzmaßnahmen bei der Online-Kommunikation sind die Verwendung von Virenschutzprogrammen (72 Prozent) und Firewalls (62 Prozent) sowie die Aktualisierung von Antiviren-Software (62 Prozent). Das ist insofern plausibel, als die Menschen gerade in Spam-Mails und Schadprogrammen die größte Gefahr der Online-Kommunikation sehen.

Ich habe Norton und vertraue darauf.

(55 Jahre, männlich, Gruppe 1)

Ich sichere meine Empfangsgeräte mit Schutzprogrammen.

(36 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Online-Kommunikation: Schutzmaßnahmen 1

„Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie persönlich, um sich bei der Online-Kommunikation mit Unternehmen, Behörden, Ärzten oder Rechtsanwälten zu schützen?“

Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

Datenschutzhinweise liest nur etwa ein Drittel (32 Prozent), und 42 Prozent der Befragten ändern regelmäßig ihre Passwörter.¹²

In den Online-Communitys nennen die Befragten zwar verschiedene individuelle Maßnahmen (insbesondere regelmäßige Passwortwechsel), sind sich aber über den Nutzen im Unklaren.

*Als Zugang benutze ich Startpage, bei Firefox o.Ä. lösche ich bei bestimmten Aktionen die Chronik.
(65 Jahre, weiblich, Gruppe 1)*

*Ich erkundige mich über aktuelle Risiken und sichere mich durch Passwörter. Ich habe Fake-IDs, z.B. bei Facebook.
(36 Jahre, weiblich, Gruppe 2)*

*Nein, dafür ist mir der Zeitaufwand zu hoch. Ich vertraue darauf, dass meine Daten irrelevant für die meisten Organisationen oder Unternehmen sind bzw. dass es keinen Grund gäbe, mich auszuspionieren. Naiv, mit Sicherheit. Ansonsten würde ich aber auch nicht an dieser Online-Studie teilnehmen.
(21 Jahre, weiblich, Gruppe 2)*

*Ich versuche, ganz wichtige Daten sofort zu löschen oder auf USB zu übertragen
(23 Jahre, weiblich, Gruppe 3)*

Eigentlich viel zu wenig. Jetzt gerade frage ich mich übrigens auch, wie sicher diese Seite hier ist und ob Ihr Institut nun in der Lage sein könnte, meinen Rechner auszuspionieren! Ich wüsste jetzt aber nicht, was ich dagegen tun kann, denn wahrscheinlich wäre es jetzt eh schon zu spät. Meinem Virens Scanner und Firewall traue ich nicht zu, so etwas zu erkennen ... (34 Jahre, weiblich, Gruppe 2)

Ich benutze Pseudonyme bei der Erstellung von Accounts, gebe meine Adresse und Telefonnummer nicht an, „verbinde“ keine Accounts miteinander, benutze nie meine „echte“ E-Mail-Adresse zur Verifizierung von Accounts, benutze kein Smartphone, speichere keine Cookies im Browser, habe bei jedem Neustart eine andere IP-Adresse und surfe ohne IP v6-Protokoll. (23 Jahre, männlich, Gruppe 3)

*Nein, ich unternehme nichts, weil ich auch nicht wüsste, was ich unternehmen könnte.
(53 Jahre, männlich, Gruppe 1)*

*Ich vertraue dem rheinischen Sprichwort: Et hät noch immer jot jejange“ ;-)
(49 Jahre, weiblich, Gruppe 3)*

¹² Bill Burr, verantwortlich für die Empfehlung, Passwörter alle 90 Tage zu ändern, hat diese widerrufen. Aktuell dazu: <http://www.sueddeutsche.de/digital/it-sicherheit-der-mann-der-schuld-ist-am-passwort-wahnsinn-bereut-sein-werk-1.3623586>. Außerdem: Forscher von der University of North Carolina bezweifelten bereits im Jahr 2010, dass das regelmäßige Ändern von Passwörtern die Sicherheit vor fremden Zugriffen tatsächlich erhöht. Grund dafür ist, dass in der Praxis meist kein völlig neues Kennwort gewählt wird, sondern das alte lediglich leicht modifiziert wird. Angreifer können auf Grundlage alter Passwörter – selbst wenn diese gut gewählt sind – relativ einfach das neue Passwort erraten bzw. per Algorithmus suchen lassen. Außerdem tendieren Menschen dazu, schwächere Passwörter zu vergeben, wenn sie wissen, dass sie sie sowieso bald wieder ändern (müssen). Vgl. Zhang, Yinqian/Monrose, Fabian/Reiter, Michael K. (2010): The Security of Modern Password Expiration: An Algorithmic Framework and Empirical Analysis. University of North Carolina at Chapel Hill. Online: <https://www.cs.unc.edu/~reiter/papers/2010/CCS.pdf>
Forscher der Carleton University Ottawa kamen im Jahr 2015 ebenfalls zu dem Ergebnis, dass der Nutzen von Passwortänderungen relativ gering sei, da sie Angriffe nur minimal erschweren und sich der Mehraufwand für den Endnutzer eher nicht lohne. Vgl. Chiasson, Sonia/van Oorschot, Paul C. (2015): Quantifying the Security Advantage of Password Expiration Policies. School of Computer Science, Carleton University, Ottawa, Canada. Online: <http://people.scs.carleton.ca/~paulv/papers/expiration-authorcopy.pdf>

Veränderung des Internetverhaltens aus Sicherheitsgründen ist keine Option

Drei Viertel der Bevölkerung sind nach eigenen Angaben bei der Online-Kommunikation eher zurückhaltend, ehe sie sich nicht einschätzbaren Risiken aussetzen (74 Prozent, vgl. Kapitel 7). Bei der Abfrage nach der Einhaltung konkreter Schutzmaßnahmen äußert jedoch ein deutlich geringerer Anteil, auf potenziell unsichere Angebote nicht zuzugreifen (54 Prozent), sensible Inhalte zu meiden (42 Prozent) und so wenig persönliche Daten wie möglich anzugeben (53 Prozent). Alle anderen abgefragten Schutzmaßnahmen werden von noch weniger als der Hälfte der Befragten getroffen. Am seltensten (26 Prozent) werden verschlüsselte Internetseiten genutzt. Die Vermutung liegt jedoch nahe, dass viele Nutzer den Unterschied zwischen https://, also verschlüsselten Seiten, und einfachen http://-Seiten nicht wahrnehmen und/oder schlicht nicht kennen.

Auch andere konkrete Schutzmaßnahmen, die einen Mehraufwand oder eine Einschränkung der Möglichkeiten im Alltag mit sich bringen, werden kaum berücksichtigt, z.B. das Verwenden von unterschiedlichen Mail-Adressen (33 Prozent) oder das Abkleben von Webcams (30 Prozent).

Online-Kommunikation: Schutzmaßnahmen 2

„Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie persönlich, um sich bei der Online-Kommunikation mit Unternehmen, Behörden, Ärzten oder Rechtsanwälten zu schützen?“

Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



Hier wird noch einmal deutlich, dass einerseits ein hohes Sicherheitsbedürfnis in der Bevölkerung bei der privat-geschäftlichen Online-Kommunikation besteht, es aber nicht in konkrete Schutzmaßnahmen übersetzt wird. In der alltäglichen Praxis herrscht offenbar weniger Zurückhaltung, als angegeben wird. Der konkrete Verzicht auf ein Angebot ist in der tatsächlichen Entscheidungssituation offenbar doch schwer durchzuhalten.

Gefahrenbewusstes Vorgehen beim E-Mail-Verkehr

Jenseits übergeordneter Schutzmaßnahmen bleibt die Frage, welche Sicherheitsvorkehrungen bei der im privat-geschäftlichen Bereich so wichtigen Kommunikation per E-Mail konkret getroffen werden. Im Umgang mit E-Mails werden mehrheitlich individuelle Sicherheitsstrategien verfolgt: E-Mails unbekannter Absender oder darin befindliche Links und Dokumente öffnet die breite Mehrheit der Bevölkerung nach eigenen Angaben nicht. Nur 9 Prozent (E-Mails) bzw. 11 Prozent (Links oder Dokumente) räumen ein, dies hin und wieder zu tun. Knapp drei Viertel geben an, zip- oder exe-Dateien grundsätzlich nicht zu öffnen. 70 Prozent löschen E-Mails unbekannter Absender sofort.

Das leuchtet ein, denn gut die Hälfte der Menschen in Deutschland verlässt sich beim E-Mail-Verkehr nicht allein auf den Virenschutz. 46 Prozent verlassen sich aber darauf, dass E-Mails, die nicht automatisch geblockt werden, auch keine Gefahr darstellen. 44 Prozent gehen indes davon aus, dass E-Mails, die nicht im Spam-Ordner landen, vertrauenswürdig sind.

