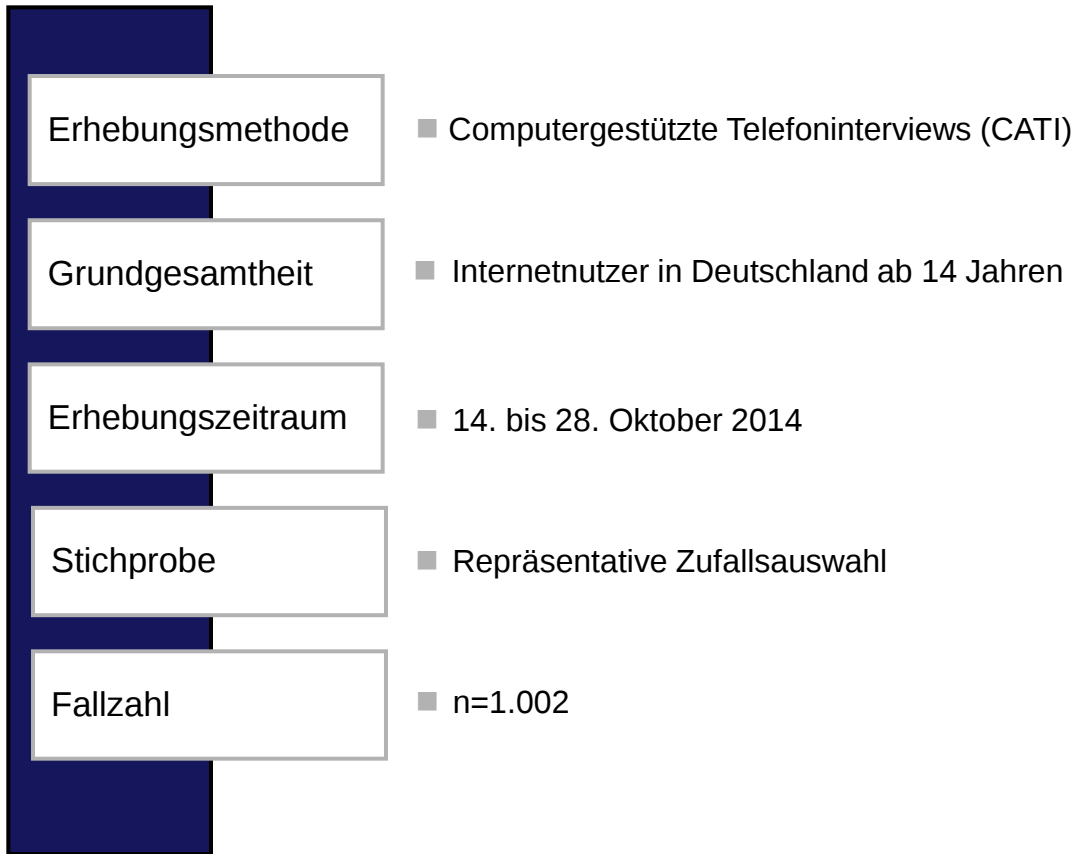


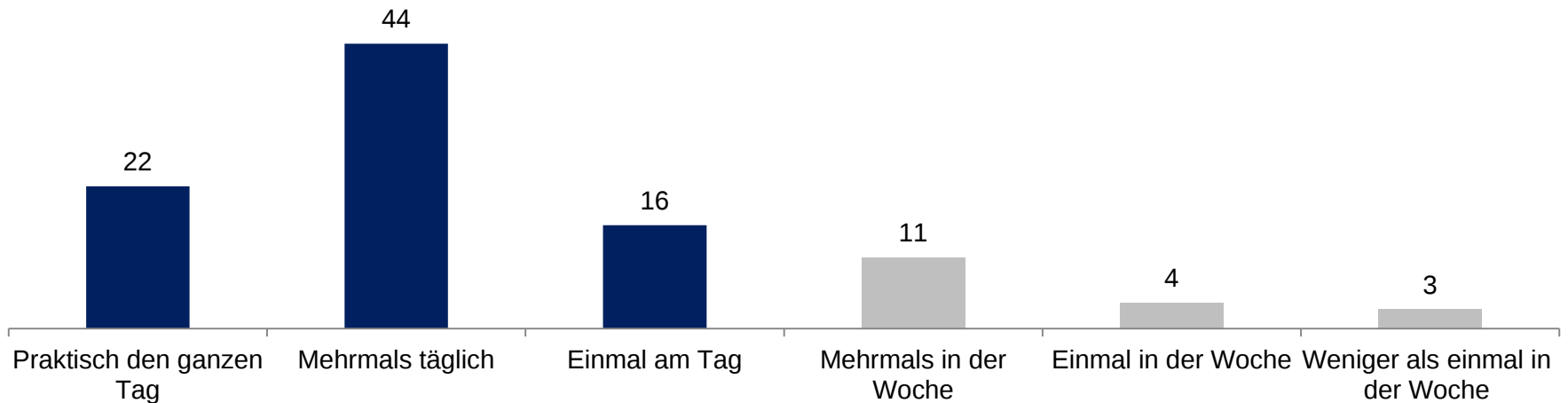
Untersuchung zum Thema „Daten als Währung, Daten als Ware“

Bonn/Berlin, Oktober 2014

Untersuchungsanlage



Wie oft sind Sie online?

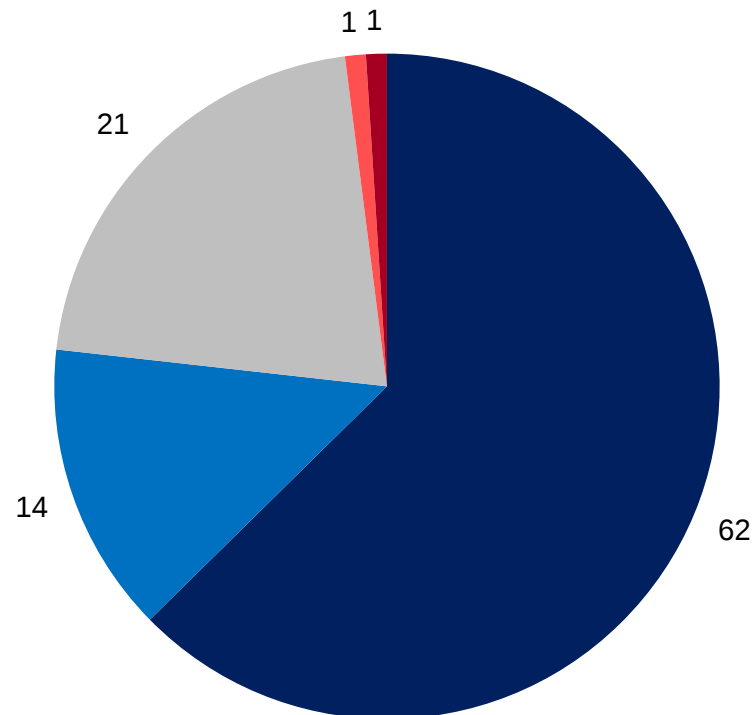


Quelle: Bundesweite dimap-Erhebung, Erhebungszeitraum 14. bis 28.10.2014

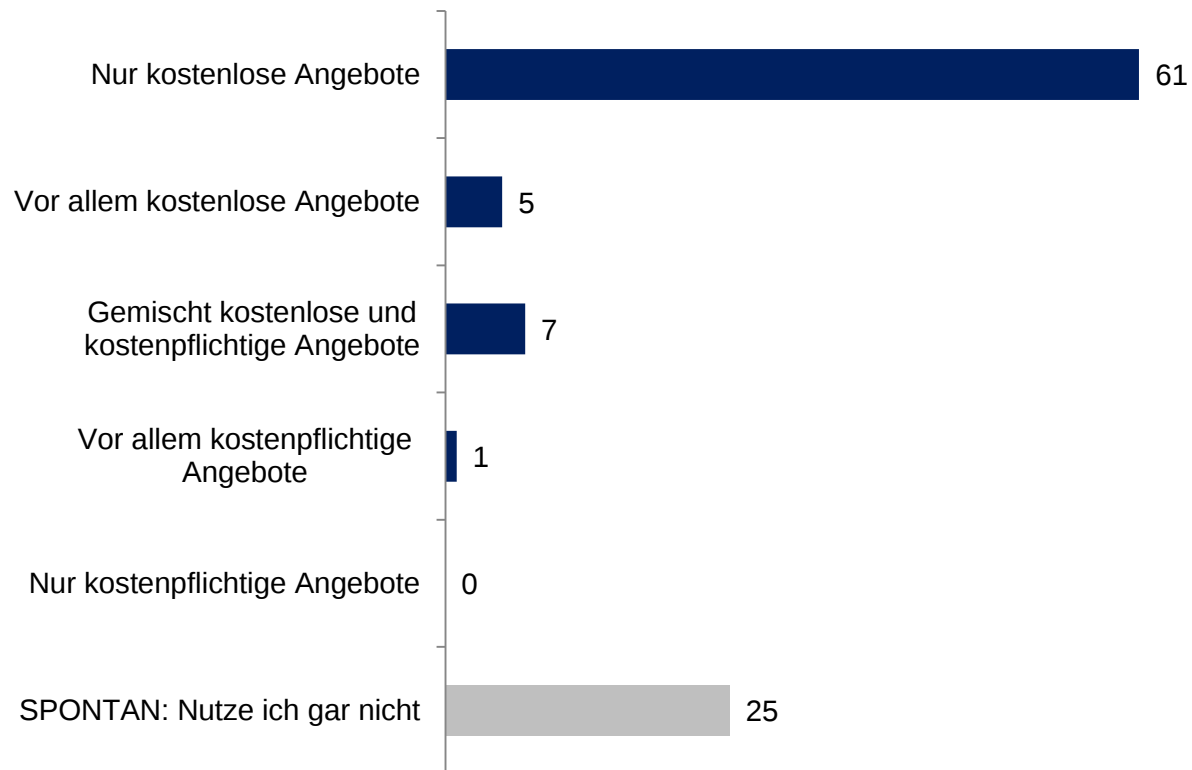
Angaben in Prozent.
Fehlende Werte zu 100%: Weiß
nicht/Keine Angaben.

