

Cyber-Risiken für Privatkunden nehmen zu: Hilfe durch Software und Versicherungen noch unzureichend

Über 250.000 Internet-Straftaten hat die Polizei vergangenes Jahr deutschlandweit registriert. Die Gefahrenlage bleibt für viele Internet-Nutzer trotzdem weiterhin diffus. Die Verbreitung von Versicherungen als Variante zur Absicherung gegen Cyber-Risiken ist bisher verschwindend gering. Auch deswegen, weil entsprechende Angebote am Markt fehlen oder die wenigen existierenden noch sehr unbekannt sind. Nur ein Prozent der Internetnutzer in Deutschland kann ein konkretes Versicherungsprodukt gegen Cyber-Risiken nennen. Ebenfalls nur ein Prozent der User besitzt solch eine Versicherung. Immerhin liegt die generelle Abschlussbereitschaft für Versicherung zum Schutz gegen Cyber-Risiken derzeit bei 19 Prozent. Dies zeigen die Ergebnisse der aktuellen Studie „CyberRisiken im Privatbereich“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.005 Internet-Nutzer vom 28.10. bis 04.11.2014 repräsentativ befragt wurden.

YouGov-Studie „CyberRisiken im Privatbereich“

Über 250.000 Internet-Straftaten hat die Polizei vergangenes Jahr deutschlandweit registriert. Die Gefahrenlage bleibt für viele Internet-Nutzer trotzdem weiterhin diffus. Die Verbreitung von Versicherungen als Variante zur Absicherung gegen Cyber-Risiken ist bisher verschwindend gering. Auch deswegen, weil entsprechende Angebote am Markt fehlen oder die wenigen existierenden noch sehr unbekannt sind. Nur ein Prozent der Internetnutzer in Deutschland kann ein konkretes Versicherungsprodukt gegen Cyber-Risiken nennen. Ebenfalls nur ein Prozent der User besitzt solch eine Versicherung. Immerhin liegt die generelle Abschlussbereitschaft für Versicherung zum Schutz gegen Cyber-Risiken derzeit bei 19 Prozent. Dies zeigen die Ergebnisse der aktuellen Studie [„CyberRisiken im Privatbereich“](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.005 Internet-Nutzer vom 28.10. bis 04.11.2014 repräsentativ befragt wurden.

Die befragten Internetnutzer sehen im Phishing mit 46 Prozent die größte Gefährdung im Internet. Aber auch Hacking eines Online-Shopping- (43 Prozent) oder Online-Banking-Accounts (41 Prozent), sowie Vermögensschäden durch Identitätsdiebstahl/-missbrauch (37 Prozent) führen die Angst-Hitliste der deutschen Internet-Nutzer an.

Als Informationsquelle zu Risiken und Sicherheit im Netz nutzt die Mehrheit (62 Prozent) zumindest manchmal Nachrichtenseiten im Internet oder Bekannte, Verwandte oder Freunde (63 Prozent). Bereits etwa einem Drittel (32 Prozent) sind negative Erfahrungen mit technischen Schäden oder Datenverlusten wie z. B. durch Infizierungen widerfahren. Fast jeder Zehnte (9 Prozent) hat sogar schon einmal finanzielle Schäden durch Attacken im Online-Banking oder Online-Shopping beklagen müssen.

„Das Risikobewusstsein ist erstaunlich hoch. Eigene Erfahrung oder solche von Freunden sind vielen Usern bekannt. Der Bedarf für entsprechende Versicherungen bietet damit ein Geschäftsfeld mit eindeutigen Wachstumssignalen“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Die Hauptaufgabe der Versicherer wird darin bestehen, Produkte mit einem klaren und greifbaren Kundennutzen zu entwickeln“, so Dr. Gaedeke weiter.

Das für den Konsumenten neue Risikofeld wird in der Studie [„CyberRisiken im Privatbereich“](#) umfassend untersucht, sowie die damit verbunden Handlungsstrategien erfasst. Wo die Internet-Nutzer die Risiken genau sehen und wie sie sich versuchen abzusichern, wird umfassend

dargestellt. Die Studie richtet sich somit an Business Developer und Produktentwickler bei Versicherern, aber auch bei IT-, Software- und Telekommunikationsunternehmen.

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Peter Mannott

- Consultant -

Telefon: 0221 / 420 61 - 370

E-Mail: peter.mannott@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartner-befragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

