

Steigendes Sicherheitsbedürfnis auch im Internet

AIM-Consumer: Das generell gestiegene Sicherheitsbedürfnis macht auch vor der Internetnutzung nicht Halt

Zahlreiche Studienergebnisse zeigen: Das Bedürfnis nach Sicherheit ist in der österreichischen Gesellschaft gestiegen. Dieser Trend macht auch vor der digitalen Welt nicht halt: Waren in der digitalen Welt bislang primär Freiheit und Flexibilität die prägenden Grundbedürfnisse, gewinnt nun das gestiegene Sicherheitsbedürfnis an Bedeutung. INTEGRAL hat die Internetnutzer dazu telefonisch befragt. Der Austrian Internet Monitor hat die Details.

Sicherheitsvorkehrungen: Cookies erreichen mehr Aufmerksamkeit

Über 80% der Internetnutzer treffen Sicherheitsvorkehrungen. Dabei ist die Aufmerksamkeit für Cookies gegenüber dem Vorjahr leicht angestiegen. Das Löschen bzw. Ablehnen von Cookies steigt und liegt aktuell bei 60%. Die Nutzung von Viren- und Spywareprogrammen ist zwar nach wie vor die am meisten genutzte Sicherheitsmaßnahme, ist aber auf aktuell 76% zurückgegangen. Das ist auf den kontinuierlichen Anstieg der mobilen Nutzung zurückzuführen. Die Vorreiter bei digitalen Entwicklungen, die Zielgruppe der Digitalen Individualisten, treffen überdurchschnittlich oft Sicherheitsvorkehrungen. Vor allem die Anwendung von AdBlockern liegt deutlich über dem Bevölkerungsschnitt.

Generelles Vertrauen in Datensicherheit großer Marken sinkt

Im Zusammenhang mit Datensicherheit im Internet geht das Vertrauen in große Marken zurück. Aktuell sind 37% der Ansicht, dass bekannte Marken mit Daten im Internet sorgfältig umgehen, vor einem Jahr waren dies noch 43%. Bei der Bewertung konkreter Anbieter ist ebenfalls ein Abwärtstrend zu erkennen. Vertrauten noch 2016 81% der Internetnutzer zumindest einer konkreten großen Marke, so sind dies aktuell nur mehr 76%. Amazon wird dabei am meisten Vertrauen geschenkt, Facebook und Instagram am wenigsten.

Parallel wünscht man sich mehr Kontrolle durch den Staat (87% vs. 83% im Jahr 2016, die Top Box steigt sogar um 10 Prozentpunkte an).

Digitale Individualisten zeigen sich gegenüber allen abgefragten Marken, also auch u.a. Facebook, vertrauenssüchtiger und lehnen auch staatliche Kontrolle stärker ab. „Das liegt nicht zuletzt daran, dass sie sich gut in der Lage fühlen, Sicherheitsrisiken selbst einzuschätzen, und auch gerne selbst die Kontrolle behalten möchten“, so Martin Mayr, Mitglied der Geschäftsleitung bei INTEGRAL.

Trend zu anonymen Fotos

Lädt man Fotos im Internet hoch, so werden dafür nach wie vor Abbildungen von Gegenständen gegenüber Personen bevorzugt. Bei Menschenbildern - selbst wenn es sich um Personengruppen handelt - ist man zurückhaltender geworden. Insgesamt laden nach wie vor 64% Bilder anderer Personen hoch, um vier Prozentpunkte weniger als 2016. Dies gilt auch für Bilder von eigenen und fremden Kindern. Einen Anstieg von 35% auf 41% verzeichnen dagegen Fotos, auf denen Gesichter nicht zu erkennen sind. Die Trend-Zielgruppe agiert deutlich freizügiger, besonders bei Gruppenfotos. Die einzige Ausnahme sind Kinderfotos.

Der INTEGRAL AIM-Consumer wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung mittels telefonischer Interviews (n=1.000 pro Quartal), repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, durchgeführt. Darüber hinaus liefern vertiefende Online-Befragungen Einblicke in Schwerpunkte der Nutzung neuer Medien. INTEGRAL ist Spezialist im Bereich der Internet- und Onlineforschung und liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über die Nutzung und Entwicklungsperspektiven des Internets und anderer neuer Kommunikationstechnologien. Damit verfügt INTEGRAL über eine mehr als 20-jährige Forschungserfahrung im Bereich Internet.