Wenn Sie im Internet an die unterschiedlichen Angebote denken, wie würden Sie Ihr Nutzungsverhalten beschreiben: Nutzen Sie...?

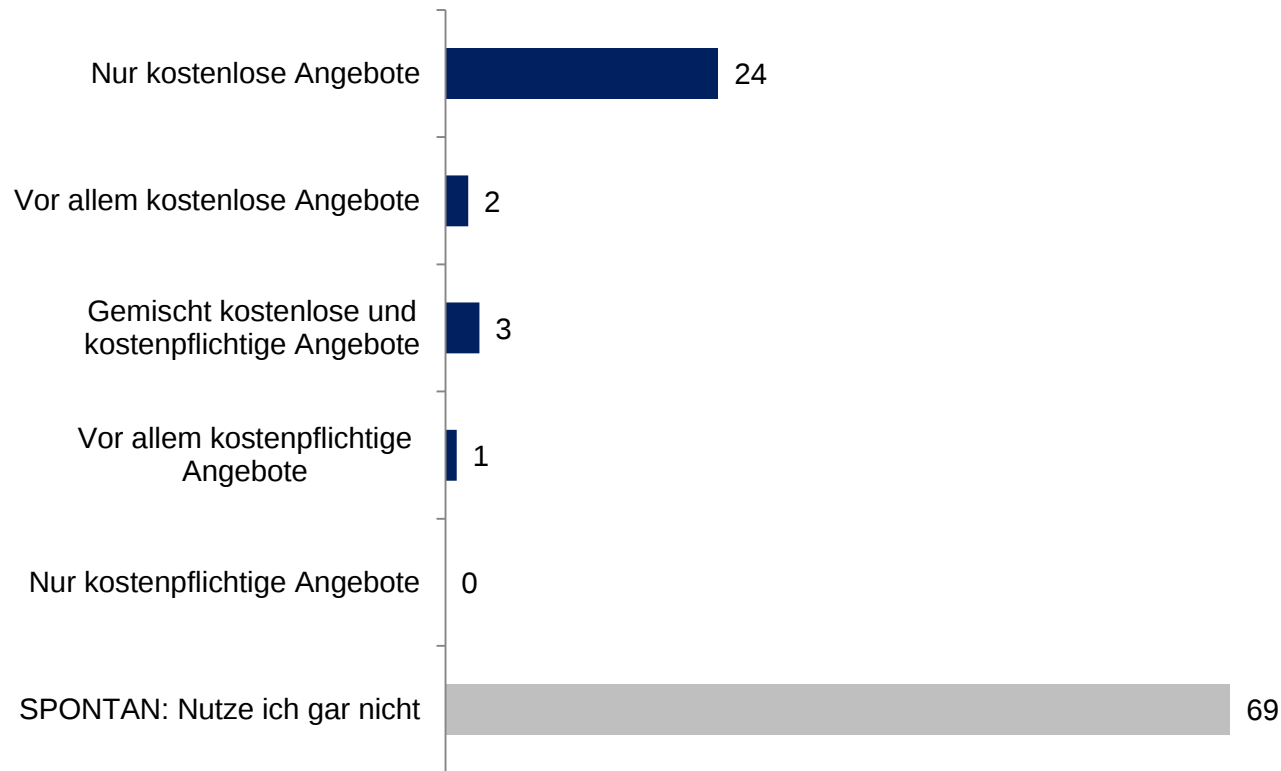
- Nur kostenlose Angebote
- Vor allem kostenlose Angebote
- Gemischt kostenlose und kostenpflichtige Angebote
- Vor allem kostenpflichtige Angebote
- Nur kostenpflichtige Angebote



Und wie ist das bei Nachrichtenportalen und Portalen von Zeitungen: Nutzen Sie hier...?

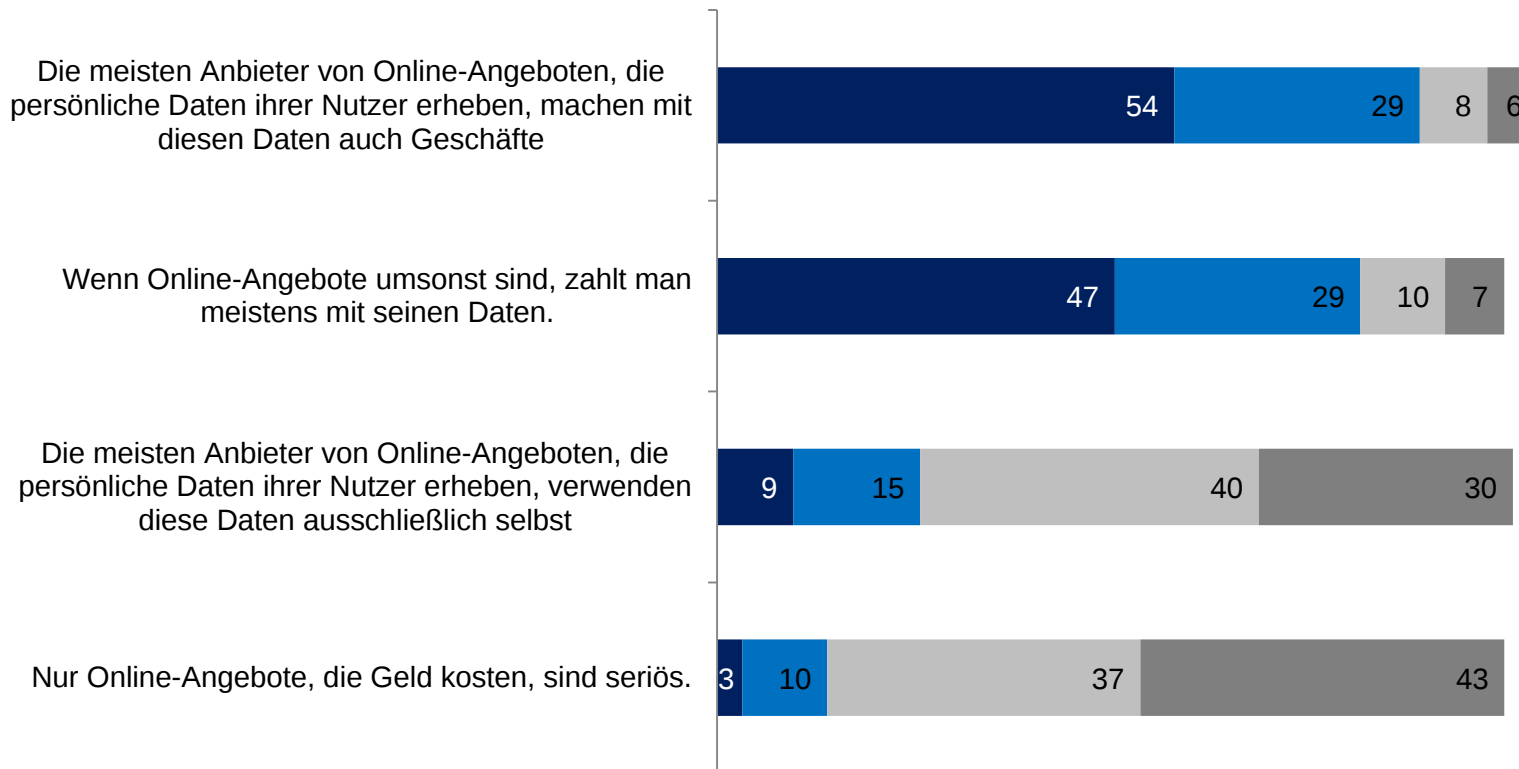


Und wie ist das bei Online-Spielen: Nutzen Sie hier...?

