

PRESSEINFORMATION

ZUSTIMMUNG – ABER MIT UNGUTEM GEFÜHL

DIVSI-Umfrage: So gehen Internet-Nutzer in Deutschland mit AGB und Datenschutzbedingungen um

Hamburg, 22.10.2015 – Internetnutzer in Deutschland zeigen ein auf den ersten Blick paradoxes Verhalten, was ihren Umgang mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und Datenschutzbestimmungen von Kommunikationsdienstleistern wie E-Mail- und Chat-Diensten angeht. Die große Mehrheit (86 %) hält es für wichtig, die Inhalte der AGB zu kennen – doch über 60 Prozent geben sowohl hinsichtlich AGB als auch Datenschutzbestimmungen an, diese kaum oder gar nicht zu lesen. Nur wenige (20 %) studieren diese nach eigenen Angaben gründlicher. Insgesamt hat praktisch jeder Internetnutzer in Deutschland schon einmal dem „Kleingedruckten“ von Kommunikationsdienstleistern zugestimmt – aber das häufig mit einem unguuten Gefühl.

Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Online-Panelbefragung des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI). 1.051 Nutzer ab 14 Jahren wurden dabei sowohl zu ihrem Umgang mit AGB und Datenschutzbestimmungen als auch ihren persönlichen Meinungen, Einstellungen und Vorbehalten rund um Nutzungsbedingungen befragt.

Alternativlosigkeit führt zu Zustimmung

Die Umfrage zeigt: Fast jeder Internetnutzer verwendet heute E-Mail-Dienste (98 %) oder Messenger (73 %). Rund ein Viertel der Befragten klickt direkt auf „Zustimmen“, ohne die AGB oder Datenschutzbestimmungen überhaupt zu öffnen. Matthias Kammer, Direktor des DIVSI, verwundert diese Zahlen kaum: „Wer heute online kommunizieren will, kommt an Messengern und E-Mail-Diensten nicht vorbei – und damit auch nicht an deren ‚Kleingedrucktem‘ – das erklärt das auf den ersten Blick paradoxe Verhalten.“ Denn die Nutzung der Kommunikationsdienste setzt grundsätzlich eine Registrierung seitens der Nutzer voraus – und damit auch eine Zustimmung zu den AGB und Datenschutzbestimmungen der Anbieter. Als E-Mail-Dienste sind „GMail“ bzw.

„Gmail“ (34 %) sowie „GMX“ (32 %) bei den Nutzern am beliebtesten. Bei den Messengern dominiert klar der Chat-Dienst WhatsApp, den über zwei Drittel der User verwenden.

Die Meinungen der Nutzer in Bezug auf die Inhalte von AGB und Datenschutzbestimmungen von E-Mail-Diensten und Messengern differieren stark. Häufig gehen die Nutzer davon aus, dass persönliche Daten gespeichert werden. Seltener meinen sie, dass auch ihr aktives Verhalten (z. B. besuchte Internet-Adressen) aufgezeichnet wird. Über 60 Prozent der Befragten glauben, dass die gesammelten Daten zur Optimierung der Dienste verwendet werden. 55 Prozent vermuten, dass Partnerunternehmen die Infos erhalten und knapp die Hälfte geht davon aus, dass Informationen auch an Dritte weitergeleitet oder sogar verkauft werden.

Im Widerspruch zum schnellen ‚Zustimmungs-Klicken‘ steht die Sorge um den Schutz persönlicher Daten. Die Nutzer geben an, hierauf großen Wert zu legen. Dabei stufen sie die Daten als unterschiedlich schützenswert ein. Kontakte und Adressbücher, Passwörter, E-Mails und Sprachnachrichten sowie Bilder und Videos gelten als besonders sensibel. Jeweils über 80 Prozent möchten nicht, dass diese Daten gespeichert oder gelesen werden.

Die Untersuchung erklärt auch, warum sich die Nutzer meist schnell dazu durchringen können, den AGB zuzustimmen: Etwa jeder zweite Internetuser ist dem Lager der Resignierten zuzuordnen. Sie wollen die Vorteile des Netzes nutzen und sehen deshalb keine Alternative zu einer Zustimmung, die oftmals mit ungutem Gefühl gegeben wird. Auf der anderen Seite stehen die Vertrauensvollen. Diese gehen grundsätzlich davon aus, dass im Bereich AGB alles rechtmäßig/richtig geregelt ist. Deshalb schenken sie den Anbietern ihr Vertrauen – vielfach ohne die AGB-Inhalte im Einzelnen zu verstehen oder wirklich beurteilen zu können.

Nutzer wünschen sich kurze und leicht verständliche AGB und Datenschutzbestimmungen

„Wenn jeder von uns erst einmal alle Nutzungs- und Datenschutzbestimmungen lesen würde, denen wir tagtäglich zustimmen, hätte das verheerende Auswirkungen auf unsere Produktivität und unser Zeitmanagement“, erklärt Kammer mit Verweis auf Bundesjustizminister Heiko Maas, der davon ausgeht, dass das detaillierte Lesen der AGB jeden Nutzer pro Jahr 67 Arbeitstage kosten würde. Entsprechend bemängeln 78 Prozent der Internetnutzer in Deutschland, dass es nicht möglich sei, AGB vollständig zu lesen und

zu verstehen. Über die Hälfte ist davon überzeugt, dass sich nicht überprüfen lässt, ob die Firmen ihre eigenen AGB auch tatsächlich einhalten. Deshalb wird laut Umfrage-Ergebnis den AGB bzw. Datenschutzbestimmungen nicht vorbehaltlos zugestimmt. Über die Hälfte der Internetnutzer gibt an, schon einmal dem ‚Kleingedruckten‘ eines Anbieters nicht zugestimmt zu haben. Gut 60 Prozent haben aufgrund von Datenschutzbedenken sogar bereits auf die Nutzung eines Dienstes verzichtet bzw. die Nutzung beendet.

Insgesamt sehen die meisten Internetnutzer (93 %) einen Optimierungsbedarf im Hinblick auf AGB und Datenschutzbestimmungen. Verbesserungsmöglichkeiten bestehen nach ihrer Meinung vor allem im Bereich der Texte. So fordern drei Viertel kürzere Texte, ungefähr zwei Drittel halten eine einfachere Sprache für sinnvoll. Etwa die Hälfte der Befragten wünscht sich eine übersichtlichere optische Gestaltung des Layouts.

Die vollständige Umfrage und weitere Informationen finden Sie unter www.divsi.de

Pressekontakt:



Bockenheimer Landstraße 51-53 - 60325 Frankfurt

Tel.: 069/2400 84 45/46 - Fax: 069/2400 8415

Mail: info@dirk-metz-kommunikation.de