

16.11.2011

„Ich geb Dir meine Daten“: sieben Vertrauensfaktoren im Netz

- **Universität St. Gallen: 7 Vertrauensfaktoren für Online-Transaktionen**
- **Abschlussbericht der ISPRAT-Studie „Sicherheit vs. Privatheit“**

Hamburg, 16.11.2011. Warum geben Menschen in sozialen Netzwerken viele Daten preis, misstrauen aber Online-Shops oder Verwaltungsangeboten? Eine Studie ergab, dass Internet-Nutzer bereit sind, für Transaktionen Daten zu übermitteln, wenn der Tausch „Daten gegen Leistung“ fair und nachvollziehbar ist. Sie vertrauen Anbietern, die in der Offline-Welt einen guten Ruf haben. Auch Qualität von Webseiten und Kundenservice stärken das Vertrauen.

Das sind Ergebnisse der ISPRAT-Studie „Sicherheit vs. Privatheit – Vertrauensfaktoren im Umgang mit Daten und Konsequenzen für die digitale Identität“ des Instituts für Medien und Kommunikationsmanagement (MCM) der Universität St. Gallen. Darin wurden Vertrauensfaktoren identifiziert, welche die Bereitschaft der Nutzer fördern, für Online-Angebote Daten preiszugeben. Die Studie richtet sich an Anbieter von E-Commerce und E-Government.

Matthias Kammer, ISPRAT-Vorstandsvorsitzender: „Vertrauen im Internet ist die Voraussetzung dafür, dass auch E-Government stärker nachgefragt wird. Vertrauen muss man sich erarbeiten. Die Studie zeigt, dass Vertrauen auf ganz unterschiedlichen Ebenen wichtig ist. Der Nutzer muss nicht nur der Technik vertrauen – sondern auch dem Anbieter, bei E-Government also auch dem Staat.“

Prof. Dr. Miriam Meckel, Direktorin des MCM Instituts der Universität St. Gallen: „Im Zeitalter des Web 2.0 nehmen Menschen vielfältige digitale Identitäten an. Mithilfe der Vertrauensfaktoren ist es möglich, Lösungen für Transaktionen zu schaffen, die ihrem Bedürfnis nach Integrität der digitalen Identität gerecht werden.“

Vertrauensfaktor 1: Tauschhandel (Reziprozität)

Persönliche Daten sind im Internet ein Tauschmittel für Transaktionen: Daten gegen Dienstleistung / Ware. Nutzer sind bereit, Daten zu geben, wenn der Tausch nützlich

PRESSEKONTAKT:

Pressesprecher Holger Förster, ISPRAT e.V., Hongkongstraße 3, 20457 Hamburg, Tel.: 0431 3295 3040
Mobil: 0170 7675142, E-Mail: holger.foerster@isprat.net

KONTAKT ISPRAT GESCHÄFTSSTELLE:

ISPRAT e.V., Barbara Krug, Hongkongstraße 3, 20457 Hamburg, Tel.: 040 2 26 36 98 70
E-Mail: hamburg@isprat.net

und der Tauschvorgang transparent und „fair“ gestaltet ist. Nicht „fair“ wäre z.B., für den Kauf eines Buches religiöse Überzeugungen übermitteln zu müssen.

Vertrauensfaktor 2: Marke und Design

Nutzer vertrauen Marktführern. Professionelle Gestaltung einer Webseite stärkt Vertrauen. „Markenfaktor“ ist auch für staatliche Angebote wichtig: Die elektronische Steuererklärung ELSTER gilt als „Marke“; Defizite gibt es beim neuen Personalausweis.

Vertrauensfaktor 3: Kundenservice

Kundenservice ist wichtig bei der Vertrauensbildung. Die Anforderungen unterscheiden sich wenig von jenen an Offline-Anbieter: Qualitätskriterien sind gute Erreichbarkeit, schnelle Reaktionszeit und hilfreicher, freundlicher Service.

Vertrauensfaktor 4. Nutzerkontrolle

Nutzer erwarten, dass die preisgegebenen Daten nicht über den beabsichtigten Zweck hinaus verwendet werden. Sie wollen die Kontrolle über ihre Daten behalten.

Vertrauensfaktor 5: Empfehlung durch Dritte

Die Vertrauenswürdigkeit von Online-Angeboten steigt durch die Empfehlung unabhängiger Experten, zum Beispiel durch Gütesiegel oder Auszeichnungen. Auch Mund-zu-Mund-Propaganda oder Empfehlungen durch Freunde erhöhen Vertrauen.

Vertrauensfaktor 6: Realweltbezug

Nutzer vertrauen Angeboten, die in der Offline-Welt etabliert sind. Integrieren Anbieter einen Bezug zur Realwelt, wie Filialbilder oder Angaben zur Unternehmensgeschichte, gelten sie als greifbarer. Realweltbezug ist auch für E-Government bedeutend: Kommunale Angebote sind greifbarer als Angebote der Bundesebene.

Vertrauensfaktor 7: Zuverlässigkeit

Nutzer vertrauen Online-Angeboten, wenn sie technisch einwandfrei funktionieren und professionell sind. Selbst kleinere Störungen wie Tippfehler beeinflussen Vertrauen.

Den Bericht „Sicherheit vs. Privatheit“ finden Sie zum Download unter www.isprat.net.

PRESSEKONTAKT:

Pressesprecher Holger Förster, ISPRAT e.V., Hongkongstraße 3, 20457 Hamburg, Tel.: 0431 3295 3040
Mobil: 0170 7675142, E-Mail: holger.foerster@isprat.net

KONTAKT ISPRAT GESCHÄFTSSTELLE:

ISPRAT e.V., Barbara Krug, Hongkongstraße 3, 20457 Hamburg, Tel.: 040 2 26 36 98 70
E-Mail: hamburg@isprat.net

16.11.2011

ISPRAT steht für „Interdisziplinäre Studien zu Politik, Recht, Administration und Technologie“. In dem Förderverein für Forschung in der Verwaltung arbeiten Akteure aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft zusammen. ISPRAT entwirft für die öffentliche Hand praxistaugliche Strategien und Konzepte für die IT-gestützte Verwaltung. ISPRAT berät Politik und Verwaltung in Bund, Ländern und Kommunen und fördert den nationalen wie internationalen Erfahrungsaustausch zur Verwaltungsmodernisierung. Der als Verein organisierte Forschungsverbund hat derzeit rund 50 Mitglieder aus dem öffentlichen und privaten Sektor. ISPRAT ist unabhängig, überparteilich und arbeitet unter der Prämisse der Hersteller-Neutralität strikt im vorwettbewerblichen Bereich.

PRESSEKONTAKT:

Pressesprecher Holger Förster, ISPRAT e.V., Hongkongstraße 3, 20457 Hamburg, Tel.: 0431 3295 3040
Mobil: 0170 7675142, E-Mail: holger.foerster@isprat.net

KONTAKT ISPRAT GESCHÄFTSSTELLE:

ISPRAT e.V., Barbara Krug, Hongkongstraße 3, 20457 Hamburg, Tel.: 040 2 26 36 98 70
E-Mail: hamburg@isprat.net