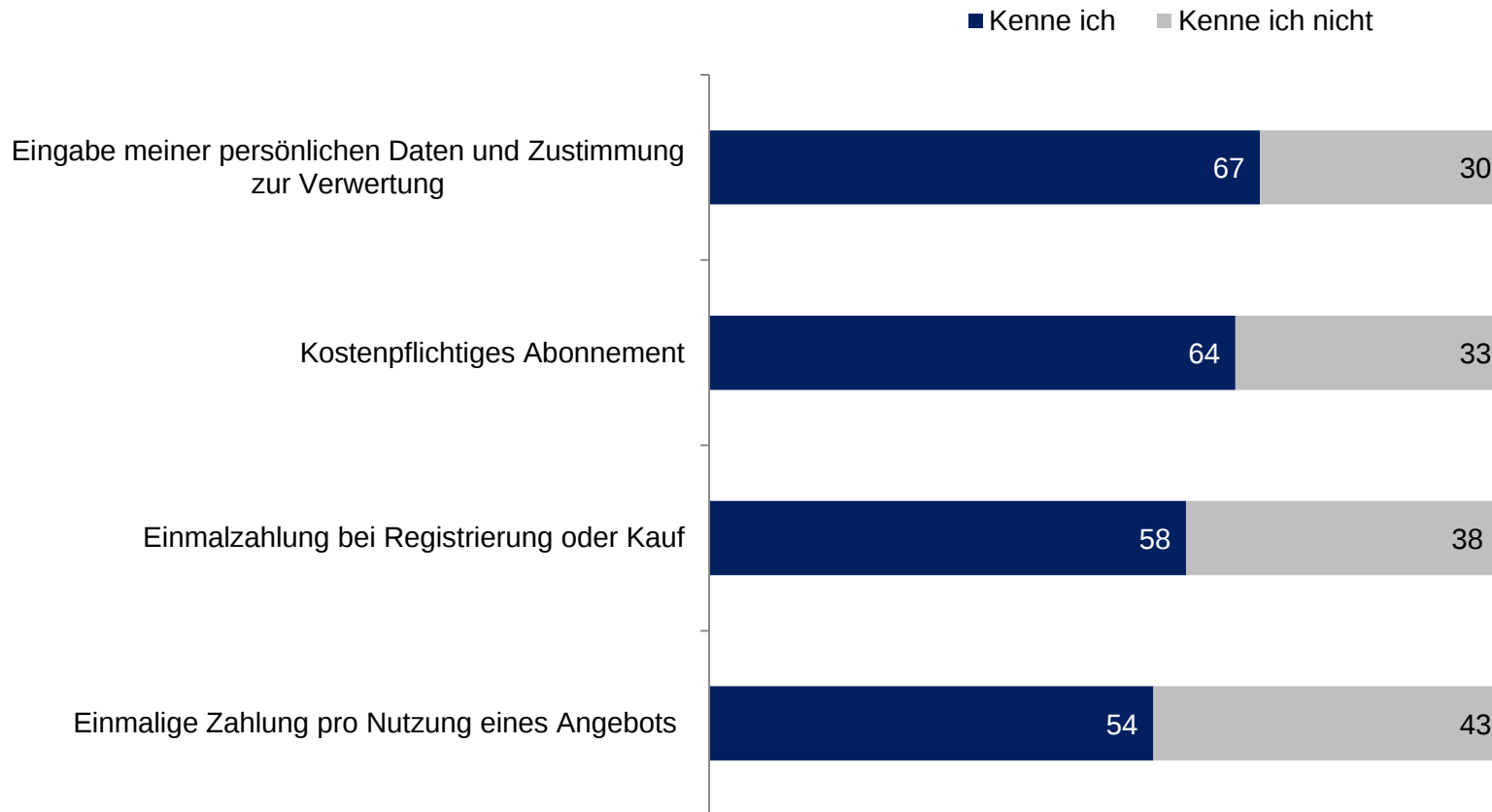


Stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Online-Angeboten voll zu, stimmen Sie eher zu, stimmen Sie eher nicht zu oder stimmen Sie gar nicht zu:

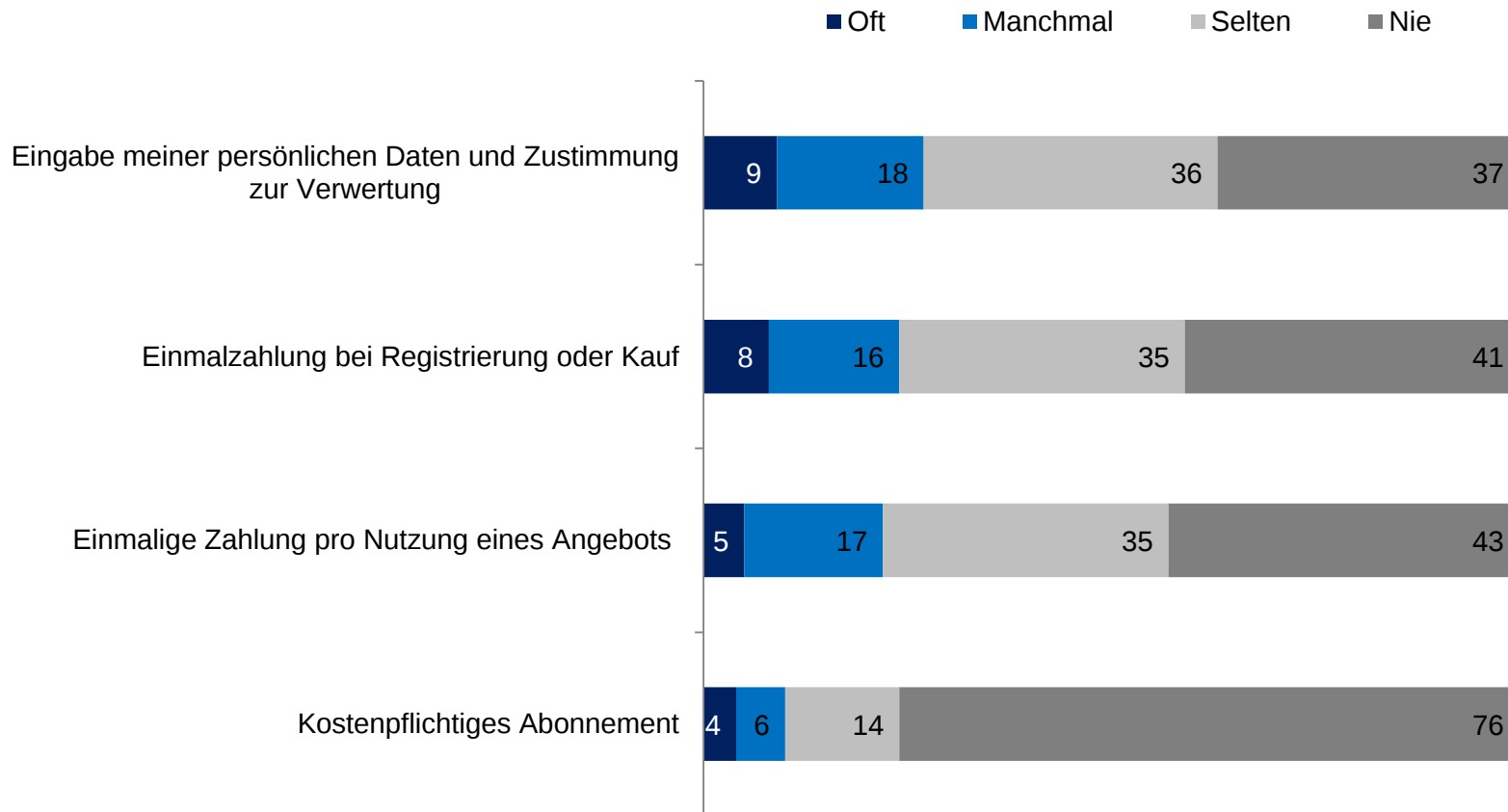
■ Stimme voll zu ■ Stimme eher zu ■ Stimme eher nicht zu ■ Stimmen gar nicht zu



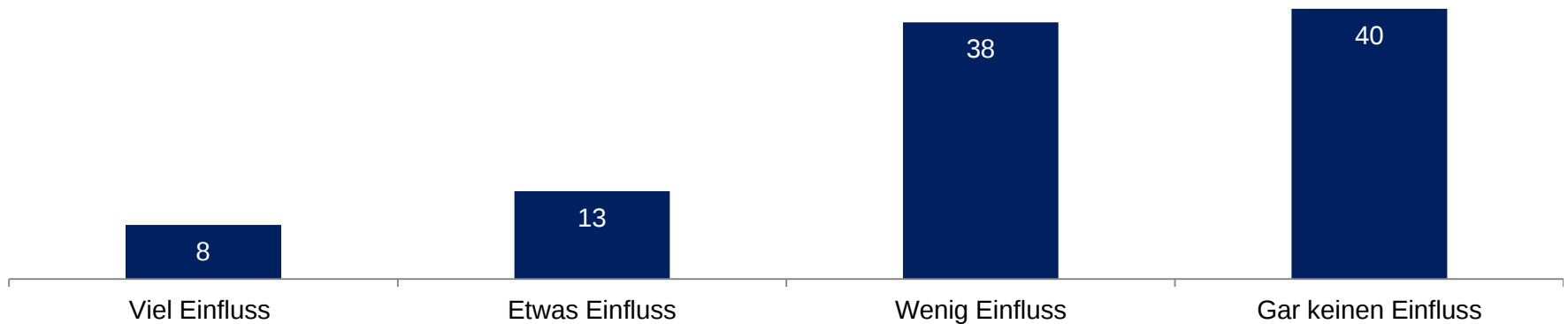
Welche Formen des Bezahlens für Internetangebote kennen Sie?



