

Snowdens Albtraum sind die Schweizerinnen

Trotz NSA-Affäre: Datenschutz interessiert beim Online-Shopping kaum

Barnaby Skinner

Zürich Medial schlägt die Datensammelwut des US-Geheimdienstes NSA hohe Wellen – selbst anderthalb Jahre nach der Erstveröffentlichung der Enthüllungsgeschichte, losgetreten durch Edward Snowden. Der Whistleblower predigt seither, weniger sorglos mit persönlichen Daten umzugehen.

Nur den normalen Internetnutzer scheint die Botschaft nicht zu erreichen. Zumindest nicht Herrn und Frau Schweizer. Wie eine neue Umfrage der US-Internetfirma Rackspace zeigt, teilt die Mehrheit der Bevölkerung ihre persönlichen Daten weiterhin freizügig im Internet. Rackspace hat dafür 501 männliche und 501 weibliche Einkäufer in Schweizer Onlineshops aus allen Bevölkerungsgruppen und Regionen der Schweiz befragt.

Besonders mitteilungsfreudig sind die Westschweizer. 53 Prozent der befragten Personen in der Romandie begrüssen es laut der Umfrage, wenn Onlinehändler ihr Surf- und Kaufverhalten aufzeichnen. Sie versprechen sich dadurch ein besseres Einkaufserlebnis im Web, weil Angebote direkt auf sie zugeschnitten werden können.

Die über 55-jährigen Männer sind besonders kritisch

Ähnlich offen gehen jüngere Nutzer im Alter zwischen 15 und 34 Jahren mit ihren Daten um. Auch in dieser Bevölkerungsgruppe hat eine Mehrheit kein Problem damit, wenn Händler wissen, was sie alles im Internet anklickt. Das Gleiche gilt für die befragten Frauen. 48 Prozent der Nutzerinnen sehen im Tracking durch die Onlinehändler mehr persönlichen Nutzen als Nachteile. Nur 42 Prozent lehnen



Jung und mitteilungsfreudig: Schweizer Onlineshopper

Foto: Getty

die Aufzeichnung ihrer Schritte im Internet und ihrer Einkäufe durch den Onlinehandel ab. 10 Prozent der Befragten waren unentschieden.

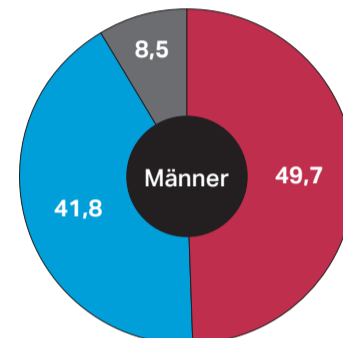
Bei den Männern ist das Verhältnis gerade umgekehrt. 50 Prozent der befragten Männer lehnen ein Onlinetracking strikt ab, während nur 42 Prozent die Technologie begrüssen. Besonders kritisch sind die über 55-Jährigen. Nur 38 Prozent sehen einen Nutzen darin, dass ein Onlinehändler weiss, was der Kunde im Internet macht.

Dass jüngere Nutzer weniger Hemmungen haben, Daten im Internet zu teilen, ist nicht überraschend. «Was mich aber erstaunt, ist der Geschlechterunterschied. Das ist mir neu», sagt der Eidgenössische Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragte Hanspeter Thür. Auf Anhieb habe er keine Erklärung dafür. Er werde das Phänomen im Auge behalten.

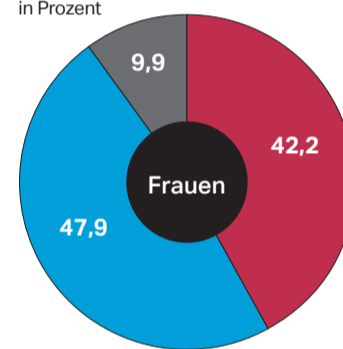
Thomas Lang, Experte für Onlinehandel, weist darauf hin, dass bei vielen Nutzern Bedenken be-

Vorsichtige Männer

Was halten Sie davon, wenn Ihr bevorzugter Onlinehändler Ihr Surf- und Kaufverhalten nachvollziehen kann?



in Prozent



SoZ Candrian; Quelle: Rackspace

züglich Datenschutz schnell in den Hintergrund geraten, wenn ein monetärer Mehrwert winkt, Gutscheine etwa oder Produktvergünstigungen. Den Geschlechterunterschied erklärt er sich mit dem technologischen Interesse, das bei Männern ausgeprägter sei. «Vielleicht können sie sich eher vorstellen, welche Datenspuren Nutzer heute im Internet hinterlassen.»