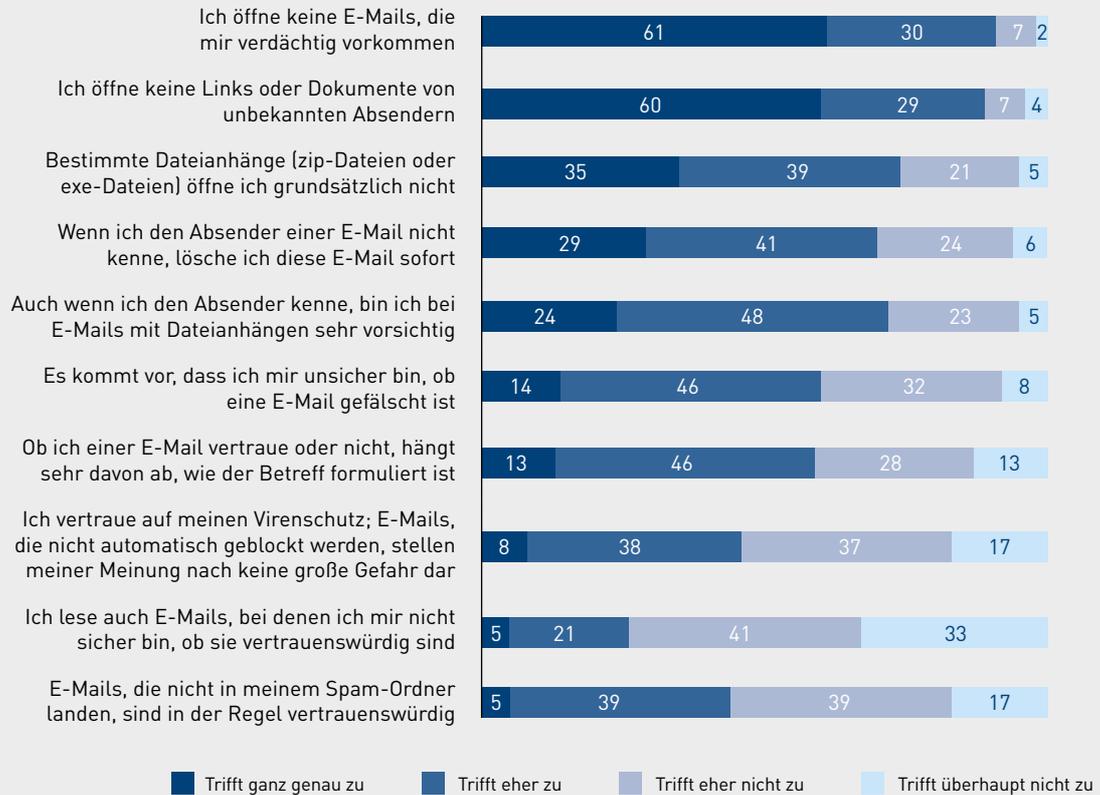
Mehr als die Hälfte stimmt zu, sich hin und wieder unsicher zu sein, ob eine E-Mail gefälscht ist. Etwa einem gleich großen Anteil gilt die Betreffzeile einer E-Mail als Indikator für deren Vertrauenswürdigkeit.

Bei E-Mails gilt: Es ist sicher mit einem Restrisiko verbunden, vergleichbar mit dem Risiko, welches man im Alltag immer trägt. Man muss sich eben an Regeln halten, wie im Straßenverkehr, und man sollte keine unbekannten E-Mails öffnen oder unbekannte Links herunterladen. Es kommt hier stark auf das eigene Verhalten an, welches den Sicherheitsfaktor entscheidend beeinflusst.

(41 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Glaubwürdigkeit und Vertrauen im E-Mail-Verkehr

„Inwieweit treffen die nachfolgenden Aussagen zu?“ in Prozent



Basis: 2.000 Fälle

9. Unterschiede im privat-geschäftlichen Kommunikationsverhalten

Die vorausgehenden Kapitel zeigen deutlich: Insbesondere Inhalt und Anlass der privat-geschäftlichen Kommunikation bestimmen wesentlich darüber, welche Kommunikationswege gewählt werden.

Welchen Einfluss haben Soziodemografie und Milieuzugehörigkeit, wenn es um privat-geschäftliche Kommunikation geht? Während sie bei privater Kommunikation eine zentrale Rolle spielen – vor allem bei der Auswahl von Online-Kanälen –, ist ihr Einfluss hier spezifischer, d.h. auf einzelne Aspekte bezogen. Das unterstreicht noch einmal, dass Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich weniger individuell und präferenzgetrieben ist, sondern durch standardisierte Prozesse vorstrukturiert wird. Dennoch begegnet die Bevölkerung der Frage nach den „richtigen“ Kommunikationskanälen auch hier mit unterschiedlichen Ressourcen, Erfahrungen, Vorbehalten und Lösungsmaßnahmen, die sich in typischen Verhaltensweisen niederschlagen.

9.1 Die Bedeutung des Alters

Wenn Menschen mit Familie und Freunden kommunizieren, unterscheiden sie sich deutlich in der Art und Weise, wie sie dabei miteinander in Kontakt treten: Je jünger, desto höhere Relevanz haben beispielsweise:

Instant-Messaging

- **18- bis 29-Jährige:**
91 Prozent
- **30- bis 39-Jährige:**
88 Prozent
- **40- bis 49-Jährige:**
75 Prozent
- **50- bis 59-Jährige:**
65 Prozent
- **60- bis 69-Jährige:**
49 Prozent

Soziale Netzwerke

- **18- bis 29-Jährige:**
78 Prozent
- **30- bis 39-Jährige:**
68 Prozent
- **40- bis 49-Jährige:**
56 Prozent
- **50- bis 59-Jährige:**
48 Prozent
- **60- bis 69-Jährige:**
41 Prozent

Videotelefonie

- **18- bis 29-Jährige:**
44 Prozent
- **30- bis 39-Jährige:**
38 Prozent
- **40- bis 49-Jährige:**
23 Prozent
- **50- bis 59-Jährige:**
24 Prozent
- **60- bis 69-Jährige:**
20 Prozent

Diese Online-Kanäle spielen jedoch in der privat-geschäftlichen Kommunikation nahezu keine Rolle: Nur zwei Prozent der Befragten kommunizieren privat-geschäftlich via Videotelefonie, fünf Prozent nutzen dafür Instant-Messaging, und fünf Prozent wählen den Austausch über Soziale Netzwerke.

Das Set an Online-Kommunikationsmöglichkeiten ist somit bei der privat-geschäftlichen Kommunikation aus Perspektive der Befragten eher begrenzt und beschränkt sich vornehmlich auf E-Mail-Kommunikation und vereinzelt auf Kundenportale. Da E-Mail-Kommunikation an sich in nahezu jeder Altersgruppe mittlerweile Normalität ist, ist es plausibel, dass allenfalls geringe Altersunterschiede in der Nutzung von Online-Kanälen bei der privat-geschäftlichen Kommunikation bestehen.

Auch mit Blick auf Kommunikationsformen, die nicht online stattfinden, gibt es auf den ersten Blick kaum Altersunterschiede, teilweise schreiben die Jüngeren sogar tendenziell mehr Briefe als Ältere (z.B. mit Unternehmen). Auffällig ist jedoch, dass bei Jüngeren der Brief häufig nicht die selbst gewählte Kommunikationsform ist, sondern eher eine, auf die sie sich zwangsläufig einlassen. D.h., sie wissen oder gehen davon aus, dass bestimmte Akteure und Institutionen Briefe erwarten, und

sehen sich zudem verpflichtet, einen Brief auch mit einem Brief zu beantworten. Die folgenden zwei Zitate aus der qualitativen Pilotstudie illustrieren diese Logik:

Mit wem schreibt man Briefe? Finanzamt, Rentenversicherung, Krankenkasse, Tante Helga, Onkel Dietmar. (20 Jahre, weiblich, Gruppe 3)

Ich schreibe keine Briefe. Ich bekomme Briefe von Versicherungen, Banken, Werbung. (34, weiblich, Gruppe 2)

Als wichtiges Signal für die Zukunft des Briefes ist daher auch bedeutsam, dass jüngere Befragte den Postweg deutlich stärker als lästig empfinden als dies Ältere bekunden: 58 Prozent der jüngsten Altersgruppe und 61 Prozent der 30- bis 39-Jährigen stören sich daran, dass gewisse offizielle Angelegenheiten über den Postweg stattfinden müssen (gegenüber 42 Prozent der 60- bis 69-Jährigen). Rund 70 Prozent der 18- bis 39-Jährigen finden auch, dass Briefe zu viel Papierkram verursachen, der sortiert werden muss (gegenüber 58 Prozent der 60- bis 69-Jährigen).

Mittlere Altersgruppen stellen höhere Convenience-Ansprüche

Die unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen sind sich weitgehend einig: Vertraulichkeit, Verlässlichkeit und der persönliche Ansprechpartner sind am wichtigsten, wenn es um privat-geschäftliche Kommunikation geht. Es zeigen sich aber dennoch relevante Altersunterschiede hinsichtlich der weiteren Priorisierung:

- Während Ortsunabhängigkeit den jüngeren Befragten und den Befragten im mittleren Alterssegment deutlich wichtiger ist als dem Bevölkerungsdurchschnitt (18- bis 29-Jährige: 18 Prozent, 30- bis 39-Jährige: 23 Prozent, Bevölkerungsdurchschnitt: 14 Prozent), rangiert dieses Kriterium in den anderen Altersgruppen an vorletzter bzw. letzter Stelle der wichtigsten Erwartungen an privat-geschäftliche Kommunikation.
- Ähnliches gilt für die Zeitunabhängigkeit, die jedem vierten 30- bis 39-Jährigen wichtig ist und damit deutlich häufiger als anderen Altersgruppen oder der Gesamtbevölkerung (20 Prozent; 18- bis 29-Jährige: 20 Prozent, 40- bis 49-Jährige: 21 Prozent, 50- bis 59-Jährige: 20 Prozent, 60- bis 69-Jährige: 14 Prozent).

Es ist plausibel, dass die Aspekte Zeit und Ort vor allem bei den 30- bis 39-Jährigen eine wichtigere Rolle spielen, denn häufig ist der Alltag in dieser Lebensphase eng getaktet, da intensive Berufstätigkeit (Aufstiegs- und Etablierungsphase) und Familiengründung parallel stattfinden und wenig Raum für die Erledigung privat-geschäftlicher Angelegenheiten bleibt.

Für die 18- bis 29-Jährigen sind zudem Kosten von größerer Bedeutung als bei allen anderen Altersgruppen; dennoch rangiert die Kostenfrage auch hier nur an drittletzter Stelle. Sie verliert mit zunehmendem Alter an Relevanz, da das verfügbare Haushaltsbudget in der Regel mit dem Alter zunimmt.

Für Jüngere sind andere Daten und Informationen vertraulicher als für Ältere

Bereits die DIVSI U25-Studie (2014) zeigte auf, dass sich das Privatsphäre-Verständnis bei den unter 25-Jährigen gewandelt hat.¹³ Es sind weniger (technische) Informationen wie Geburtsdatum oder Augenfarbe schützenswert, sondern vor allem Informationen, die die soziale Reputation gefährden oder die Möglichkeit für soziales Stalking oder Mobbing eröffnen. Zudem achten Jüngere stark darauf, dass die Grenze zwischen der (als eher anonym und unverbindlich) wahrgenommenen Online-Welt und der Realität gewahrt bleibt. Es ist daher nicht überraschend, aber dennoch auffällig, dass die Jüngeren die sexuelle Orientierung und politische Einstellung für deutlich weniger schützenswert halten als der Durchschnitt, die Wohnanschrift jedoch überdurchschnittlich häufig.