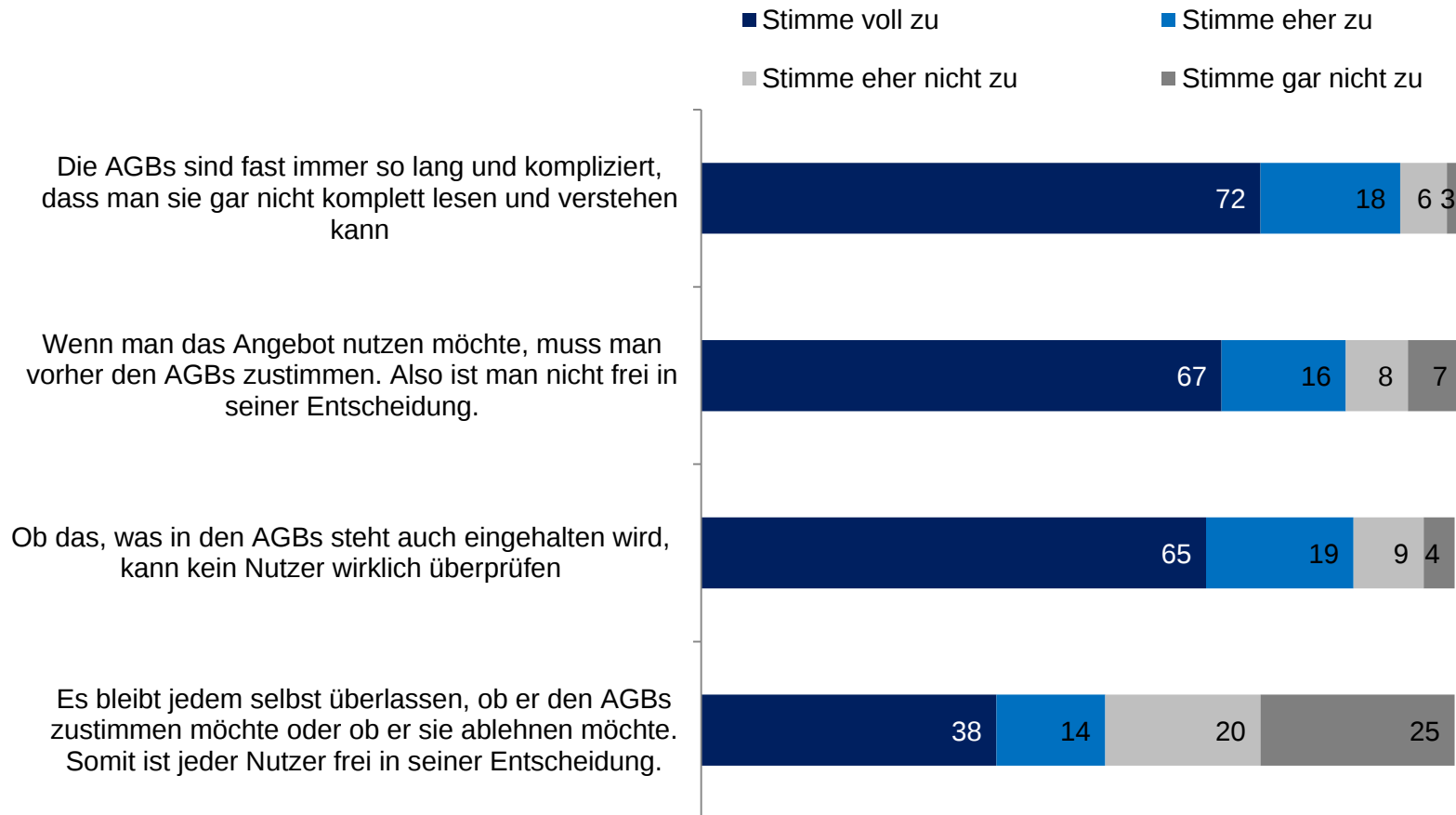
Welche Formen des Bezahlens für Internetangebote haben Sie schon einmal genutzt?



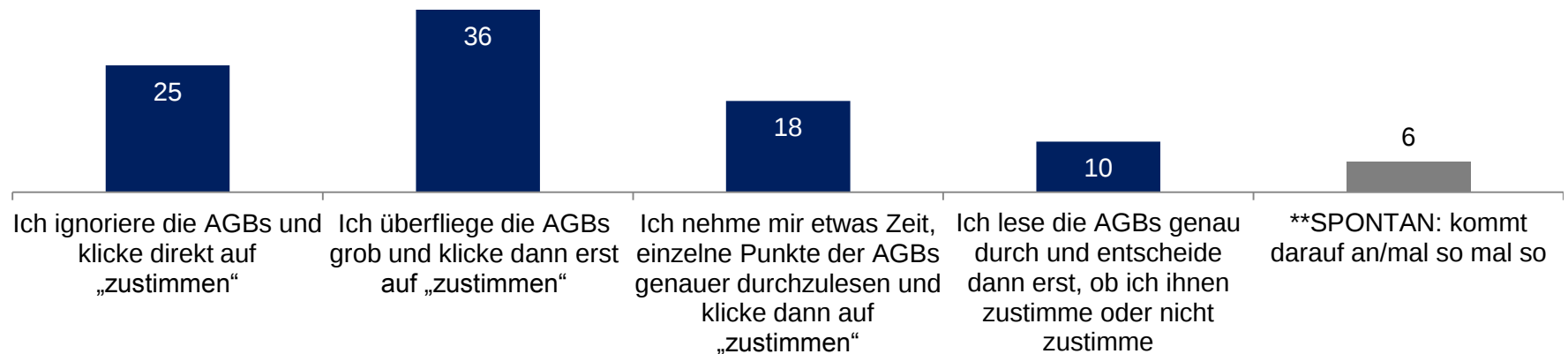
Was glauben Sie, wieviel Einfluss hat jeder Internetnutzer darauf, was mit seinen Daten im Internet passiert? Hat jeder Nutzer...



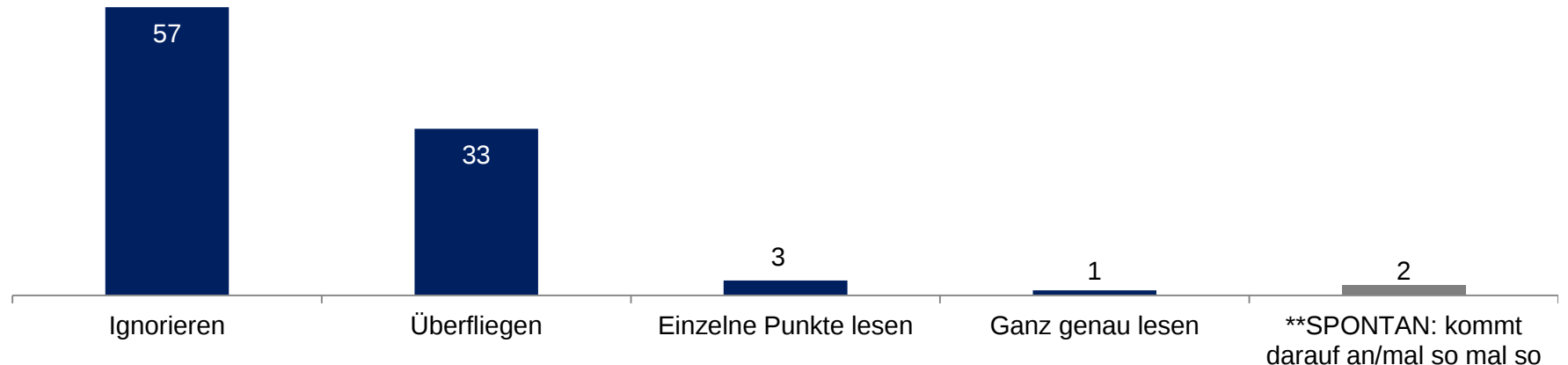
Sagen Sie mir bitte, ob Sie den folgenden Aussagen zu AGBs im Internet voll zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder gar nicht zustimmen.



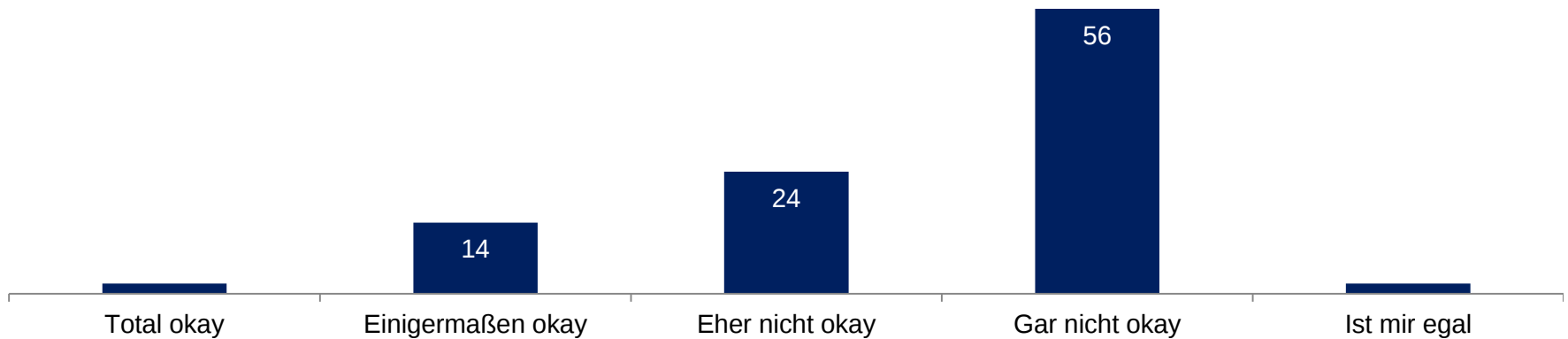
Und wie gehen Sie persönlich in der Regel mit den AGBs um?



Und glauben Sie, dass die meisten Internetnutzer die AGBs ignorieren, grob überfliegen, sich etwas Zeit nehmen, um einzelne Punkte der AGBs zu lesen oder die AGBs ganz genau lesen.