Oder aber Frauen seien «abgehärteter», da sie die Vorteile schon vom stationären Handel in Form

von Supercard, Cumulus und Co. kennen würden. Tatsächlich ist die Mehrheit der Abnehmer von Kundenkarten wie der Supercard oder der Cumuluskarte traditionell mehrheitlich weiblich.

Die Umfrage der Firma Rackspace lässt auch den Schluss zu, dass Nutzer künftig noch freizügiger mit ihren Daten umgehen werden. Danach gefragt, was sich am Einkaufserlebnis Schweizer Onlineshops verbessern könnte, lautete die meistgenannte Antwort: bessere Personalisierung. Etwas, das nur erreicht werden kann, wenn Kunden mehr über sich verraten.

Schweizer Shops wissen nicht, wie sie die Daten nutzen sollen

«Hier herrscht wirklich Steinzeit in der Schweiz wie übrigens auch in Deutschland», sagt Lang und ergänzt: «Alle speichern Daten en masse, aber wissen nicht wirklich, was sie nun damit machen wollen, sollen oder können.»

Wie die Zukunft des Onlinehandels aussieht, zeigen ausländische Onlineshops. Vor allem im Reisebereich tut sich viel. Der Anbieter Orbitz etwa erstellt für Kunden Prognosen wie: Warten Sie noch 48 Stunden, wir haben errechnet, dass der New-York-Flug und das Vierstern-Hotelzimmer dann ein Drittel kosten sollten. Orbitz tut das, indem der Anbieter unter anderem Klicks, getätigte Buchungen oder die noch offenen Online-Warenkörbe anderer Kunden analysiert. Selbstverständlich kommen nur Nutzer in den Genuss dieses Dienstes, wenn sie die eigenen Daten analysieren lassen.

Solche Onlinedienste lassen Snowdens Warnung offenbar verpuffen, sorgsamer mit den persönlichen Daten umzugehen.

Kommentar — 20

Anzeige

opel.ch

z. B. Insignia Edition Turbo mit Swiss Pack ab
CHF 27'140.-

- AFL-/Bi-Xenon Scheinwerfer
- Park-Pilot vorn und hinten
- Automatische Klimaanlage
- Radio IntelliLink RF 700 Touch

DER OPEL WEIHNACHTSVERKAUF

DA HABEN SIE IHR GESCHENK.

Profitieren Sie zusätzlich von attraktiven Sonderangeboten bei Ihrem Opel Partner bis zum 31. Dezember 2014.

Wir leben Autos.

Preisbeispiel: Insignia Limousine Edition 1.4 Turbo mit Start/Stop, 1364 cm³, 103 kW (140 PS), 6-Gang manuell, 4-Türer, Basispreis inkl. Swiss Pack Edition CHF 33'400.-, Kundenvorteil inkl. Flexbonus und Eintauschprämie CHF 6'240.-, neuer Verkaufspreis CHF 27'140.-, 131 g/km CO₂-Ausstoss, Ø-Verbrauch 5,6 l/100 km, Energieeffizienzklasse C. Abb.: Astra Limousine Cosmo 1.4 Turbo mit Start/Stop, 1364 cm³, 88 kW (120 PS), 6-Gang manuell, 5-Türer, Basispreis inkl. Sonderausstattung CHF 31'950.-, Kundenvorteil inkl. Flexbonus und Eintauschprämie CHF 4'500.-, neuer Verkaufspreis CHF 27'450.-, 135 g/km CO₂-Ausstoss, Ø-Verbrauch 5,7 l/100 km, Energieeffizienzklasse C. Abb.: Zafira Tourer Drive 1.4 Turbo ECOTEC mit Start/Stop, 1364 cm³, 88 kW (120 PS), 5-Türer, Basispreis inkl. Sonderausstattung CHF 35'200.-, Kundenvorteil inkl. Flexbonus und Eintauschprämie CHF 4'000.-, neuer Verkaufspreis CHF 31'200.-, 144 g/km CO₂-Ausstoss, Ø-Verbrauch 6,1 l/100 km, Energieeffizienzklasse C. Abb.: Insignia Limousine Edition 1.6 Turbo mit Start/Stop, 1598 cm³, 125 kW (170 PS), 6-Gang manuell, 4-Türer, Basispreis inkl. Swiss Pack Edition CHF 42'550.-, Kundenvorteil inkl. Flexbonus und Eintauschprämie CHF 6'710.-, neuer Verkaufspreis CHF 35'840.-, 146 g/km CO₂-Ausstoss, Ø-Verbrauch 6,2 l/100 km, Energieeffizienzklasse D. Ø CO₂, aller verkauften Neuwagen in CH = 148 g/km.