- Während rund die Hälfte aller Befragten die sexuelle Orientierung für sehr vertraulich hält, sind es unter den 18- bis 29-Jährigen nur 39 Prozent.
- 32 Prozent der jüngsten Befragten halten die politische Einstellung für schützenswert gegenüber 43 Prozent insgesamt.
- Das Alter halten 30 Prozent der Jungen gegenüber 36 Prozent insgesamt für sehr schützenswert.
- Die Wohnanschrift betrachtet über die Hälfte der Jüngsten gegenüber 46 Prozent insgesamt und 38 Prozent bei den Ältesten als sehr schützenswert.

Möglicherweise lässt sich die höhere Sensibilität der Jüngeren auf Erfahrungen im digitalen Raum zurückführen. Für die jüngsten Befragten könnte hier der Verlust bzw. die Aufweichung der online bestehenden „anonymen“ bzw. nicht materiell verankerten Identität verbunden sein. Die vor einigen Jahren noch breit medial diskutierte Gefahren, die mit einer Preisgabe der Wohnanschrift in Sozialen Netzwerken verbunden sind (Einbruch während Urlaub, unüberschaubare Teilnehmerzahlen bei in Sozialen Netzwerken angekündigten privaten Feiern etc.), könnten sich hier als sogenannter „Facebook-Effekt“ niederschlagen.

Die Sicherheit der eigenen Daten ist für jüngere Befragte weniger wichtig als für Ältere

Müssen sich die Befragten entscheiden, ob ihnen eher Sicherheits- oder Convenience-Aspekte wichtiger sind, votiert knapp über die Hälfte der 60- bis 69-Jährigen eindeutig für Sicherheit, aber nur ein Viertel der 18- bis 29-Jährigen.

Zudem haben Jüngere deutlich weniger Vorbehalte und Sicherheitsbedenken gegenüber Online-Kommunikationsformen als Ältere. Die E-Mail gilt als verlässliches, beständiges Instrument, das dem Brief in puncto Sicherheit kaum nachsteht. Je jünger die Befragten, desto geringer werden die Gefahren eingeschätzt: Über die Hälfte der unter 30-Jährigen geht davon aus, dass E-Mails genauso sicher sind wie ein verschlossener Brief, gegenüber rund 40 Prozent der über 50-Jährigen.

Welche Auswirkungen hat es auf getroffene Sicherheitsvorkehrungen, wenn Online-Kommunikationsformen weitgehend als sicher eingestuft werden und Jüngeren die Sicherheit der eigenen Daten zudem weniger wichtig ist? Konsequenterweise führt es dazu, dass Jüngere insgesamt deutlich weniger Schutzmaßnahmen ergreifen als Ältere.

- Ein Virenschutzprogramm verwenden 60 Prozent der 18- bis 29-Jährigen, 73 Prozent der 40- bis 49-Jährigen und 82 Prozent der 60- bis 69-Jährigen.

¹³Siehe DIVSI (2014): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI). Online: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf>

- Etwa die Hälfte der unter 30-jährigen Befragten aktualisiert die Antiviren-Software regelmäßig (50 Prozent der 18- bis 29-Jährigen, 54 Prozent der 30- bis 39-Jährigen), während dies 63 Prozent der 40- bis 49-Jährigen und 74 Prozent der 60- bis 69-Jährigen tun.
- Die Firewall nutzt ebenfalls etwa die Hälfte der jüngsten Befragten, aber 63 Prozent der 40- bis 49-Jährigen und 69 Prozent der 60- bis 69-Jährigen.

Neben automatisierten Schutzmaßnahmen sind auch die punktuellen aktiv betriebenen Maßnahmen je nach Alter unterschiedlich ausgeprägt – wenn auch auf geringerem Gesamtniveau.

- Datenschutzhinweise werden mit zunehmendem Alter häufiger gelesen (32 Prozent insgesamt, 27 Prozent der Jüngsten, 43 Prozent der Ältesten).
- Passwörter werden mit zunehmendem Alter regelmäßig geändert (42 Prozent insgesamt, 30 Prozent der Jüngsten, 50 Prozent der Ältesten).¹⁴
- Je älter die Befragten, desto eher löschen sie Mails von unbekanntem Absendern sofort (29 Prozent insgesamt, 14 Prozent der Jüngsten und 42 Prozent der Ältesten).

Jüngere schätzen sich insgesamt souveräner ein und vertrauen bei Schutzmaßnahmen eher ihrem eigenen Urteil: Knapp die Hälfte (49 Prozent) der 18- bis 29-Jährigen ist sich gelegentlich unsicher, ob eine E-Mail gefälscht ist. Der Anteil steigt ab dem Alter von 30 auf fast 65 Prozent. Ob das Souveränitätsgefühl der Jüngeren berechtigt ist, kann angesichts der Tatsache infrage gestellt werden, dass die älteste Gruppe sich zumindest am wenigsten von negativen Erfahrungen betroffen sieht (mit Ausnahme von Spam), was im Wesentlichen darauf zurückzuführen ist, dass sie sich diesen Gefahren schlicht nicht aussetzt.

9.2 Die Bedeutung des Bildungsniveaus

Ob geschrieben oder gesprochen wird, ist eine Frage des Bildungshintergrunds

Je höher die Bildung, desto eher wird über alle verfügbaren Kanäle hinweg kommuniziert. Ob bzw. wie häufig man bei der privat-geschäftlichen Kommunikation zum Telefon greift oder im persönlichen Gespräch in Austausch tritt, ist dabei keine Frage des Bildungsstands. Man kann also sagen: Alle telefonieren. Ob jedoch auch ein Kanal gewählt wird, bei dem das Anliegen schriftlich verfasst werden muss, hängt durchaus vom Bildungshintergrund ab. Für Höhergebildete haben Kommunikationskanäle, die einen schriftsprachlichen Austausch beinhalten, größere Relevanz. So zeigt sich bei der E-Mail-Kommunikation, dass 71 Prozent der Hochgebildeten, aber nur 50 Prozent der Niedriggebildeten diesen Kanal nutzen. Über Kundenportale kommunizieren 42 respektive 25 Prozent.

Wer höher gebildet ist, schreibt häufiger einen Brief

Personen mit einer formal höheren Bildung wählen als Kommunikationskanal für Unternehmen oder Ärzte/Beratungsstellen eher den Brief als formal Niedriggebildete.

¹⁴ Bill Burr, verantwortlich für die Empfehlung, Passwörter alle 90 Tage zu ändern, hat sich widerrufen. Aktuell dazu: <http://www.sueddeutsche.de/digital/it-sicherheit-der-mann-der-schuld-ist-am-passwort-wahnsinn-bereut-sein-werk-1.3623586>. Siehe dazu auch Fußnote 12 auf Seite 58.

- Mit Unternehmen kommunizieren 44 Prozent der Hochgebildeten, aber nur 30 Prozent der formal Niedriggebildeten per Brief.
- Mit Ärzten, Therapeuten und Beratungsstellen tun dies 36 respektive 27 Prozent, mit Banken und Versicherungen 46 im Vergleich zu 26 Prozent.

Nur bei der Kommunikation mit Ämtern und Behörden zeigen sich keine signifikanten Bildungsunterschiede hinsichtlich der Nutzung des Briefs. Dies mag im Wesentlichen daran liegen, dass Verwaltungsverfahren in ihren Abläufen eher vorgegeben sind, z.B. in Form von Formularen, die unterschrieben zurückgeschickt werden müssen.

Auch bei der Kommunikation in der Familie, mit Freunden und Bekannten greifen formal Hochgebildete deutlich häufiger auf den Brief zurück als Personen mit niedriger formaler Bildung: 36 Prozent respektive 26 Prozent schreiben zumindest gelegentlich einen Brief. Noch deutlicher fallen die Unterschiede bei der Postkarte aus, zu der 44 Prozent unter den formal hoch Gebildeten, aber nur 23 Prozent der Niedriggebildeten greifen. Ein ähnliches Bild ergibt sich auch beim Blick auf die berufliche Kommunikation: Nicht nur der Brief kommt bei den formal Höhergebildeten deutlich häufiger zum Einsatz (37 vs. 17 Prozent); sie nutzen alle Kommunikationskanäle (mit Ausnahme von Instant-Messaging) signifikant häufiger als die Gesamtbevölkerung und als die Niedriggebildeten.