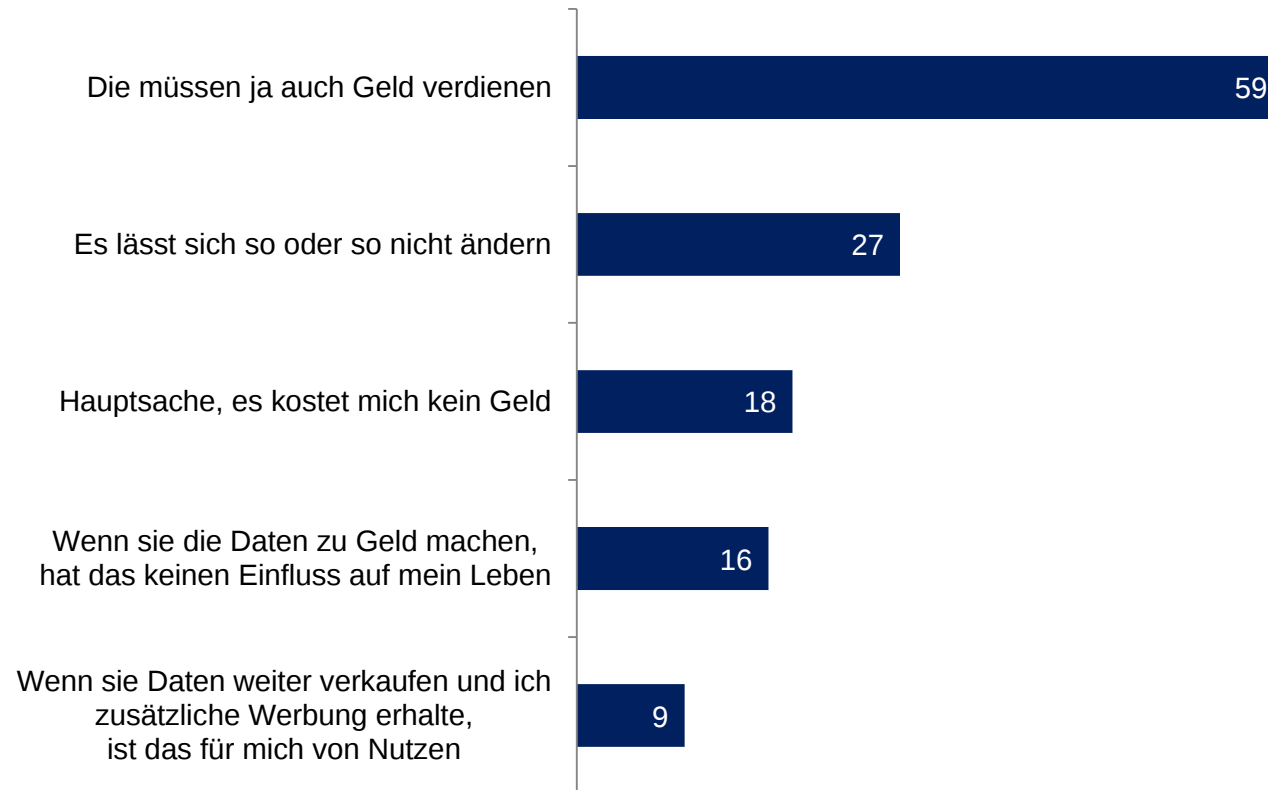


Wie finden Sie das Vorgehen von Anbietern, etwas quasi kostenlos anzubieten, aber mit den Daten der Nutzer Geld zu machen?



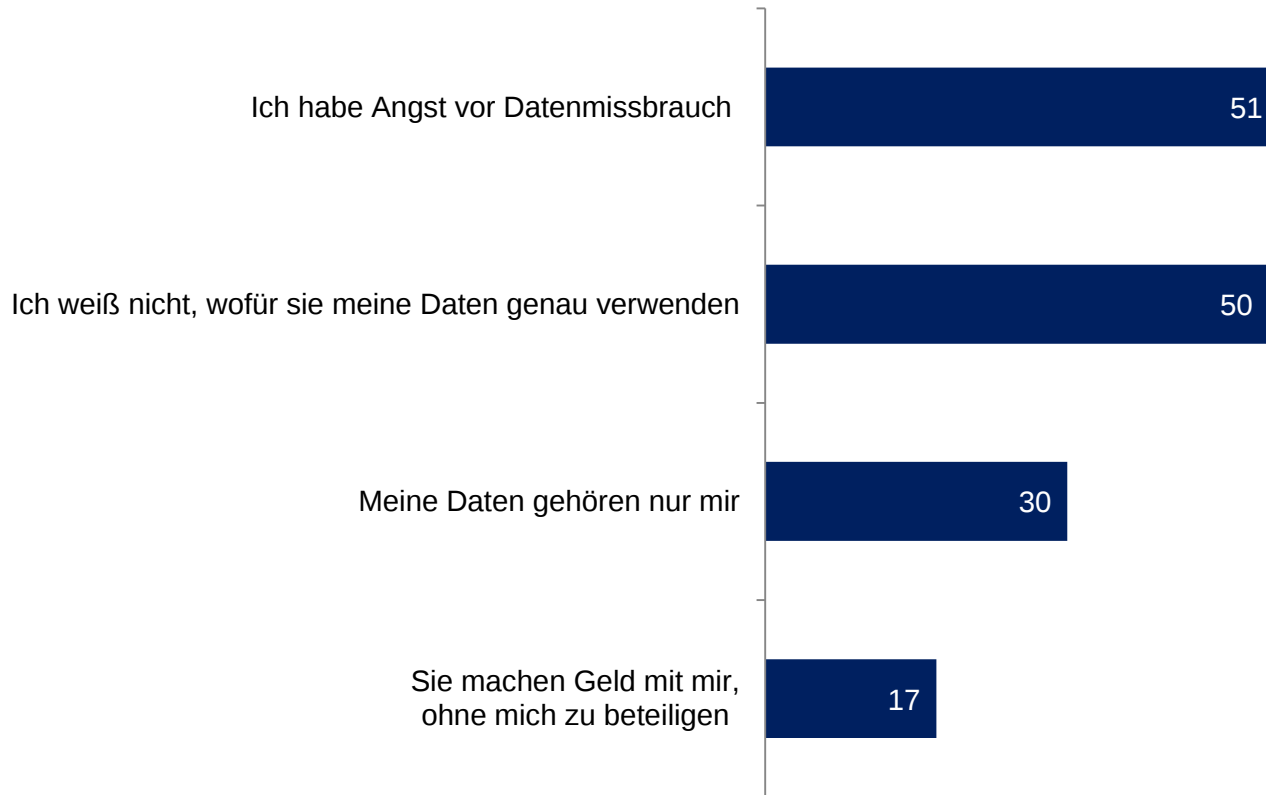
Warum finden Sie das Vorgehen okay?

[bis zu zwei Antworten möglich]



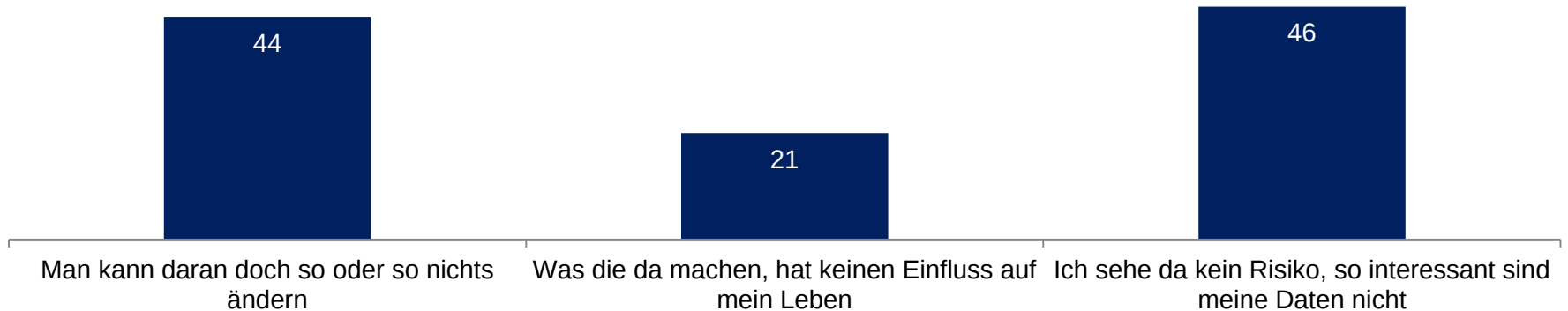
Warum finden Sie das Vorgehen nicht okay?

[bis zu zwei Antworten möglich]

