



Unternehmensstrategien zur Reduzierung der Angst der Konsumenten vor dem Diebstahl personenbezogener Daten im Internet

Prof. Dr. Gianfranco Walsh, Dipl.-Kfm. Patrick Hille & Christopher Marschke

Prof. Walsh & Partners

International Marketing Consultants
29223 Celle

Homepage: www.walshconsulting.de
E-mail: contact@walshconsulting.de

- 1. E-Commerce in Deutschland**
- 2. Identitätsdiebstahl im Internet**
- 3. Phänomen**
- 4. Ziele der Studie & Vorgehensweise**
- 5. Ergebnisse qualitative Interviews**
- 6. Schlussfolgerungen & Management-Implikationen**

1. E-Commerce in Deutschland



- Circa 56 Mio. Personen nutzten 2011 in Deutschland das Internet (2009: 50 Mio.).
- 69% aller Internetnutzer in Deutschland kauften 2011 im Internet ein (2009: 64%).
- Der erzielte Umsatz im E-Commerce (B2C) in Deutschland betrug im Jahr 2011: 26,1 Mrd. Euro (2009: 21,9 Mrd. Euro).
- In den letzten fünf Jahren stieg der Umsatz im E-Commerce um ca. 10% pro Jahr.
- Insgesamt wurden im Jahr 2010 in Deutschland **1.107.371 personenbezogene Daten** und Passwörter gestohlen → 78.838 Fälle davon traten in Online-Shops auf.

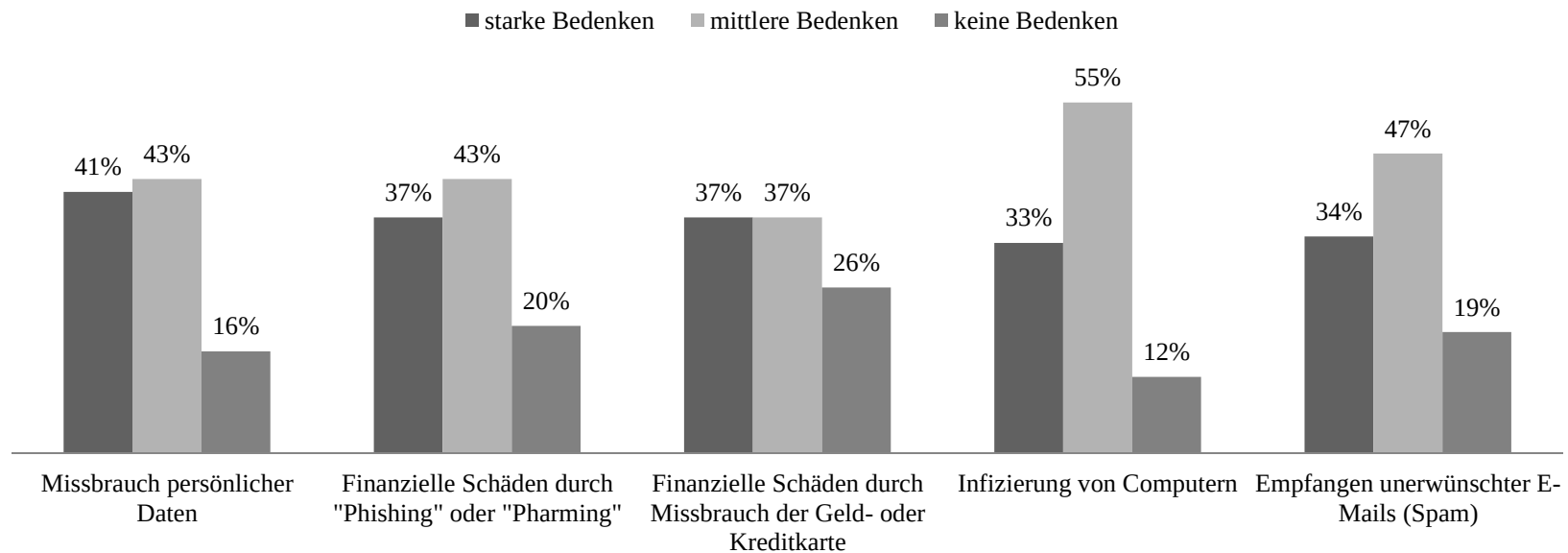
2. Identitätsdiebstahl im Internet



Informationen zu diesem Thema sind in Langform der Studie enthalten.

3. Phänomen

- Kunden fehlt oft das Vertrauen in die Sicherheit der personenbezogenen Daten im elektronischen Handel.
- Studien zeigen, dass sich Konsumenten zunehmend vor dem Diebstahl ihrer personenbezogenen Daten im Internet fürchten.
- Diese Angst bei Konsumenten entsteht in erster Linie durch die Gefahr bei der privaten Internetnutzung, Opfer eines Diebstahls und Missbrauchs persönlicher Daten bei Transaktionen mit Online-Shops und/oder der Nutzung von Online-Banking zu werden.



Quelle: Czajka (2011)

- **Neun von zehn** Internetnutzern **ändern ihr Konsumentenverhalten** wegen Angst vor Identitätsdiebstahl im Internet,
- **30%** reduzieren ihre Internetnutzung,
- **25%** stellten den Erwerb von Produkten und Dienstleistungen im Internet vollständig ein.
- Im Jahr 2006 haben in den EU27-Mitgliedsstaaten **12% der 16- bis 74-Jährigen** keine Waren oder Dienstleistungen über das Internet bestellt, weil sie über die Sicherheit ihrer Kreditkartendaten oder persönlichen Daten besorgt waren.
- Diese konsumentenseitige Angst hat Auswirkungen auf den möglichen zu erzielenden Umsatz im für Unternehmen wichtigen E-Commerce-Kanal.
- Wenn **nur 10%** der Konsumenten auf Bestellungen im Internet aufgrund dieser Angst verzichten, dann entgehen den im Internet operierenden Unternehmen in Deutschland **rund 2,6 Mrd. Euro**.

4. Ziele der Studie & Vorgehensweise



Folgende Aspekte wurden in der Studie untersucht:

1. Wie reagieren im Internet operierende Unternehmen auf die Herausforderung, dass Konsumenten zunehmend Angst vor dem Diebstahl und Missbrauch personenbezogener Daten im Internet haben?
2. Welche Maßnahmen werden durch Unternehmen zum Schutz der Konsumenten vor dem Diebstahl und Missbrauch personenbezogener Daten im Internet in verschiedenen Online-Shops angeboten und wie werden diese an die Konsumenten kommuniziert, um die Angst der Konsumenten diesbezüglich zu reduzieren?

4. Ziele der Studie & Vorgehensweise



- Qualitative Vorgehensweise mittels Leitfadeninterviews
- Stichprobe: Unternehmensangehörige von verschiedenen klein- und mittelständigen E-Commerce-Unternehmen aus dem B2C-Bereich
- Durchführung der Untersuchung: Überwiegend vor Ort bzw. telefonisch
- Datenanalyse: Erfolgte mittels der Software MAXQDA2

Jetzt bestellen!

- Aus den qualitativen Interviews mit Geschäftsführern bzw. Leitern Marketing von mittelständischen Online-Shops/Unternehmen wurden Ergebnisse gewonnen, die konkrete Management-Implicationen enthalten.
- Die vollständige Studie inkl. der Ergebnisse der qualitativen Interviews können unter folgender E-Mail-Adresse bestellt werden:

contact@walshconsulting.de

Quellen sind in Langform der Studie enthalten.