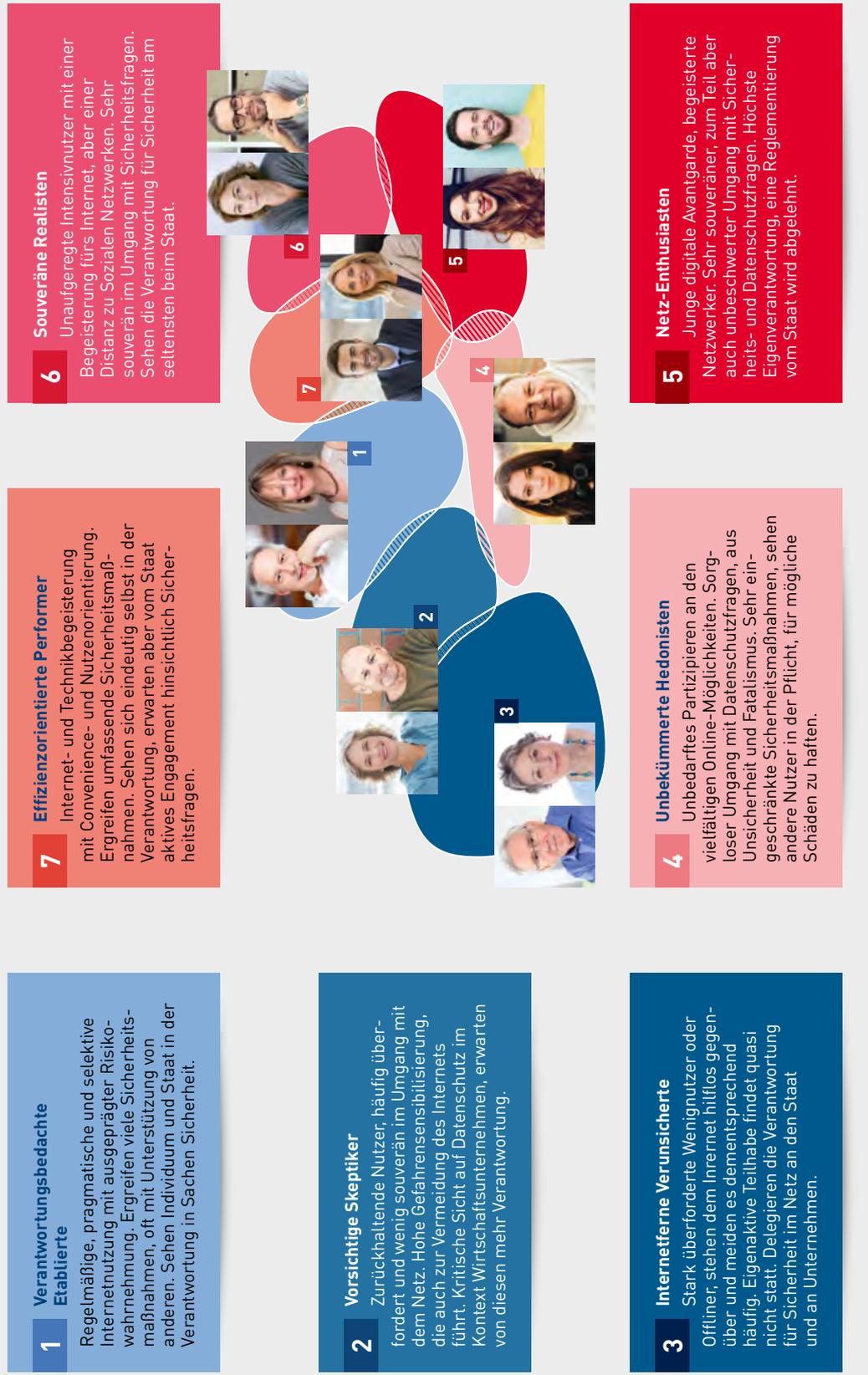
Dass Menschen mit niedriger und teilweise auch mittlerer Bildung geschriebene Kommunikation eher vermeiden, umgehen oder nicht benötigen (z.B. Briefe im privaten oder beruflichen Kontext), zeigt sich somit auch im privat-geschäftlichen Bereich deutlich. Dies erklärt auch, warum der Bedarf nach einem persönlichen Ansprechpartner gerade bei diesen Bevölkerungsgruppen besonders hoch ist: 48 Prozent der Personen mit niedriger Bildung äußern diesen Bedarf, 37 Prozent der Befragten mit mittlerer Bildung, aber nur 28 Prozent der Befragten mit hoher Bildung.

9.3 Die Bedeutung der digitalen Lebenswelt

Wie Menschen im privat-geschäftlichen Bereich kommunizieren, hat auch mit ihrer digitalen Grundhaltung zu tun.

Wie in der Einführung der Studie beschrieben, hat DIVSI ein Modell zur Erfassung und Beschreibung digitaler Lebenswelten in Deutschland entwickelt: die DIVSI Internet-Milieus. Sie ermöglichen es, die digitale Gesellschaft in ihrer Komplexität und Heterogenität zu verstehen und Differenzierungen jenseits soziodemografischer Merkmale zu erfassen. Dadurch wird die digitale Grundhaltung multiperspektivisch erfasst. Das Modell ist somit weit mehr als eine Nutzertypologie; es liefert eine anschauliche Kartografie der digitalen Gesellschaft.

Kurzcharakteristik der DIVSI Internet-Milieus



Fotos: Alon Bri/EI Nariz/ESB Professional/Eugenio Marongiu/Firma Vgoodluz/Image Point Fr/Jeanette Diet/LDprod/mimagephotography/Minerva Studio/Sarah Cheriton-Jones/Åsbrand Cosijn/Multiya Yafimik - Shutterstock

Über alle Internet-Milieus hinweg sind Vertraulichkeit und Verlässlichkeit zentrale Anforderungen im Bereich privat-geschäftlicher Kommunikation. Was genau man aber für schützenswert hält, wie wichtig einem das ist und was man dafür tut, unterscheidet sich in den Lebenswelten.

In der qualitativen Vorstudie erfolgte aus erhebungstechnischen Gründen eine Zusammenfassung der DIVSI Internet-Milieus in drei Onliner-Segmente auf Basis grundlegender Ähnlichkeiten (vgl. Kapitel 1.3). Mit Blick auf die zentralen Fragen der vorliegenden Studie schälen sich teils anders gelagerte charakteristische Gemeinsamkeiten und Abgrenzungen heraus: Jenseits der Internetfernen Verunsicherten und Vorsichtigen Skeptiker, die als zusammengehörig zu betrachten sind, ergeben sich abweichende Allianzen.¹⁵

Netz-Enthusiasten und Souveräne Realisten

- Akzeptanz, dass digitale Chancen nicht ohne Risiken zu haben sind; aber unterschiedliche Strategien im Umgang damit (pragmatisch vs. reflektiert)

Internetferne Verunsicherte und Vorsichtige Skeptiker

- Online-Risiken sind unerwünscht und erzeugen Vermeidungsverhalten

Unbekümmerte Hedonisten

- Bedeutung der Sicherheitsthematik eher irrelevant; persönliche Daten bedürfen keines besonderen Schutzes

Im Bereich privat-geschäftlicher Kommunikation verbindet die *Netz-Enthusiasten* mit den *Souveränen Realisten* die grundsätzliche Offenheit für neue Möglichkeiten im Bereich der Online-Kommunikation und ihre jeweiligen Vorteile mit Blick auf Sicherheit wie auch Convenience. Dennoch sind die Unterschiede zwischen *Netz-Enthusiasten* und *Souveränen Realisten* im konkreten Umgang mit sich daraus ergebenden Herausforderungen durchaus anders gelagert und erfordern differenzierte Handlungsansätze.

Die *Unbekümmerten Hedonisten* heben sich aufgrund ihres sehr spezifischen Sicherheitsbewusstseins und Gefahrenumgangs deutlich von allen anderen Internet-Milieus ab. Für sie ist die gesamte Thematik eher irrelevant, und es besteht kaum eine Sensibilität für mögliche Chancen wie auch Risiken. Gerade mit Blick auf mögliche Handlungsempfehlungen wird dieses Internet-Milieu daher separat betrachtet.

¹⁵ Effizienzorientierte Performer und Verantwortungsbedachte Etablierte zeichnet ein tendenziell aktiver Zugang zu möglichen Chancen und Risiken bei dieser Thematik aus. Beide Internet-Milieus profilieren sich aber insgesamt weniger stark bei diesem Thema (z.B. hinsichtlich Schutzmaßnahmen und Verantwortungszuschreibung) als die hier ausführlicher beschriebenen Bevölkerungssegmente.

Netz-Enthusiasten und Souveräne Realisten: Beidseitig große Offenheit für privat-geschäftliche Online-Kommunikation, aber Unterschiede im Gefahrenumgang

Sowohl *Netz-Enthusiasten* wie auch *Souveräne Realisten* sind Intensiv-Online, für die das Internet eine unverzichtbare Infrastruktur ist, eben die Basis ihres alltäglichen Handelns. Beide sehen Digitalisierung als Chance und setzen eine hohe Eigenverantwortung der Nutzer in der digitalen Welt voraus. Die folgende Kurzcharakterisierung zeigt aber auch, dass diese beiden Internet-Milieus trotz dieser Gemeinsamkeiten unterschiedliche ticken:

Die *Netz-Enthusiasten* lieben das Internet und sind besonders aktive, optimistisch-selbstbewusste Nutzer mit einer ausgesprochenen Begeisterung für Soziale Netzwerke. Dass sie bestimmte Aktivitäten nicht durchführen, weil sie ihnen zu riskant erscheinen, ist in der Regel keine Option. Mögliche Risiken bei der Internetnutzung lassen sie eher unberührt. Nicht nur sehen sie weniger Risiken als die Vertreter aller anderen Internet-Milieus, sie fühlen sich auch am häufigsten in der Lage, Gefahren im Internet aus dem Weg gehen zu können, und schreiben sich selbst die höchste Internetkompetenz im Milieu-Vergleich zu. Eine einfache Handhabung und Bedienung der verschiedenen Anwendungen spielt für sie zudem eine deutlich wichtigere Rolle als der Schutz der eigenen Daten. Die Verantwortung, für die eigene Sicherheit im Internet zu sorgen, sehen sie häufiger als alle anderen Internet-Milieus bei sich selbst.¹⁶

Hier finden sich im Milieuvvergleich die meisten jungen Menschen, der Altersschwerpunkt liegt bei unter 25 Jahren. Sie sind immer auf der Suche nach neuen Erfahrungen und Herausforderungen, der Abkehr von Routinen sowie der rhetorisch kultivierten Ablehnung eines klassisch-linearen Karrierewegs. Typisch sind Neugier und der Wunsch, Grenzen zu testen – und idealerweise zu verschieben – sowie spaßorientierter Genuss.

Kurzcharakteristik der DIVSI Internet-Milieus

Netz-Enthusiasten



Junge digitale Avantgarde, begeisterte Netzwerker.

Sehr souveräner, zum Teil aber auch unbeschwerter Umgang mit Sicherheits- und Datenschutzfragen.

Höchste Eigenverantwortung, eine Reglementierung vom Staat wird abgelehnt.