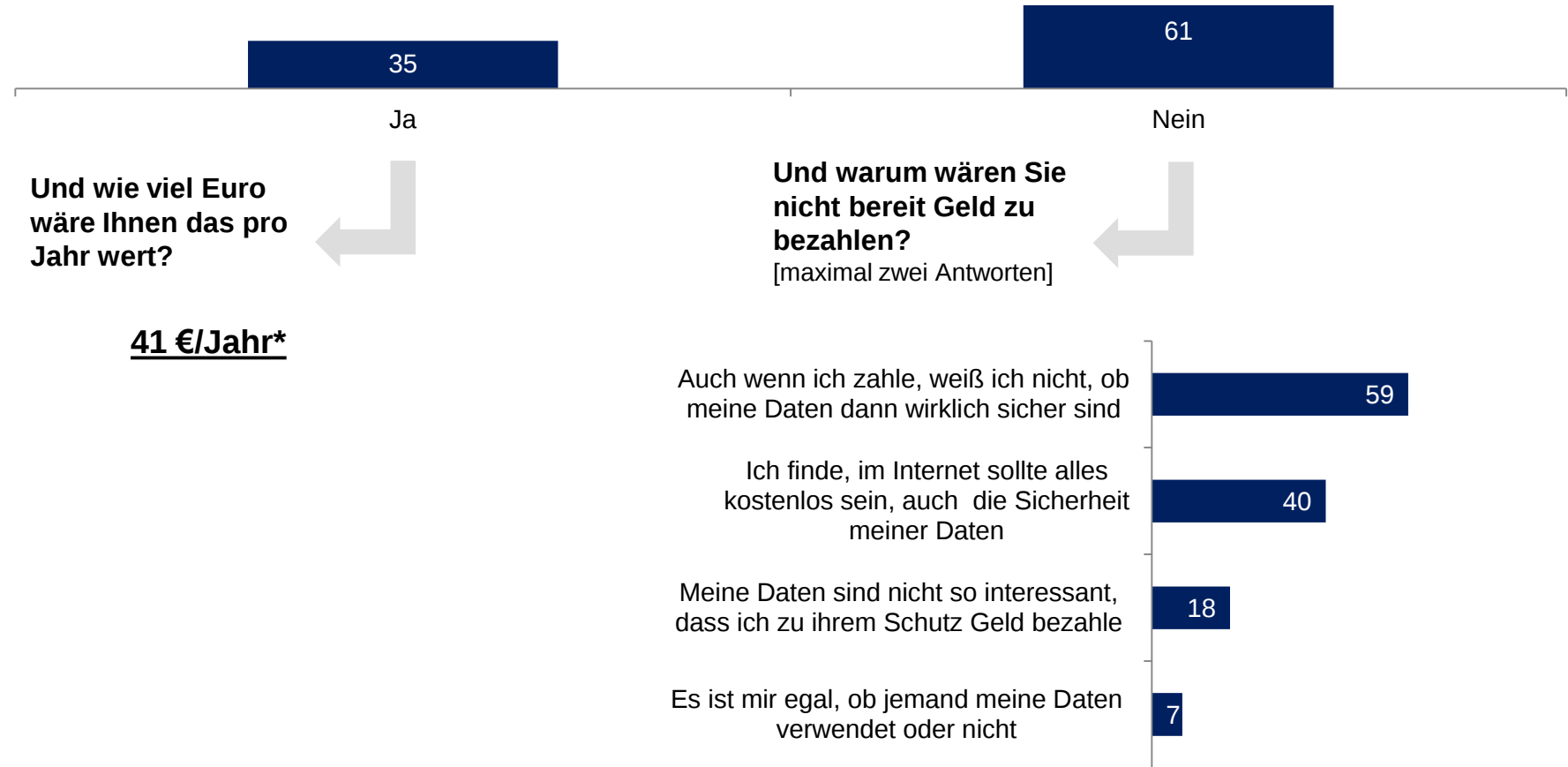


Warum ist Ihnen das Vorgehen egal?

[bis zu zwei Antworten möglich]



Wären Sie bereit Geld dafür zu bezahlen, dass Ihre Daten garantiert nur so verwendet werden, wie Sie das möchten und nicht ohne Ihre Zustimmung anderweitig zu Geld gemacht werden?

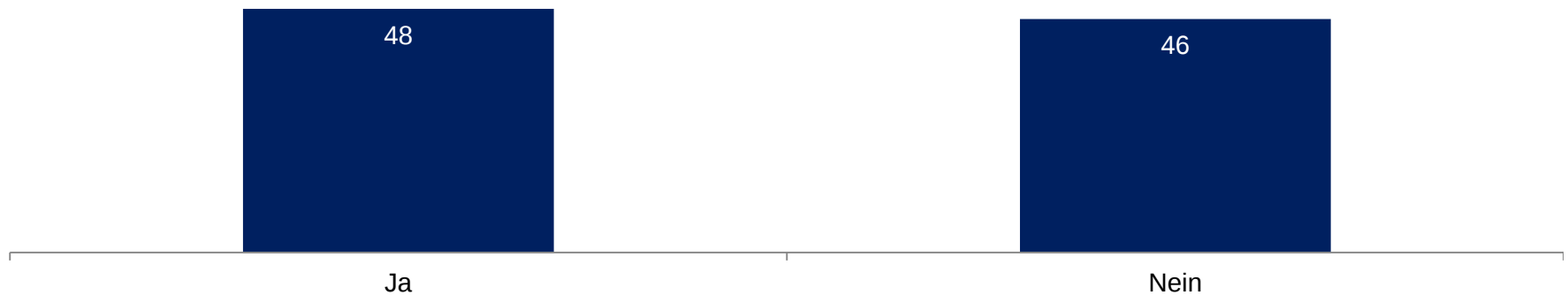


*Mittelwert

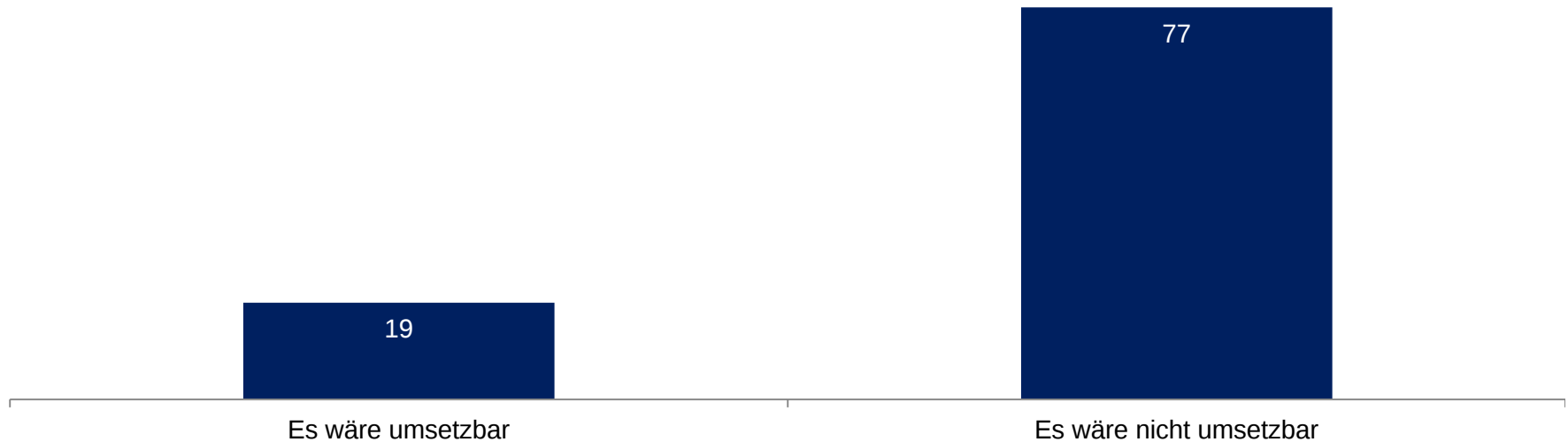
Und denken Sie, es wäre umsetzbar, dass die persönlichen Daten durch das Bezahlen von Geld geschützt sind oder denken Sie, es ist nicht umsetzbar.



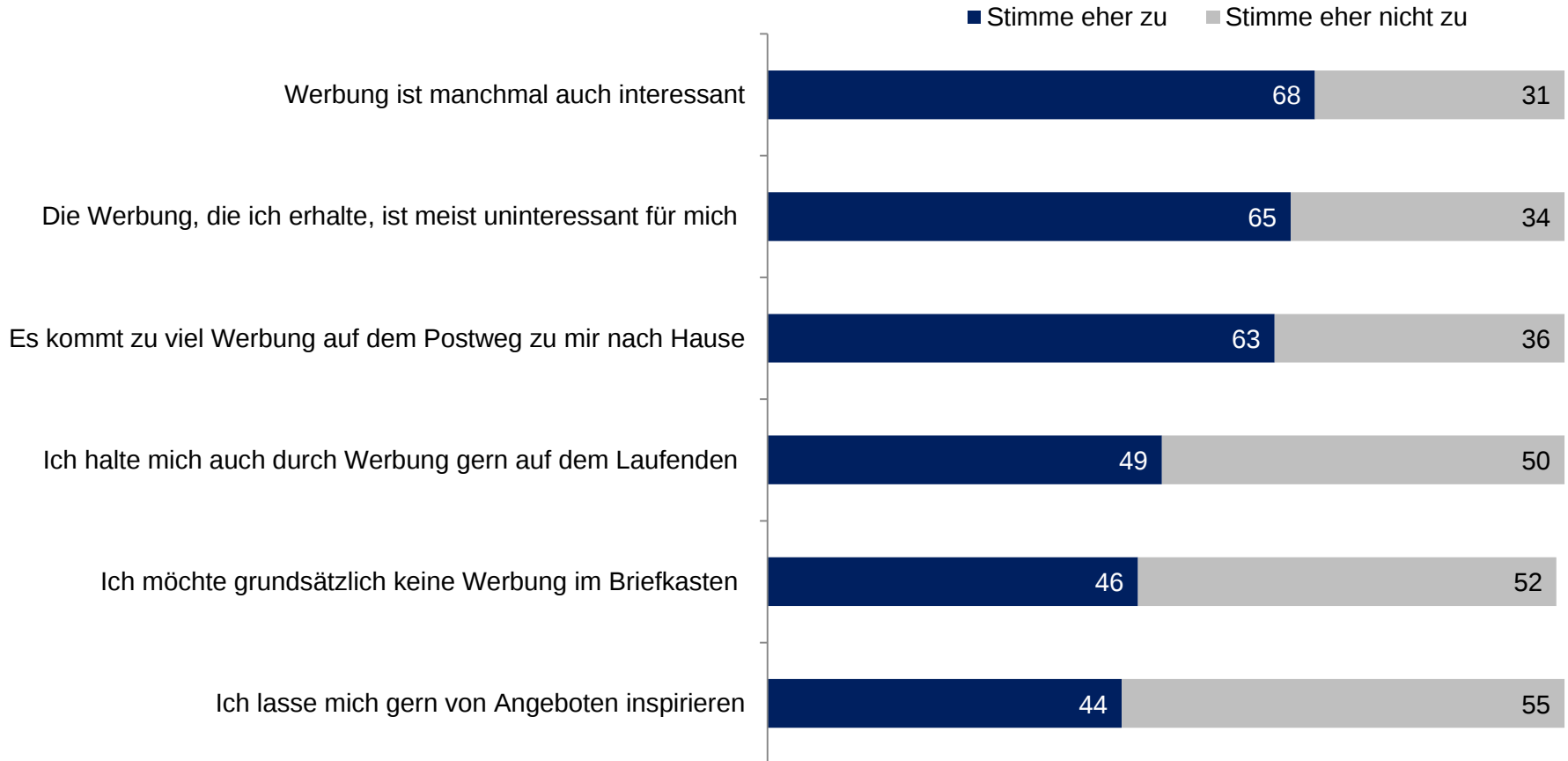
Finden Sie, die Nutzer sollten an den Umsätzen, die mit Ihren Daten erzielt werden, beteiligt werden?