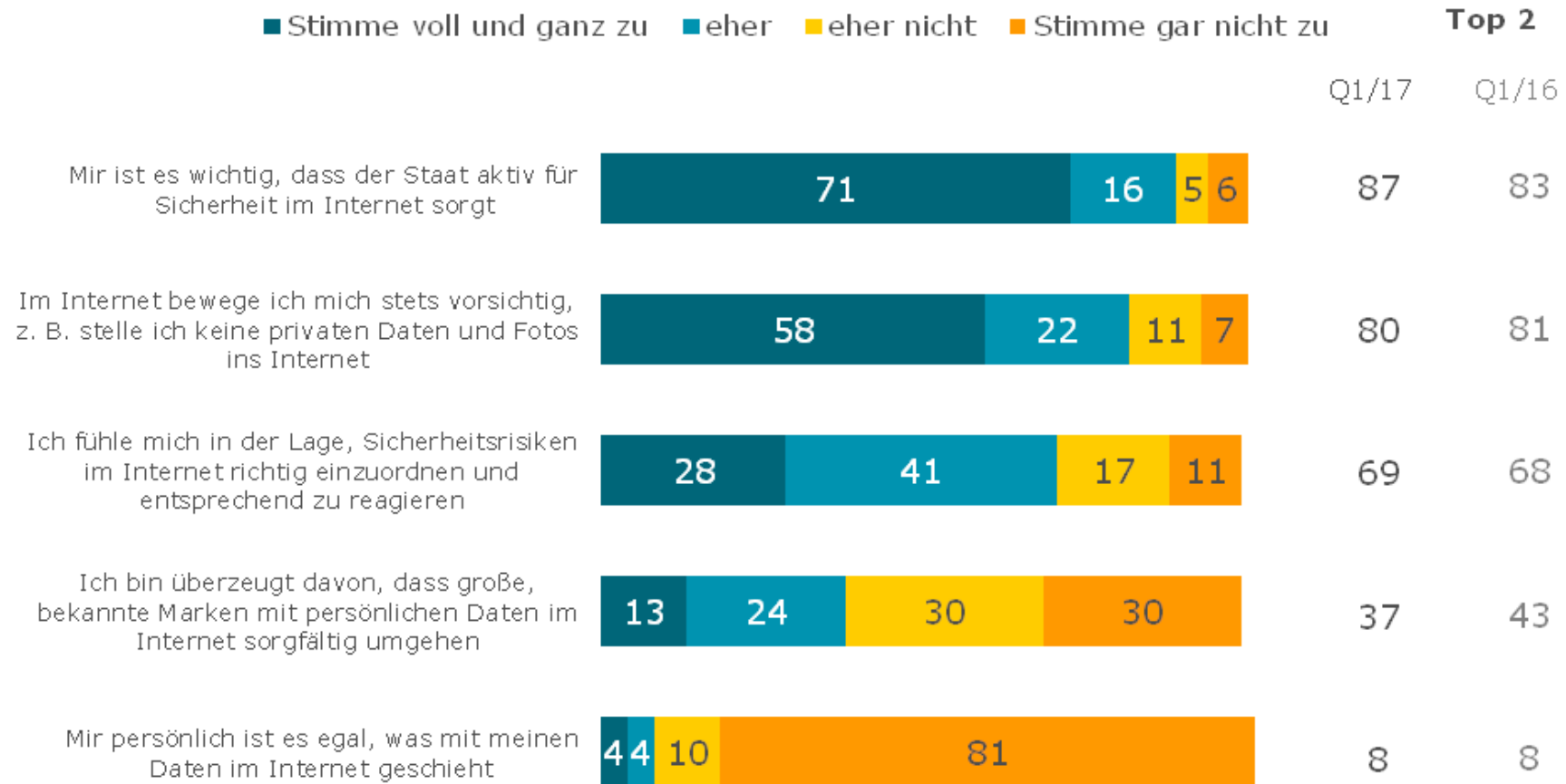
Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu-Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Mag. Martin Mayr und Mag. Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung, zur Verfügung.

www.integral.co.at, [Anfragen an fragen@integral.co.at](mailto:anfragen@integral.co.at), Tel.Nr.:+43-(0)1-799 19 94

Einstellung ggü. Datensicherheit im Internet



Frage 48: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: Internetnutzer (Zufallsauswahl)