„Ich finde, das Internet ist eigentlich das Beste, was die Menschheit schaffen konnte.“

- Anteil: 15%
- Internet = natürlicher Bestandteil der Lebenswelt
- 93% sind täglich im Internet
- Kein anderes Internet-Milieu verbringt für private Zwecke mehr Zeit online

Fotos: mimagaphotography/Yuliya Yafimik – Shutterstock

¹⁶Vgl. DIVSI (2016): DIVSI Internet-Milieus 2016. Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Seite 34 ff. Online: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf>

Souveräne Realisten sind zwar von den bisherigen und in Zukunft zu erwartenden Errungenschaften und Möglichkeiten des Internets überzeugt, beobachten die digitale Entwicklung aber durchaus kritisch, insbesondere, wenn es um Soziale Netzwerke geht. Sie schreiben sich im Milieu-Vergleich nach den *Netz-Enthusiasten* die zweithöchste subjektive Kompetenz im Umgang mit dem Netz zu. Möglichen Gefahren und Risiken begegnen sie entsprechend mit souveräner Gelassenheit: Dass sie sich – aus Sorge, Fehler zu machen – zurückhaltend oder vorsichtig bewegen, kommt seltener vor. Sie gehen mehrheitlich davon aus, dass ihre Daten sicher sind, was sie insbesondere auf eigens ergriffene Schutzmaßnahmen als Teil einer übergeordneten Sicherheitsstrategie zurückführen.¹⁷

Der Altersschwerpunkt liegt bei 45 bis 54 Jahren, und in dieser Gruppe findet sich das höchste Bildungsniveau im Vergleich. Eine unabhängige und selbst gestaltete Lebensführung mit Raum für Kreativität ist für sie von zentraler Bedeutung, gepaart mit dem Wunsch nach einem zufriedenstellenden Lebensstandard.

Kurzcharakteristik der DIVSI Internet-Milieus

Souveräne Realisten



Unaufgeregte Intensivnutzer mit einer Begeisterung fürs Internet, aber einer Distanz zu Sozialen Netzwerken.

Sehr souverän im Umgang mit Sicherheitsfragen.

Sehen die Verantwortung für Sicherheit am seltensten beim Staat.

Meine gesamte Arbeit wäre ohne das Internet nicht möglich. Also das ist quasi die Basis meiner Existenz.

- Anteil: 12 %
- Internet = die Zukunft
- Für 75 % ist ein Leben ohne Internet nicht vorstellbar
- Sehr hohe Internetaffinität, gleichzeitig zurückhaltende Einstellung gegenüber Sozialen Netzwerken

Fotos: Firma V/image Point Fr – Shutterstock

¹⁷Vgl. ebd. Seite 40 ff.

Die online-affinen Internet-Milieus der *Netz-Enthusiasten* und der *Souveränen Realisten* nutzen ein breiteres Spektrum an Kanälen für die Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich als alle anderen Milieus. Das gilt vor allem für die Kommunikation mit Ämtern und Behörden, Banken und Versicherungen sowie Steuerberatern, Anwälten und Notaren.

Zudem haben sie auch eine höhere Bereitschaft, neue Kommunikationsmöglichkeiten auszuprobieren, die in der Bevölkerung noch nicht sehr verbreitet sind. Ein Beispiel hierfür sind Kundenportale und Kunden-Apps. Diese zwei Kommunikationskanäle sind vor allem für *Netz-Enthusiasten* und *Souveräne Realisten* relevant.

- Während z.B. lediglich 10 Prozent der Gesamtbevölkerung Kunden-Apps nutzen, um mit Unternehmen zu kommunizieren, sind es bei den *Netz-Enthusiasten* bereits 18 Prozent.
- Mit Banken und Versicherungen treten 16 Prozent dieses Internet-Milieus (sowie 13 Prozent der *Souveränen Realisten*) über Kunden-Apps in Kontakt; im Bevölkerungsdurchschnitt sind es 11 Prozent.

Ob ein entsprechender Service genutzt werden kann, hängt zwar davon ab, ob der Anbieter oder die Institution diese Kommunikationskanäle überhaupt bereitstellt; die Bedeutung dieser Kanäle für internetaffine Milieus sollte aber als Hinweis darauf gelesen werden, dass solche Angebote prinzipiell zukunftsfähig sind, weil ihnen ein grundsätzliches Vertrauen entgegengebracht wird. Kundenportale und Kunden-Apps werden direkt mit dem Unternehmen bzw. Anbieter selbst verknüpft, d.h., das entsprechende Image zahlt deutlich auf die Bewertung dieser Instrumente ein.

Mit Blick auf Sicherheitsfragen betrachten sich *Netz-Enthusiasten* und *Souveräne Realisten* gleichermaßen als souverän. Sie sehen nicht nur allgemein, sondern auch bei der privat-geschäftlichen Kommunikation die Verantwortung stärker beim Nutzer als beim Staat oder den Unternehmen – im Unterschied zu den anderen Internet-Milieus. Sie unterscheiden sich jedoch mit Blick auf ihre Verhaltensweisen in puncto Sicherheit. Während sich *Souveräne Realisten* offenbar wirksamer schützen und kaum Opfer von Schäden werden, sind *Netz-Enthusiasten* deutlich stärker von negativen Erfahrungen betroffen als alle anderen Milieus, z.B. hat bereits über die Hälfte der *Netz-Enthusiasten* einen Virenbefall des Computers erlebt.

Internetferne Verunsicherte und Vorsichtige Skeptiker¹⁸: Verzicht auf privat-geschäftliche Online-Kommunikation aufgrund von Sicherheitsbedenken

Vorsichtige Skeptiker (und mehr noch die *Internetfernen Verunsicherten*) sind im Umgang mit dem Internet überfordert und nehmen deutlich mehr Risiken als Chancen wahr. Das führt zu einer zurückhaltenden Nutzung oder Meidung des Netzes bzw. bestimmter Angebote und Services. Gefahren im Internet empfinden sie als groß und unüberschaubar. Aufgrund dieser Einschätzung erwarten diese beiden Milieus, dass der Staat und die Unternehmen Verantwortung für die Sicherheit übernehmen, und sehen den Nutzer vergleichsweise wenig in der Pflicht.

Bei diesen beiden Internet-Milieus überwiegen im Kontext privat-geschäftlicher Kommunikation die Gemeinsamkeiten. Dennoch wird für beide kurz die jeweilige digitale Grundhaltung beschrieben:

Die *Internetfernen Verunsicherten* haben ein äußerst geringes Selbstvertrauen mit Blick auf das Internet. Selbst für die Onliner dieses Internet-Milieus ist die Angst, Fehler zu machen, typisch. Sie bewegen sich deswegen zurückhaltend im Netz. Diese ausgeprägte Überforderung mit dem Internet

¹⁸ Internetferne Verunsicherte und Vorsichtige Skeptiker wurden bei den Untersuchungsergebnissen zusammengefasst, da der Offliner-Anteil im Internet-Milieu der Internetfernen Verunsicherten bei 72 Prozent liegt und entsprechend nur wenige Personen dieses Milieus in einer Online-Stichprobe anzutreffen sind. Zudem zeigen die zwei Milieus deutliche Ähnlichkeiten mit Blick auf Einstellungen zur Thematik.

bedeutet, dass sie auf ein Unterstützernetzwerk angewiesen sind, um im Internet einigermaßen handlungsfähig zu sein. Typischerweise holen sie sich Hilfe zum Installieren von Anwendungen und konsultieren Freunde und Bekannte, wenn sie sich nicht sicher sind, womöglich etwas Unnützes oder Gefährliches anzuklicken.¹⁹ Der Altersdurchschnitt liegt bei *Internetfernen Verunsicherten* bei 67 Jahren. In diesem Milieu gibt es den höchsten Anteil formal Niedriggebildeter, überwiegend angesiedelt im traditionellen Segment der Gesellschaft. *Internetferne Verunsicherte* sind insbesondere darauf bedacht, das bisher Erreichte zu sichern und ein (weiterhin) harmonisches Leben in guter Gesundheit im Kreise der Familie zu verbringen.

Kurzcharakteristik der DIVSI Internet-Milieus

Internetferne Verunsicherte



Stark überforderte Wenignutzer oder Offliner, stehen dem Netz hilflos gegenüber und meiden es dementsprechend häufig.

Eigenaktive Teilhabe findet quasi nicht statt. Delegieren die Verantwortung für Sicherheit im Netz an Staat und Unternehmen.

Ich hab unheimlich Angst, wenn ich auf eigene Faust was mache, dass das Ding zum Abstürzen kommt.

- Anteil: 19%
- Internet = extrem zurückhaltende Nutzung oder rigorose Meidung des Netzes
- Knapp 75% sind Offliner
- Geringe Kompetenz
- Kritik: Häufiger Umgang mit digitalen Medien sei ungesund und gefährlich

Fotos: goodluz/Jeanette Dietl – Shutterstock

¹⁹Vgl. DIVSI (2016): DIVSI Internet-Milieus 2016. Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Seite 70 ff. Online: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf>

Vorsichtige Skeptiker sehen deutlich mehr konkrete Gefahren bei der Internetnutzung als der Durchschnitt der Internet-Milieus. Datensicherheit und Datenschutz stellen den herausragenden Unsicherheitsfaktor für sie dar. Typisch für dieses Milieu ist der Wunsch, keine persönlichen Daten im Internet zu hinterlassen. Die Sicherheitsbedenken der *Vorsichtigen Skeptiker* sind auch Ausdruck von Überforderung. Häufig fühlen sie sich den Gefahren im Netz hilflos ausgesetzt und bezweifeln, dass es Datensicherheit im Internet überhaupt geben kann. Ihr Misstrauen gilt vor allem Wirtschaftsunternehmen und Dienstleistern.²⁰

Vorsichtige Skeptiker sind im Durchschnitt 49 Jahre alt und bewegen sich eher im mittleren Bildungsbereich. Für sie sind ein umsichtiges Miteinander in der Gesellschaft und ein nachhaltiger Lebensstil wichtig. Ihre Wertekonfiguration wird von konservativ-bürgerlichen Werten einerseits und postmateriellen Werten andererseits dominiert.

Kurzcharakteristik der DIVSI Internet-Milieus

Vorsichtige Skeptiker



Zurückhaltende Nutzer, häufig überfordert und wenig souverän im Umgang mit dem Netz.

Hohe Sensibilisierung für Gefahren, die auch zur Vermeidung des Internets führt.

Kritische Sicht auf Datenschutz im Kontext von Wirtschaftsunternehmen, erwarten von diesen mehr Verantwortung.

Also, ich finde, dass man sich halt viel zu sehr auf diese virtuellen Welten bezieht.