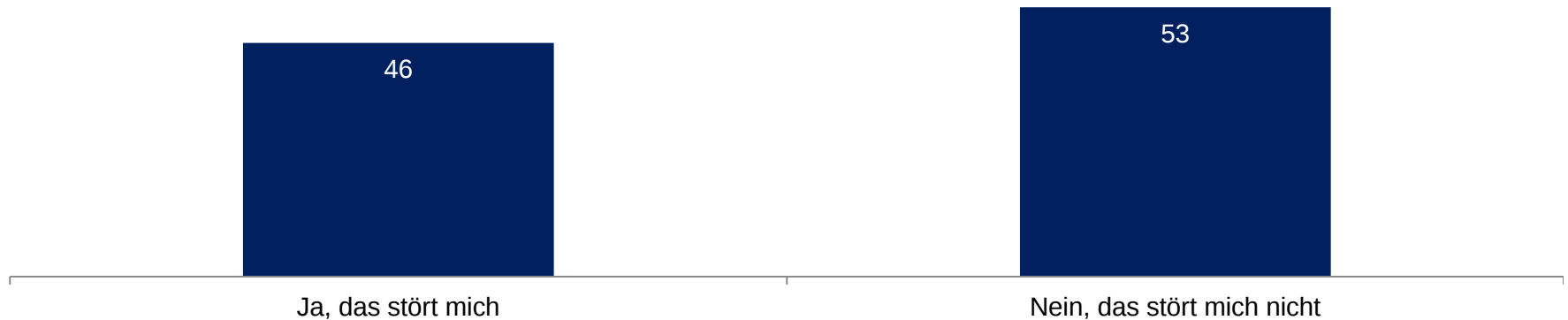
Und denken Sie, es wäre umsetzbar, dass die Nutzer an den Umsätzen, die mit Ihren Daten erzielt werden, beteiligt werden oder denken Sie, es ist nicht umsetzbar?



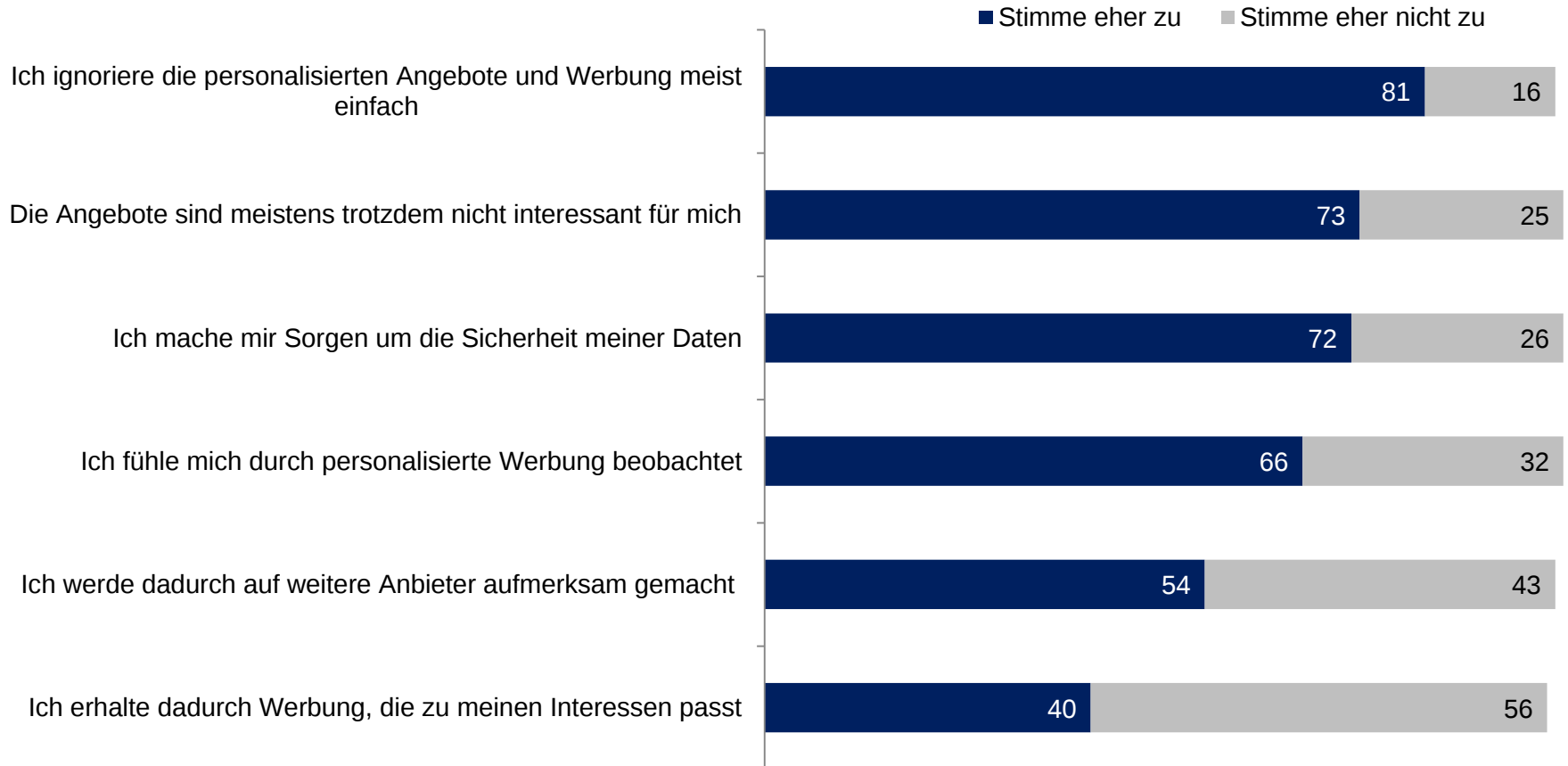
Stimmen Sie den folgenden Aussagen über postalische Werbung eher zu oder eher nicht zu?



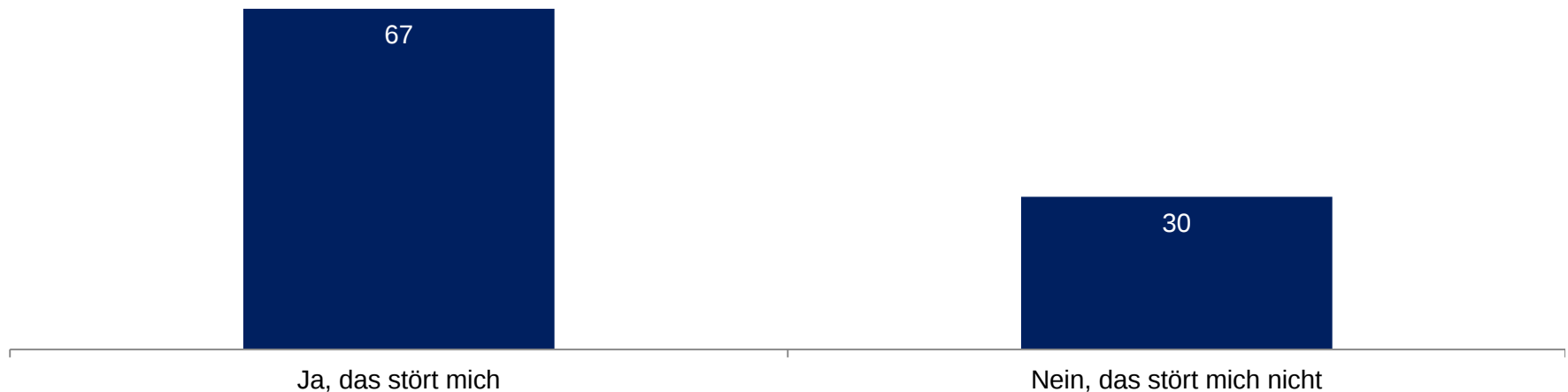
Und jetzt einmal ganz allgemein gefragt: Stört es Sie, wenn Ihnen per Post Werbung nach Hause geschickt wird oder stört Sie das nicht?



