

Studie: Jeder zweite Kunde wirft Banken und Versicherungen leichtfertigen Umgang mit dem Datenschutz beim Einsatz sozialer Netzwerke vor

Der Schutz personenbezogener Daten im Bereich Social Media wird von vielen Banken und Versicherungen aus Sicht der Kunden immer noch nicht ernst genug genommen. So werfen 50 Prozent der Bundesbürger der Finanzbranche explizit einen leichtfertigen Umgang mit dem Thema Datenschutz beim Einsatz sozialer Netzwerke vor.

- **Nur 28 Prozent der Deutschen erlauben werbliche Ansprache über Facebook und Co.**
- **Für drei von vier Bundesbürgern ist Datenschutz im Social Web nicht durchsetzbar**

Der Schutz personenbezogener Daten im Bereich Social Media wird von vielen Banken und Versicherungen aus Sicht der Kunden immer noch nicht ernst genug genommen. So werfen 50 Prozent der Bundesbürger der Finanzbranche explizit einen leichtfertigen Umgang mit dem Thema Datenschutz beim Einsatz sozialer Netzwerke vor. Gut jeder fünfte Kunde hält die Datenschutz-Anstrengungen der Finanzdienstleister im Social Web dabei für schwächer als bei den klassischen Kommunikationskanälen Post und Telefon. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung unter 1.000 Personen aus Deutschland, die im Auftrag der Beratungsgesellschaft KWF Business Consultants durchgeführt wurde.

Diese deutliche Kritik hat Folgen: Nur 28 Prozent der Befragten haben bisher ihrer Bank oder Versicherung die Erlaubnis erteilt, sie zu werblichen Zwecken auf Facebook, Twitter und Co. zu kontaktieren, wobei nur gut die Hälfte der für Social-Web-Werbung offenen Kunden überhaupt regelmäßig in sozialen Online-Netzwerken unterwegs ist. Dass die derzeit überwiegend vorsichtige Haltung gegenüber werblichen Web-2.0-Aktivitäten am Ende auch vor Datenmissbrauch schützen wird, glaubt allerdings nur eine Minderheit. Halten doch beispielsweise 72 Prozent der Deutschen das in der neuen EU-Datenschutz-Grundordnung festgeschriebene "Recht, vergessen zu werden" für nicht kontrollierbar, weil es entweder technisch nicht möglich ist (33 Prozent der Befragten) oder die großen Anbieter Wege finden werden, es zu umgehen (39 Prozent).

Hintergrundinformationen

Die Meinungsumfrage "Datenschutz bei Banken und Versicherungen" stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung im Auftrag von KWF Business Consultants dar. Die Grundgesamtheit liegt bei 1.000 Personen aus Deutschland. Es handelt sich dabei um eine bevölkerungsrepräsentative Hochrechnung. Erhebungszeitraum: April 2012.

Pressekontakt:

Jörg Wieneke
- Managing Partner -
Telefon: + 352 / 26350 333
Telefax: + 352 / 26350 433
E-Mail: joerg.wieneke@kwf.lu

KWF Business Consultants S.A.
31, op der Heckmill

6783 Grevenmacher
Luxemburg

KWF Business Consultants S.A.

KWF steht für Kistler, Wieneke & Friends. Die Gründung der Beratungsgesellschaft als Société Anonyme erfolgte 2005 in Luxembourg durch Christian Kistler und Jörg Wieneke. Seit 2007 ist die Gruppe mit der KWF Business Consultants GmbH auch am Finanzplatz Frankfurt vertreten. Die KWF-Gruppe berät Finanzdienstleister in strategischen, organisatorischen und geschäftsprozessbezogenen Fragestellungen. Dabei begleiten erfahrene Berater ihre Kunden in Projekten europaweit - vom Konzept bis zur Umsetzung auf der Basis moderner Methoden und mit klarem Branchenfokus. KWF Business Consultants arbeitet in Kundenprojekten zusammen mit internationalen Partnern und einem Netzwerk von Senior Associates, um für jede Problemstellung immer die jeweils notwendigen Erfahrungen und Fachkenntnisse bereitstellen zu können.