- Anteil: 12%
- Internet = bietet alltagserleichternde Aspekte und eine immer und überall verfügbare Informationsfülle
- 17% probieren im Netz mal etwas Neues aus
- Internetnutzung erfolgt regelmäßig, eine tägliche ist aber seltener

Fotos: Alon Brik/ESB Professional – Shutterstock

Sowohl *Internetferne Verunsicherte* wie auch *Vorsichtige Skeptiker* schätzen nahezu alle genannten Online-Risiken als Gefahr oder große Gefahr ein. Aufgrund dieser ausgeprägten Ängste verwundert es nicht, dass sie Online-Kanäle für privat-geschäftliche Kommunikation überwiegend für unsicher halten. Schließlich geht es hier oftmals um besonders sensible Daten. Diesen beiden Gruppen gelten zudem im Milieuvergleich besonders viele persönliche Informationen als schützenswert.

Große Skepsis äußern beide Internet-Milieus gegenüber Sozialen Netzwerken und Kunden-Apps, großes Vertrauen haben sie hingegen in persönliche Treffen und Briefe. Gerade weil ihnen Briefe so wichtig sind und sie gleichzeitig den aktuellen Entwicklungen der Digitalisierung misstrauen, fürchten sie besonders stark, dass das Briefgeheimnis durch den digitalen Wandel bedroht ist.

²⁰Vgl. ebd., Seite 64 ff.

Die *Internetfernen Verunsicherten* wählen zur Lösung des Konflikts am häufigsten die Strategie des Vermeidens: Sie verzichten auf potenziell unsichere Angebote (69 Prozent) sowie sensible Inhalte (57 Prozent) und geben möglichst wenige persönliche Daten an (63 Prozent). Auf der anderen Seite lesen sie überdurchschnittlich häufig Datenschutzhinweise (43 Prozent vs. 32 Prozent im Bevölkerungsdurchschnitt).

Unbekümmerte Hedonisten: Geringe Sensibilität für Vertraulichkeit von Inhalten und kaum Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen

Unbekümmerte Hedonisten partizipieren ausgiebig an den Möglichkeiten des Internets und sind dabei besonders begeistert von Sozialen Netzwerken. Dennoch sind sie nicht souverän im Umgang mit dem Netz und gestehen sich das auch selbst ein. Vor allem der Umgang mit persönlichen Daten ist unbedarft und ihre Gefahren- und Risikowahrnehmung widersprüchlich. Sicherheitsmaßnahmen ergreifen sie – aus Unwissenheit und Arglosigkeit – vergleichsweise selten.

Unbekümmerte Hedonisten liegen demografisch in der Mitte der Gesellschaft: Sie verfügen in der Regel über ein mittleres formales Bildungsniveau und zählen zu den Durchschnittsverdienern. Der Altersdurchschnitt liegt bei 44 Jahren. Ihr Wertekanon wird bestimmt von einem unverkopften Wunsch nach Spaß, Freizeit, Unterhaltung und Spontaneität. Sie reagieren eher distanziert auf Regeln beziehungsweise Autoritäten und (Leistungs-)Anforderungen der Gesellschaft.²¹

Kurzcharakteristik der DIVSI Internet-Milieus

Unbekümmerte Hedonisten



Unbedarftes Partizipieren an den vielfältigen Online-Möglichkeiten.

Sorgloser Umgang mit Datenschutzfragen, aus Unsicherheit und Fatalismus.

Sehr eingeschränkte Sicherheitsmaßnahmen; sehen andere Nutzer in der Pflicht, für mögliche Schäden zu haften.

Ich weiß, dass es klüger wäre, sicherer mit seinen Daten umzugehen, aber ich habe da keine Lust zu, was soll mir schon passieren.

- Anteil: 11 %
- Internet = natürlicher Bestandteil der Lebenswelt
- 93% sind täglich im Internet
- Intensives, zugleich sorgloses Partizipieren im Netz, große Begeisterung für Soziale Netzwerke

Fotos: Eugenio Marongiu/Isbrand Cosijn – Shutterstock

²¹Vgl. ebd. Seite 52 ff.

Unbekümmerte Hedonisten pflegen einen offenen Umgang mit ihren Daten, sie halten ihre persönlichen Dokumente und Informationen für deutlich weniger schützenswert als andere Milieus. Insbesondere bei den Finanzdaten wird dies deutlich: Während nur 54 Prozent der Unbekümmerten Hedonisten die IBAN bzw. 47 Prozent das Einkommen als schützenswert bewerten, sind es im Bevölkerungsdurchschnitt 73 bzw. 64 Prozent. Viele Befragte in diesem Internet-Milieu halten sogar keines ihrer Dokumente für schützenswert. Vertreter dieses Milieus sind vielfach der Ansicht, dass sie nichts zu verbergen hätten. Entsprechend ist ihnen auch das Briefgeheimnis weniger wichtig.

Im Milieuvvergleich sind den *Unbekümmerten Hedonisten* bei der privat-geschäftlichen Kommunikation eine örtliche und zeitliche Unabhängigkeit sowie geringe Kosten und Schnelligkeit in der Übermittlung wichtiger. Diese Kriterien bewerten sie sogar als genauso wichtig oder höher als Rechtsverbindlichkeit.

Unbekümmerte Hedonisten sehen generell weniger Risiken bzw. wissen nicht, was mögliche Konsequenzen dieser potenziellen Gefahren sein könnten. Sie wirken in ihrer Haltung „unverwundbarer“, fühlen sich seltener von negativen Erfahrungen betroffen, z.B. sehen den Computer seltener von Viren infiziert oder fühlen sich seltener getrackt. Allerdings fällt auf, dass sie überdurchschnittlich oft mit „Ist mir eventuell schon passiert, ich weiß es aber nicht“ antworten – sogar bei Schäden wie Computersperrung (24 Prozent), finanziellen Einbußen (28 Prozent), Belästigung durch Spam (29 Prozent), die allen anderen ziemlich bewusst sind (höchstens 10 Prozent Zustimmung im Durchschnitt).

In ihrem Sicherheitsverhalten sind *Unbekümmerte Hedonisten* konsequent: Wo keine Gefahren zu sehen sind, braucht man sich auch nicht zu schützen. Entsprechend unterrepräsentiert sind sie bei der Anwendung nahezu aller Sicherheitsmaßnahmen.

10. Fazit und Handlungsbedarf

Im Zuge des digitalen Wandels haben sich in den vergangenen jüngeren Jahrzehnten die Möglichkeiten, miteinander in Kontakt zu treten, Geschäfte zu machen, Verwaltungsvorgänge abzuschließen oder sich einfach nur zu verabreden, deutlich erweitert und sind auch aktuell in permanenter Veränderung begriffen. Die Menschen etablieren dabei immer wieder neue Routinen, über welche Kanäle sie mit wem kommunizieren.

Als Mitarbeiter eines Unternehmens befolgen sie dabei zumeist interne Regelungen oder übergeordnete Branchenstandards. Vermutlich haben sie sich die jeweiligen Gepflogenheiten im beruflichen Alltag angeeignet und sind entsprechend korrigiert worden, wenn eine Kommunikationsform nicht angemessen war (z.B. einen Geschäftspartner per WhatsApp zu kontaktieren, weil er auf eine Mail nicht geantwortet hat).

Im privaten Bereich – z.B. im Austausch mit Freunden und Familie – herrschen hingegen eher individuelle und implizite Regeln, d.h., jeder muss sich ein Stück weit auf sich selbst bzw. seine eigenen Kompetenzen und Sicherheitseinschätzungen oder schlicht das eigene Bauchgefühl verlassen. Es werden Gewohnheiten übernommen und etabliert, wie sie in der jeweiligen Lebenswelt üblich sind. Das soziale Umfeld gibt somit vor, „wie man was üblicherweise macht“, ob man z.B. einfach anruft, wenn man mit jemandem sprechen möchte, oder einen Anruf lieber vorher via Text-Message ankündigt.

Das Zentrum der vorliegenden Studie bildet ein „Grenzbereich“ von Kommunikation – privat-geschäftliche Kommunikation liegt zwischen den beiden oben beschriebenen Welten. Einerseits ist sie stärker individualisiert, weil keine Institution, keine Branche oder kein Arbeitgeber verbindlich definiert, nach welchen Sicherheitsmaßstäben generell kommuniziert werden soll. Ausnahmen bilden lediglich definierte konkrete Festlegungen, welche Dokumente beispielsweise per Brief zugestellt werden müssen. Andererseits betrifft dieser Bereich der Kommunikation häufig komplexe, vor allem aber sensible Vorgänge und Entscheidungsprozesse mit entsprechend weitreichenden Konsequenzen, wenn die Kommunikationsabläufe scheitern oder wichtige Daten und Informationen dabei in falsche Hände geraten.

Gerade in einem Kommunikationsbereich mit besonders hoher persönlicher Relevanz ist somit wichtig, dass bestimmte Grundregeln existieren und Menschen den jeweiligen Kommunikationsoptionen vertrauen. Gleichzeitig braucht es eine offene Einstellung der Menschen für mögliche Neuerungen, die langfristig sowohl Sicherheit als auch einfache Handhabung für privat-geschäftliche Angelegenheiten optimieren könnten.

Die Ergebnisse zeigen, dass trotz der Sensibilität der verhandelten Vorgänge bei den Menschen Unsicherheiten existieren, was jeweils der sicherste und/oder einfachste Weg ist – oder welche Möglichkeiten es überhaupt gibt. Zum einen sehen sie sich auch als Getriebene in einem Prozess, der ohnehin von den Institutionen vorgegeben wird („Die Bank hat mir Online-Banking vorgeschlagen und mir die Zugangsdaten geschickt“ oder „Ich hab die Nachricht erhalten, dass meine Abrechnungen ab jetzt im Kundenportal in meinem Postfach zu finden sind“). Zum anderen können sie nur vermuten, wie es um die Sicherheit neuer Online-Optionen in diesem Feld tatsächlich bestellt ist.