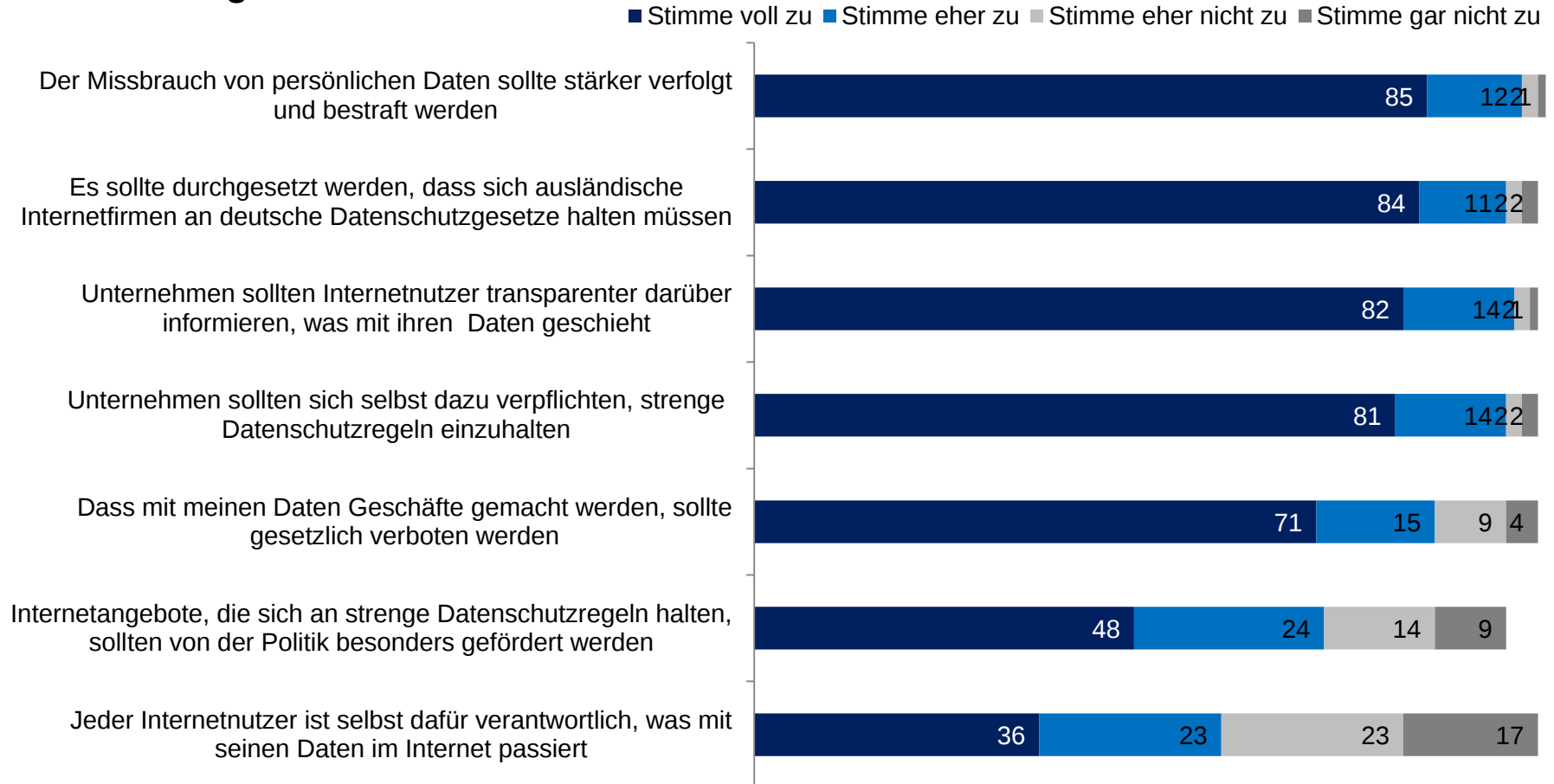
Stimmen Sie den folgenden Aussagen über personalisierte Werbung im Internet eher zu oder eher nicht zu?



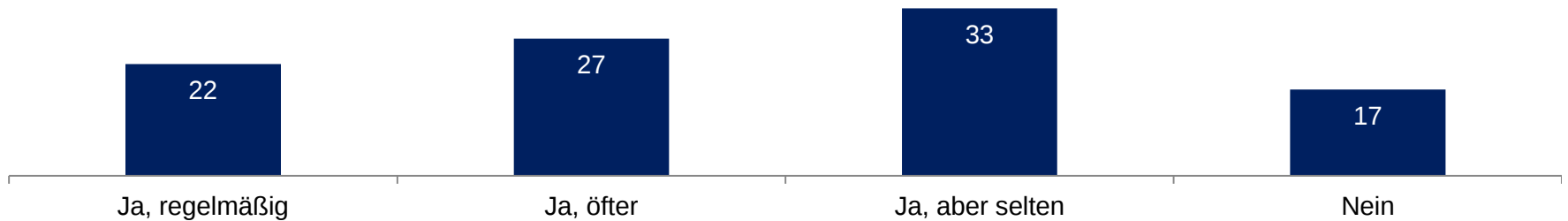
Und jetzt einmal ganz allgemein gefragt: Stört es Sie wenn Ihnen auf Internetseiten, die Sie besuchen, personalisierte Werbung angeboten wird, die auf Ihrem bisherigen Verhalten im Internet basiert oder stört Sie das nicht?



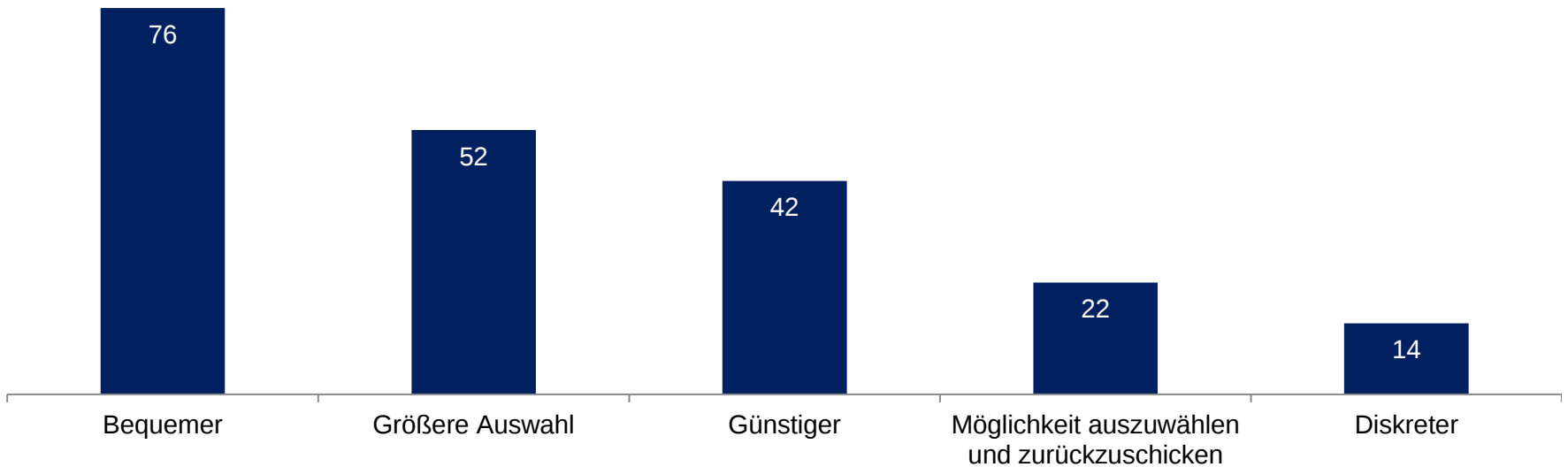
Welcher der folgenden Aussagen zu Online-Angeboten würden Sie voll zustimmen, welcher würde Sie eher zustimmen, welche würden Sie eher nicht zustimmen und welche würden Sie gar nicht zustimmen?



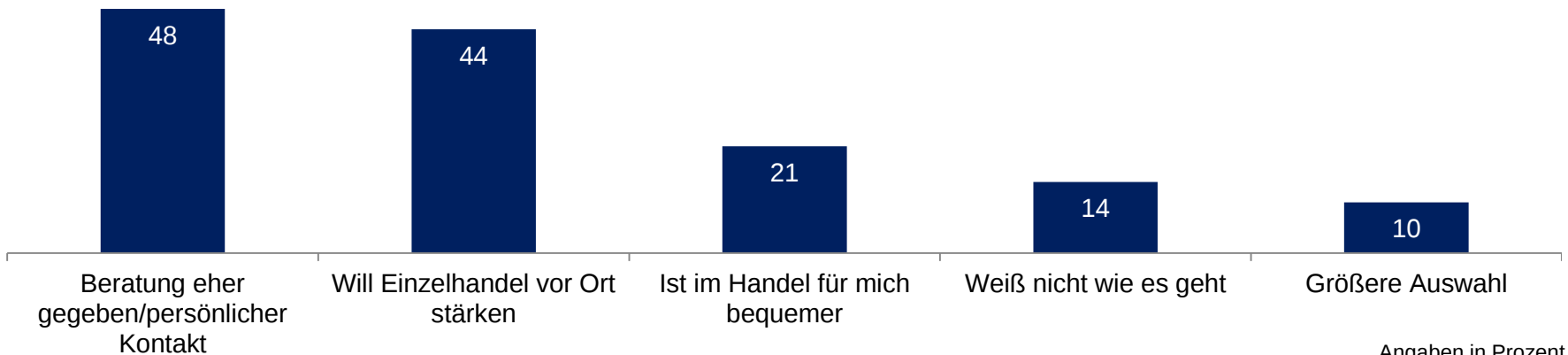
Über das Internet lassen sich viele Dinge direkt einkaufen. Machen Sie davon Gebrauch und nutzen Sie das Internet um einzukaufen?



Warum kaufen Sie im Internet?



Warum kaufen Sie nicht im Internet?



Quelle: Bundesweite dimap-Erhebung, Erhebungszeitraum 14. bis 28.10.2014

Angaben in Prozent.
Fehlende Werte zu 100%: Weiß nicht/Keine Angaben. 29