

PRESSEMITTEILUNG

(Bonn, 09.06.2015)

Bürger erwarten Transparenz und Sicherheit Studie: Big Data aus Sicht der Bevölkerung

Der Begriff „Big Data“ ist in der Bevölkerung bisher nur jedem Fünften bekannt. Es gibt aber deutliche Vorbehalte gegen die generelle Sammlung von Daten von Privatpersonen bzw. Konsumenten. Insbesondere junge Bundesbürger sehen den Trend zur umfassenden Datensammlung durch die Wirtschaft als unumkehrbar an und fordern Transparenz und Datenschutz.

infas 360 GmbH

Ollenhauerstraße 1
D-53113 Bonn
Tel: +49 (0)228/74887-360
Fax: +49 (0)228/74887-399
E-Mail: info@infas360.de
www.infas360.de

Registergericht und Sitz der
Gesellschaft: Bonn
HRB: 20702
Steuernummer: 205/5725/1372

Geschäftsführer
Michael Herter, Menno Smid

Bankverbindung:
VR-Bank Bonn eG
IBAN: DE15 3816 0220 4405 9940 17
BIC: GENODED1HBO

Bonn, 09. Juni 2015 – Der Begriff „Big Data“ beschreibt extrem umfassende Datenbestände, die heute aufgrund der Computerisierung im Alltag in unterschiedlichem Kontext anfallen. Dabei geht es beispielsweise um Kunden- oder Mobilitätsdaten, aber auch um Spuren, die im Internet hinterlassen werden. Immer mehr Daten werden heute im Alltag erfasst – die immer leistungsfähigere Kommunikationstechnik macht es möglich.

In Unternehmen und Wissenschaft wird Big Data heiß diskutiert, da hier eine mächtige Grundlage für die Analyse bisherigen und die Prognose künftigen Verhaltens entstanden ist. Doch wie steht die Bevölkerung dazu? Ist Big Data ein bekanntes Thema? Und wie werden Risiken und Chancen wahrgenommen, die sich aus der Erfassung und Auswertung großer Datenmengen im Alltag ergeben? Das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH hat in Kooperation mit dem Schwesterunternehmen infas 360 GmbH – Anbieter von Big Data-Unternehmenslösungen – im Rahmen einer repräsentativen telefonischen Erhebung unter 1.500 Bundesbürgern ab 18 Jahren nachgefragt.

Noch ist der Begriff „Big Data“ eher in der Wirtschaft beheimatet. Gerade einmal 19 Prozent der Bevölkerung haben davon bereits einmal gehört. Von allen Befragten assoziiert jeder Vierte etwas Negatives mit „Big Data“. Die überwiegende Mehrheit empfindet den Begriff neutral. Aktuell verbinden noch sehr wenige etwas Positives mit dem neuen Buzz-Word.

Unabhängig vom Begriff „Big Data“ haben wir gefragt, wie die Bundesbürger generell zur vielfachen Sammlung von Daten von Privatpersonen und Konsumenten durch Unternehmen stehen. Von den Bundesbürgern wird hier eine vertrauensvolle und transparente Vorgehensweise erwartet. Über 80 Prozent empfinden ein Risiko, dass persönliche Daten von Unternehmen missbraucht werden könnten. Und annähernd 90 Prozent der Befragten bemängelt, dass immer mehr Daten erfasst werden ohne dass der Einzelne dies beeinflussen könne.

Hinzu kommen Bedenken darüber, ob die Unternehmen von ihnen akkumulierte Daten überhaupt ausreichend vor Missbrauch schützen können. 86 Prozent der Befragten denken, dass es den Unternehmen auch mit viel Mühe nicht gelingen wird, die gesammelten persönlichen Daten vor Missbrauch zu schützen.

Allerdings bestehen nicht ausnahmslos Vorbehalte gegenüber der Datensammlung. 27 Prozent finden es gut, wenn ihre Daten dazu genutzt werden, um gute Produkte zu entwickeln. Rund 15 Prozent der Bevölkerung würden es begrüßen, wenn auf Basis der jeweiligen individuellen Daten für jeden Konsumenten persönlich ausgerichtet Angebote entwickelt werden.

Optimierte Produkte und individualisierte Angebote überzeugen noch einen eher geringen Teil der Bevölkerung. Big Data wird seine Nützlichkeit im Alltag erst noch beweisen müssen. Dass der Trend, umfassend Daten zu sammeln und auszuwerten, aufgehalten werden könnte, wird jedoch bezweifelt: 61 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass die Option, große Datenmengen auszuwerten, in Zukunft noch wichtiger für die Wirtschaft wird. Von der jungen Bevölkerung, die sich gerade in Ausbildung oder Studium befindet, sind sogar 85 Prozent davon überzeugt. Im Alltag haben sich die Bundesbürger mehrheitlich längst auf die umfassende Datensammlung und -analyse durch Unternehmen eingelassen. Fast die Hälfte der Deutschen ist auf die eine oder andere Weise online in sozialen Netzen unterwegs. Ein Drittel hat eine Payback-Karte in ihrem Haushalt, die auch aktiv genutzt wird. Vier von zehn sind ADAC-Mitglied und etwa die Hälfte kauft beim Versandriesen Amazon ein. Dass hier mannigfaltig Verbraucherdaten anfallen, dürfte den meisten Bundesbürgern klar sein.

Die Bevölkerung erwartet bei der umfassenden Datensammlung im Alltag vor allem Transparenz und größtmögliche Sicherheit und ist gleichzeitig überzeugt, dass der Trend nicht aufzuhalten ist. Mögliche Chancen durch Big Data werden noch eher zögerlich erkannt. Insgesamt ist die Einstellung zur Datensammlung inzwischen aber eine völlig andere als beispielsweise 1984, als eine vergleichsweise datenarme Volkszählung schon zu massiver Gegenwehr geführt hat.

infas 360 GmbH:

Mehr Wissen für gezielteres unternehmerisches Handeln:

infas 360 schafft mit einer einzigartigen Kombination aus CRM-Daten, Geodaten, Marktdaten und Ad hoc-Daten für die spezifischen Aufgabenstellungen jedes Unternehmens einen einzigartigen individuellen Datenpool. Diesen interpretiert, analysiert und verdichtet infas 360 mit einem innovativen Disziplinmix aus CRM-Analytics, Geomarketing und Marketing Research zu unternehmensrelevantem Wissen. Mit diesem Wissen können Unternehmen alle wichtigen Fragen über Märkte, Kunden, Zielgruppen und Potenziale (B2B und B2C) bestmöglich beantworten. Dadurch erhalten Strategie und operative Vertriebs- und Marketingmaßnahmen eine objektive Basis für höchste Effizienz.

infas 360 ist ein Unternehmen der infas Holding AG.

Ihr Ansprechpartner:

Eckhard Georgi

Tel: +49 (0)228/74887-365, Fax: +49 (0)228/74887-399, E-Mail: e.georgi@infas360.de

infas 360 GmbH, Ollenhauerstraße 1, D-53113 Bonn, www.infas360.de