Die Studie identifiziert, welche Kommunikationswege im Privat-Geschäftlichen als vertraulich bzw. nicht vertraulich gelten. Die Befragten wissen allerdings nicht immer, ob sie mit ihrer Annahme überhaupt richtigliegen. Hier wäre hilfreich, für jeden Kanal oder Kommunikationsanlass in einem „Fakten-Check“ prüfen zu können, inwiefern diese wirklich vertrauenswürdig sind bzw. welche Fallen oder gängigen Missverständnisse es gibt. Das würde zu einer nachhaltigen Sensibilisierung für Kriterien für eine sichere und verlässliche Kommunikation im Internet beitragen.

Aus Perspektive der Befragten scheinen in diesem Bereich aktuell sowohl Aufklärung über mögliche Risiken als auch klare Standards im Umgang mit diesen Kanälen zu fehlen.

Bei der Umsetzung im Alltag zeigen die Menschen daher bislang entsprechend unterschiedliche Strategien, mit diesen Unklarheiten umzugehen:

Wer verunsichert oder weniger informiert ist, versucht bei etablierten Angeboten zu bleiben und so lange wie möglich die Online-Optionen zu umgehen. In den entsprechenden Bevölkerungsgruppen (vorwiegend internetferne Personen) muss Vertrauen in neue Kommunikationsformen überhaupt erst geschaffen und die prinzipielle Möglichkeit, bei bestehenden Wegen zu bleiben, erhalten werden.

Insbesondere jüngere Menschen zeigen einen großen Pragmatismus. Sie haben generell weniger (Sicherheits-)Bedenken, aber dafür höhere Convenience-Ansprüche: Es soll möglichst schnell und einfach gehen. Sicherheit ist nicht unwichtig, vielmehr ist das Vertrauen grundsätzlich vorhanden, dass Unternehmen oder Behörden verlässlich mit den Daten umgehen („Warum sollten die mir etwas Böses wollen?“). In den jüngeren Alterskohorten gelten etablierte Mittel der Online-Kommunikation, wie z.B. die E-Mail, bereits als Kommunikations-„Dinosaurier“, die einem Brief in puncto Seriosität in nichts nachstehen. Zudem sind Vorgänge, die Papier, zusätzliche Wege und Kosten beinhalten, für einen Teil dieser Altersgruppe eher ineffizient und in der heutigen Zeit unnötig. Hier gilt es, das vorhandene Vertrauen zu stärken und gerade Maßnahmen zu fördern, die hohen Sicherheitsstandards entsprechen und gleichzeitig Zeit und Kosten sparen.

Knapp die Hälfte der Bevölkerung macht sich wenig Sorgen bei der Online-Kommunikation, weil sie nicht davon ausgeht, dass die eigenen Daten für andere interessant sein könnten (insbesondere, aber nicht nur, gilt dies in der Lebenswelt der Unbekümmerten Hedonisten). Diese Gruppe ist für den Wert der eigenen Daten in einer zusehends digitalisierten Ökonomie zu sensibilisieren. Zudem finden sich bei diesen Menschen auch viele, für die das Thema Sicherheit insgesamt schlicht irrelevant ist. Aufgrund selten bewusst erlebter Konsequenzen oder ihrer geringen Bedeutsamkeit werden Risiken kaum thematisiert. Hier gilt es, diese Gruppe zu unterstützen, überhaupt ein Gespür für mögliche Gefahren zu entwickeln, das konkret am eigenen Bedarf und den eigenen Vorstellungen ansetzt.

Die ungebrochen hohe Bedeutung des direkten sprachlichen Austauschs ist ein weiterer Hinweis darauf, dass die zunehmende Bedeutung von Online-Kanälen für die Menschen nicht zu einer umfassenden „Verschriftlichung“ von Angelegenheiten führen darf. Sowohl die öffentlichen wie die kommerziellen Akteure in der privat-geschäftlichen Kommunikationskonstellation sollten berücksichtigen, dass es den Menschen wichtig ist, persönlichen Kontakt aufnehmen zu können, bzw. sie sich zum Teil gar nicht in der Lage sehen, entsprechende Vorgänge schriftlich zu bearbeiten. Hier sind entsprechende Servicekanäle einzurichten, die den sprachlichen Austausch – auch online (z.B. via Videotelefonie) – fördern, wobei allerdings gleichzeitig auch wieder Vertrauen in neue Kanäle geschaffen werden muss.

Sicherheit ist im Bereich privat-geschäftlicher Kommunikation als Kriterium zwar ein allgegenwärtiges Bedürfnis, es wird jedoch seitens der Nutzer nicht konsequent in entsprechend souveräne Maßnahmen übersetzt. Zum einen, weil Maßnahmen nicht als wirksam betrachtet werden, zum anderen, weil sie zu viel Aufwand bedeuten. Denn wirklich betroffen von Schäden/Belästigungen sieht sich nur eine Minderheit bzw. betrifft dies Bereiche, die kaum „schmerzen“ (z.B. Spam). Konkrete niedrigschwellige Hinweise auf Schutzmaßnahmen (was hilft und was nicht?) wären für viele Menschen von großer Bedeutung.

Es ist plausibel, dass sich aus den vorgenannten Gründen ein Graben zwischen Einstellung und Verhalten befindet: Sicherheit ist das Ideal, Convenience aber der konkrete Bedarf im eng getakteten Alltag. Da die Mehrheit der Menschen in Deutschland mit Blick auf privat-geschäftliche

Kommunikation sowohl Sicherheit als auch Convenience fordert, müssen dabei folgende Dinge berücksichtigt werden:

1. Sichere Angebote werden vor allem dann genutzt werden, wenn sie auch leicht handhabbar sind.
2. Schutzmaßnahmen werden vor allem dann getroffen, wenn ihre Nutzung nachvollziehbar mehr Sicherheit verspricht.

Gerade wenn sich der Alltag – vor allem auch im Bereich privat-geschäftlicher Angelegenheiten – immer mehr digitalisiert, braucht es klare Grundregeln, damit die Menschen Vertrauen in neue, digitale Möglichkeiten entwickeln können. Sie brauchen Sicherheit, um Neues überhaupt ausprobieren zu wollen. Es bedeutet auch, sie über mögliche Risiken, deren Konsequenzen ihnen aktuell noch kaum bewusst sind, in Kenntnis zu setzen, bevor diese eintreten.

Wer diese Vermittlungsaufgabe übernehmen will und kann, ist noch fraglich. Die Menschen sehen hier den Staat in hohem Maße in der Verantwortung. Dabei geht es ihnen weniger darum, sich selbst nicht zuständig zu sehen, denn die Ergebnisse zeigen, dass sich die Befragten auch selbst als mitverantwortlich sehen. Sie brauchen jedoch Unterstützung bei der Einschätzung von Risiken und entsprechenden Möglichkeiten, diesen sicher begegnen zu können. Aktuell wird die Erfüllung dieser Aufgabe vom Staat zwar gefordert, aber sie wird ihm nicht zugetraut. Dieses auch in anderen Studien festgestellte Grunddilemma²² erfordert unbedingt eine souveräne Auflösung, um das grundsätzliche Vertrauen darin zu stärken, dass der Staat nachhaltige Lösungen für die künftige digitalisierte Gesellschaft entwickelt, umsetzt und kompetent begleitet.

²² Dies zeigen auch andere Studien unisono, z.B. DIVSI (2017): Digitalisierung – Deutsche fordern mehr Sicherheit. Was bedeutet das für Vertrauen und für Kommunikation? Eine repräsentative Bevölkerungsbefragung des Instituts für Markt- und Politikforschung (dimap) im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Seite 6 sowie Seite 12 ff. Online: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2017/08/DIVSI-Studie_Digitalisierung_Deutsche-fordern-mehr-Sicherheit_2017-08.pdf oder DIVSI (2016): „DIVSI Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung“. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Seite 86 f. Online: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf>

11. Literatur

Brühl, Jannis (2017): Der Mann, der schuld ist am Passwort-Wahnsinn, bereut sein Werk. Süddeutsche Zeitung/SZde, 10. 8.2017. Online: <http://www.sueddeutsche.de/digital/it-sicherheit-der-mann-der-schuld-ist-am-passwort-wahnsinn-bereut-sein-werk-1.3623586> (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

Die Bundesregierung (2017): Digitale Verwaltung 2020. Die digitale Verwaltung voranbringen. Online: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2017/05/2017-05-17-evaluierung-regprogramm-dig-verw-2020.html> (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

Chiasson, Sonia & van Oorschot, Paul C. (2015): Quantifying the Security Advantage of Password Expiration Policies. School of Computer Science, Carleton University, Ottawa, Canada. Online: <http://people.scs.carleton.ca/~paulv/papers/expiration-authorcopy.pdf> (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

DIVSI (2017): Digitalisierung – Deutsche fordern mehr Sicherheit. Was bedeutet das für Vertrauen und für Kommunikation? Eine repräsentative Bevölkerungsbefragung des Instituts für Markt- und Politikforschung (dimap) im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg. Online: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2017/08/DIVSI-Studie_Digitalisierung_Deutsche-fordern-mehr-Sicherheit_2017-08.pdf (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

DIVSI (2016): DIVSI Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg. Online: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/06/DIVSI-Internet-Milieus-2016.pdf> (Letzter Zugriff 30.11.2017)

DIVSI (2014): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg. Online: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf> (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

DIVSI (2013): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Aktualisierung 2013. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg. Online: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2013/12/DIVSI_Milieu-Studie_Aktualisierung_2013.pdf (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

DIVSI (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI), Hamburg. Online: https://www.divsi.de/sites/default/files/presse/docs/DIVSI-Milieu-Studie_Gesamtfassung.pdf (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

Herfert, Michael & Weidner, Michael (2013): Trend- und Strategiebericht: Privatsphärenschutz und Vertraulichkeit im Internet. Hrsg. Michael Waidner, SIT Technical Reports, Darmstadt. Online: https://www.sit.fraunhofer.de/fileadmin/dokumente/studien_und_technical_reports/TuS-Bericht_Privacy.pdf (Letzter Zugriff 30.11.2017)

Ipsos Global Trends (2017): Fragmentation, Cohesion & Uncertainty.

Online: <http://assets.ipsos-mori.com/gts/ipsos-gts-report.pdf> (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

Mertin, Maximilian (2017): Tracking rechtswidrig, wenn sich E-Privacy-Verordnung verspätet?

