



Press World Digest

Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport

Stiftungen:

Deutsche Sporthilfe -
klasse - weiter so!

Baugewerbe:

Zwei Präsidenten
im Schulterschluss

Tagespresse:

Kommentare
haben Signalfunktion

Ausgabe V 2018

Nach Facebook-Datenskandal **Vertrauen ins eigene Smartphone ist größer als in den Staat**

Die wachsenden Hackerangriffe, besonders der Facebook-Datenskandal, lösen bei vielen Bürgern wachsendes Bedürfnis nach mehr Cybersicherheit aus. Das ist das Ergebnis zweier repräsentativer Umfragen der Management- und Technologieberatung BearingPoint, wobei jeweils bundesweit rund 1.000 Bürger befragt wurden. Die Befragung lief kurz vor und kurz nach Bekanntwerden des Facebook-Desasters.

Dabei wünscht sich die Mehrheit der Deutschen nach dem Datenleck mehr Schutz vor Datenlücken und Cyberattacken aber vor allem strengere Gesetze gegen Verstöße. Und diese dürfen auch nicht an Staatsgrenzen enden, sondern müssten länderübergreifend wirken. 88 Prozent haben den

Datenskandal zumindest am Rand verfolgt und die Hälfte aller Befragten hat nach zusätzlichen Informationen zum Datenleck gesucht.

"Unsere Umfrageergebnisse zeigen, dass der Facebook-Datenskandal das bereits starke Bedürfnis der Deutschen nach Cybersicherheit weiter erhöht hat. Mit 49 Prozent fühlen sich rund die Hälfte der Befragten hier nicht genügend durch den Staat geschützt", zitiert Stefan Pechardscheck, Partner und globaler Leiter Technology bei BearingPoint. "Gleichzeitig zeigt die Umfrage aber auch,



"Die Bürger möchten sich darauf verlassen können, dass Unternehmen adäquat mit ihren Kundendaten umgehen. Wenn dies umgesetzt wird, kann das Vertrauen insbesondere in deutsche Produkte erhöht werden. Der Marke 'Made in Germany' und dem deutschen Staat lassen sich somit auch auf diesem Gebiet neuer Glanz verleihen."
Stefan Pechardscheck

dass die Deutschen bei der Nutzung ihres Smartphones sorgloser mit dem Thema umgehen." Nur 37 Prozent fühlen sich bei der App-Nutzung über das eigene Mobiltelefon nicht gut genug gegen Cyberkriminalität geschützt (vor dem Facebook-Datenskandal waren es 33 Prozent).

Für einen besseren Schutz vor Cyberattacken haben die Befragten aber durchaus klare Vorstellungen zu greifenden Vorkehrungen: Dabei wünschen sich 84 Prozent, dass Unternehmen regierungsseitig gedrängt werden sollten, die Sicherheit von Kundendaten zu erhöhen. Vor dem Facebook-Datenskandal war dieser Wert noch um 4 Prozent geringer. Auch wünschen sich ebenfalls 4 Prozent mehr (81

Prozent), dass die Gesetzgeber gezielt Informationen zu Cyberangriffen publizieren. Von 84 Prozent der Befragten werden grundsätzlich härtere Gesetze gegen Cyberkriminalität gefordert (vor dem Facebook-Datenskandal: 81 Prozent).

Die Deutschen wissen, worauf es beim Datenschutz ankommt

Doch nicht nur an den Staat, auch an Unternehmen direkt stellen BRD-Bürger klare Forderungen: So gaben 88 Prozent der Befragten an, dass sie von Betreibern vor allem den Schutz ihrer Kundendaten erwarten. Denselben Wert erzielte allerdings schon die Befragung vor dem Facebook-

Datenskandal. Dies zeigt, dass der Schutz von Kundendaten zu den Pflichtaufgaben von Unternehmen zählen sollte. Zudem erwarten nach wie vor 80 Prozent regelmäßige Schulungen zum Thema Internetsicherheit sowie die Veröffentlichung gezielter wirkungsvoller Tipps und Tricks zum Umgang mit potentiellen Hackerangriffen. Nach dem Facebook-Datenskandal erwarten mit 66 Prozent nun 5 Prozent mehr Befragte, dass sich Unternehmen einer Prüfung unterziehen müssen, an deren Ende ein Gütesiegel für Internetsicherheit verliehen wird. Ebenso erwarten aktuell 73 Prozent der Befragten, dass Unternehmen eigene IT-Teams bereitstellen, die ausschließlich die Internetsicherheit des Unternehmens gewährleisten.

"Diese Ergebnisse zeigen, dass die Deutschen gut einschätzen können, worauf es beim Schutz ihrer Daten ankommt", so Stefan Pechardscheck. "Die Bürger möchten sich darauf verlassen können, dass Unternehmen adäquat mit ihren Kundendaten umgehen. Wenn dies umgesetzt wird, kann das Vertrauen insbesondere in deutsche Produkte erhöht werden. Der Marke 'Made in Germany' und dem deutschen Staat lassen sich somit auch auf diesem Gebiet neuer Glanz verleihen." **Theo Kersche**

Details zu BearingPoint

BearingPoint ist eine unabhängige Management- und Technologieberatung mit europäischen Wurzeln und globaler Reichweite. Das Unternehmen agiert in drei Bereichen: Consulting, Solutions und Ventures. Consulting umfasst das klassische Beratungsgeschäft, Solutions fokussiert auf eigene technische Lösungen in den Bereichen Digital Transformation, Regulatory Technology sowie Advanced Analytics, und Ventures treibt die Finanzierung und Entwicklung von Start-ups voran. Zu BearingPoints Kunden gehören viele der weltweit führenden Unternehmen und Organisationen. Das globale Beratungs-Netzwerk von BearingPoint mit mehr als 10.000 Mitarbeitern unterstützt Kunden in über 75 Ländern und engagiert sich gemeinsam mit ihnen für einen messbaren und langfristigen Geschäftserfolg.