Online: <https://www.datenschutzbeauftragter-info.de/tracking-rechtswidrig-wenn-sich-die-e-privacy-verordnung-verspaetet/> (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

MindTake Research (2017): E-Mail für dich – Insights zur privaten Kommunikation im DACH-Raum.

Online: https://www.united-internet-media.de/fileadmin/uim/media/home/downloadcenter/studien/UIM_Research_E-Mail-fuer-Dich_Gesamt.pdf (Letzter Zugriff 30.11.2017)

re:publik Institut für Zukunftspolitik (2011): Vertraulichkeit und Transparenz 2.0 –

Herausforderungen und Hindernisse in der elektronischen Kommunikation in Staat und

Bürgergesellschaft. Online: http://www.zukunftspolitik.de/fileadmin/user_upload/zukunftspapier_no4.pdf (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

Schallaböck, Jan (2016): Webanalyse-Werkzeuge und Datenschutz. Online: <https://irights.info/artikel/piwik-google-analytics-datenschutz-einstellungen/27264> (Letzter Zugriff: 30.10.2017)

Schallaböck, Jan (2014): Was ist und wie funktioniert Webtracking? Online: <https://irights.info/artikel/was-ist-und-wie-funktioniert-webtracking/23386> (Letzter Zugriff 30.11.2017)

Spielkamp, Matthias & Pachali, David (2015): Meine Daten gehören mir! Warum Datensicherheit

wichtig ist und wie man sie erreichen kann. Online: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/datenschutz/203238/meine-daten-gehoren-mir> (Letzter Zugriff: 30.11.2017)

Zhang, Yinqian; Monrose, Fabian & Reiter, Michael K. (2010): The Security of Modern Password

Expiration: An Algorithmic Framework and Empirical Analysis. University of North Carolina at

Chapel Hill. Online: <https://www.cs.unc.edu/~reiter/papers/2010/CCS.pdf>

(Letzter Zugriff: 30.11.2017)

DIVSI Studien im Überblick



Vertrauen in Kommunikation im digitalen Zeitalter (2017)

Digitale Kommunikation gehört zu unserem Alltag. Persönliche Informationen und sensible Daten werden ausgetauscht. Aber müssen dabei Sicherheit und Nutzerfreundlichkeit in einem Spannungsverhältnis stehen? Welche rechtlichen, technischen und organisatorischen Antworten sollten für eine künftige sichere digitale Kommunikation gefunden werden, auf die die Menschen vertrauen können?



Digitalisierung – Deutsche fordern mehr Sicherheit (2017)

Die Deutschen stehen der Digitalisierung positiv gegenüber und sehen darin viele Vorteile für sich. Beim Thema Sicherheit im Internet erwarten sie allerdings mehr Engagement – vom Staat und von Unternehmen. Was bedeutet das für Vertrauen und für Kommunikation? Und wie sieht es mit der Eigenverantwortung der Nutzer aus? Die vom Meinungsforschungsinstitut dimap realisierte Umfrage ermittelt auffallende Paradoxien zwischen Verantwortung und Vertrauen.



DIVSI Ü60-Studie: Die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen in Deutschland (2016)

Silver Surfer, Best Ager, 60+ – die Altersgruppe der über 60-Jährigen wird zunehmend wichtiger für Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, denn sie macht jetzt schon etwa 30 Prozent der deutschen Bevölkerung aus – Tendenz steigend. Die Studie liefert erstmals differenzierte, anschauliche und umsetzungsorientierte Erkenntnisse über die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen und räumt dabei auch mit einigen Vorurteilen auf.



DIVSI Studie „Digitale urbane Mobilität“ (2016)

Die Digitalisierung hat die Mobilitätsdebatte vollends erfasst. Aber wie weit entwickelt sind datengeleitete Verkehrssysteme sowie eine sichere und ressourcenschonende Mobilitätskultur wirklich? Wie sind Schutz der Privatsphäre und Nutzung eines digitalen Assistenzsystems im Auto zu vereinbaren? Insbesondere vor dem Hintergrund der Machbarkeit analysiert und hinterfragt diese Studie eine Vielzahl von Diskussionen und Aktivitäten aus Europa und den USA.



DIVSI Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung (2016)

Wie beeinflusst der digitale Wandel das Leben der Menschen in Deutschland? Wie hat sich ihr Online-Verhalten in den letzten Jahren verändert? Welchen Stellenwert haben Internet und Smartphone im Lebensalltag? Wie denken die Menschen in der Nach-Snowden-Ära über Datensicherheit? Die repräsentative Studie bietet einen vertieften Blick in die aktuellen Lebenswelten unserer digitalen Gesellschaft.



Big Data (2016)

Zugespielt auf die Themen „Smart Health“ und „Smart Mobility“ fasst der Bericht Erkenntnisse aus vielen Expertenrunden des DIVSI Forschungsprojekts „Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex?“ zusammen. Er liefert Argumente für eine gesellschaftliche Debatte und wägt dabei Chancen und Risiken ab.



Das Recht auf Vergessenwerden (2015)

Die Entscheidung des EuGH zum „Recht auf Vergessenwerden“ lässt gleichwohl Fragen unbeantwortet, die im Spannungsfeld zwischen Persönlichkeitsrechten, Datenschutz und dem Recht auf Meinungs- und Pressefreiheit liegen. Dieser komplexen Problematik widmet sich diese Publikation und formuliert schließlich konkrete Empfehlungen für einen „Löschen-Kodex“.



DIVSI Studie Beteiligung im Internet – Wer beteiligt sich wie? (2015)

Was ist Beteiligung im Internet eigentlich genau? Wie und weshalb bringen Internetnutzer sich ein? Die zweite Studie im Rahmen des DIVSI Forschungsprogramms „Beteiligung im Netz“ untersucht Formen, Vorteile und Hürden der Beteiligung im Internet aus Sicht der DIVSI Internet-Milieus. In der qualitativen Untersuchung kommen dabei die Internetnutzer selbst zu Wort.



DIVSI U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt (2015)

Wann und wie kommen Kinder mit digitalen Medien und dem Internet in Berührung? Wer begleitet sie auf ihrem Weg in diese Welt? Welche Bedeutung messen Eltern, Erzieher und Lehrer dem Internet für die Zukunft der Kinder bei? Welche Chancen und Risiken werden dabei wahrgenommen, wer trägt die Verantwortung? Die DIVSI U9-Studie hat Kinder zwischen 3 und 8 Jahren in den Blick genommen und lässt sie auch selbst zu Wort kommen.



DIVSI Studie – Daten: Ware und Währung (2014)

In einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung untersucht DIVSI das Online-Nutzungs- und -Konsumverhalten in Deutschland. Im Fokus stehen Einstellungen der Internetnutzer zu Themen der Datensicherheit sowie Weiterverwendung von persönlichen Daten.



DIVSI Studie – Wissenswertes über den Umgang mit Smartphones (2014)

Über Smartphones sind Menschen heute nahezu ununterbrochen über das Internet miteinander verbunden. Mit steigendem Nutzungsumfang fällt dabei eine Vielzahl von Daten an. Unter der Leitfrage „Was geschieht mit meinen Daten?“ war es Ziel der Studie, das Bewusstsein des einzelnen Nutzers dafür zu stärken, welche Daten auf dem Smartphone sein können, wie sie es verlassen und welche Möglichkeiten der Einsichtnahme und Einflussnahme Nutzer bei unterschiedlichen mobilen Betriebssystemen haben.



Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex? (2014)

Mit dem Projekt „Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex?“ lotet DIVSI aus, ob ein Digitaler Kodex ein geeignetes Mittel ist, verbindliche Regeln im Internet auszuhandeln und durchzusetzen. Der Projektbericht steuert nicht nur zu diesem Gedanken Anregungen bei. Er bietet darüber hinaus generelle Anstöße, über die nachzudenken sicherlich lohnt.

[weitere Studien](#) 



DIVSI Studie zu Bereichen und Formen der Beteiligung im Internet (2014)

Das DIVSI-Forschungsprogramm „Beteiligung im Netz“ leistet auf einer breiten theoretischen und empirischen Basis einen Beitrag zum öffentlichen Verständnis der Beteiligungschancen des Internets – und ihrer Voraussetzungen. Die Studie präsentiert einen ersten Schritt in diesem Vorhaben und verschafft einen Überblick über den heutigen Stand der Forschung.



DIVSI U25-Studie (2014)

Die DIVSI U25-Studie liefert erstmals fundierte Antworten auf Fragen, die das Verhalten der nachwachsenden Generation im Hinblick auf das Netz betreffen. Über die Nutzungsformen hinaus werden auch die Denk- und Handlungslogiken sowie der lebensweltliche Hintergrund untersucht.



DIVSI Studie zu Freiheit versus Regulierung im Internet (2013)

Wie sicher fühlen sich die Deutschen im Internet? Wie viel Freiheit und Selbstbestimmung wollen sie? Nach wie viel Regulierung wird verlangt? Die Studie zeigt ein detailliertes Bild des Nutzungsverhaltens der Deutschen im Internet und ihrer Wahrnehmung von Chancen und Risiken.



Entscheider-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2013)

Wie denken Entscheider über das Internet? Welchen Akteuren schreiben sie welche Verantwortung und welche Einflussmöglichkeiten zu? Was sagen sie zu Sicherheits- und Freiheitsbedürfnissen? Die Studie verdeutlicht erstmals, wie diejenigen über das Internet denken, die wesentlich die Spielregeln gestalten und Meinungsbilder prägen.



Meinungsführer-Studie „Wer gestaltet das Internet?“ (2012)

Wie gut kennen sich Meinungsführer im Netz aus? Wie schätzen sie ihre Einflussmöglichkeiten ein? Welche Chancen, Konfliktfelder und Risiken erwachsen daraus? In persönlichen Gesprächen wurden führende Repräsentanten aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung, Wissenschaft und Verbänden interviewt.



Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2012) + Aktualisierung (2013)

Die Milieu-Studie differenziert erstmals unterschiedliche Zugangsweisen zum Thema Sicherheit und Datenschutz im Internet in Deutschland, basierend auf einer bevölkerungsrepräsentativen Typologie.



Unter www.divsi.de stehen die Studien kostenlos zum Download zur Verfügung.

