

**HANDELS  
VERBAND**

mindtake  
RESEARCH

---

# **Einstellungen zu Cyberkriminalität und Onlineshopping**

August/September 2017

- 1 Studieneckdaten**
- 2 Beschreibung der Stichproben**
- 3 Cyberkriminalität**
  - Bekanntheit
  - Relevanz, Gefahren und Schutz für Händler
  - Schutzmaßnahmen
  - Gefahren für Konsumenten
  - Digitalisierung
- 4 Onlineshopping**
  - Einkaufshäufigkeit und Bereiche
  - Sicherheit
  - Gütesiegel – Bekanntheit und Wichtigkeit
  - Zahlungsmöglichkeiten
- 5 Management- Summary**

# Studieneckdaten



## Ziel

Erhebung der aktuellen Einschätzung von Cyberkriminalität unter Händlern und Konsumenten  
Einstellung zum Onlineshopping unter der österreichischen Bevölkerung

## Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI)

## Befragungszeitraum

22.08.2017 – 11.09.2017



30.08.2017 – 05.09.2017

## Zielgruppe

Eigentümer, Geschäftsführer bzw.  
Marketingleiter aus der Handelsbranche  
Rekrutiert über den Handelsverband



Repräsentativ für die österreichische  
Bevölkerung nach: Geschlecht, Alter,  
Bildung und Bundesland  
Rekrutiert über das hauseigene  
Online-Panel „Talk“

## Stichprobengröße

n=55



n=507

## Befragungsdauer

3,57 Min. (Median)



4,92 Min. (Median)

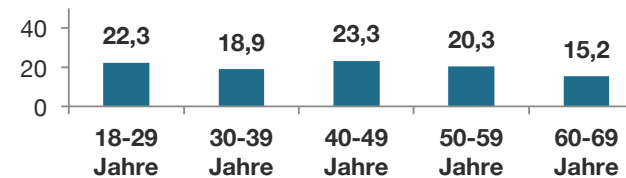
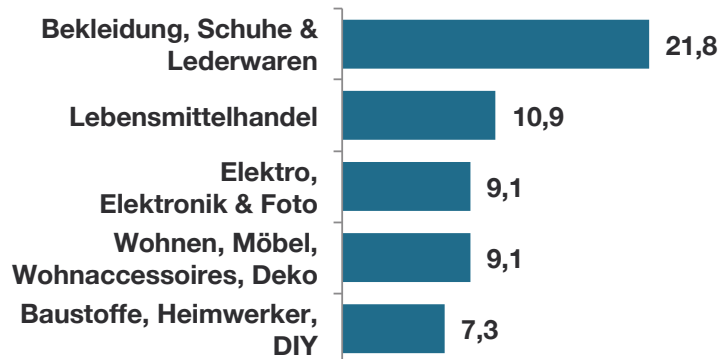
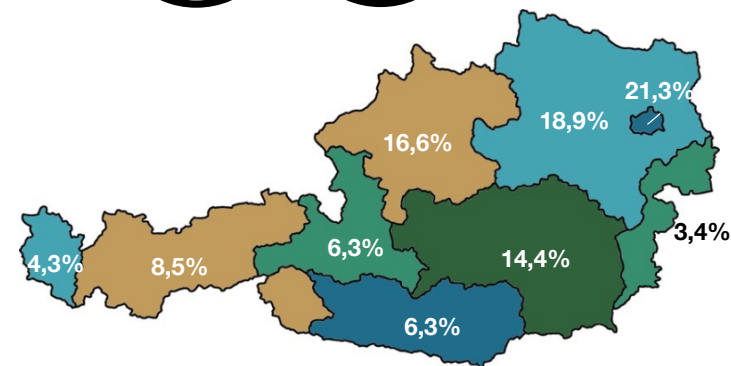
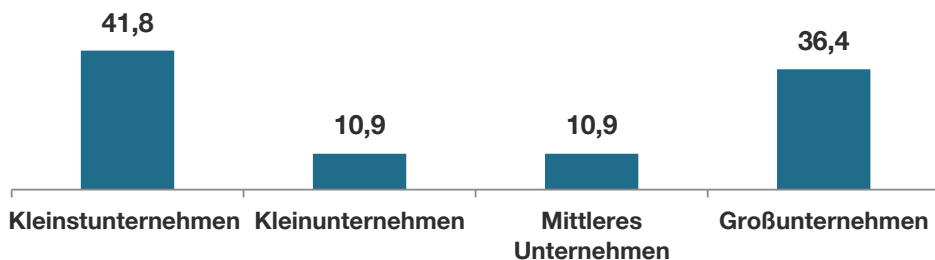


# **1 Beschreibung der Stichproben**

# Beschreibung der Stichproben

## Händler

## Konsumenten



71,2% ohne Matura  
28,8% mit Matura

In %, Einfachantwort, n(Händler)= 55, n(Konsumenten)=507

## **2**

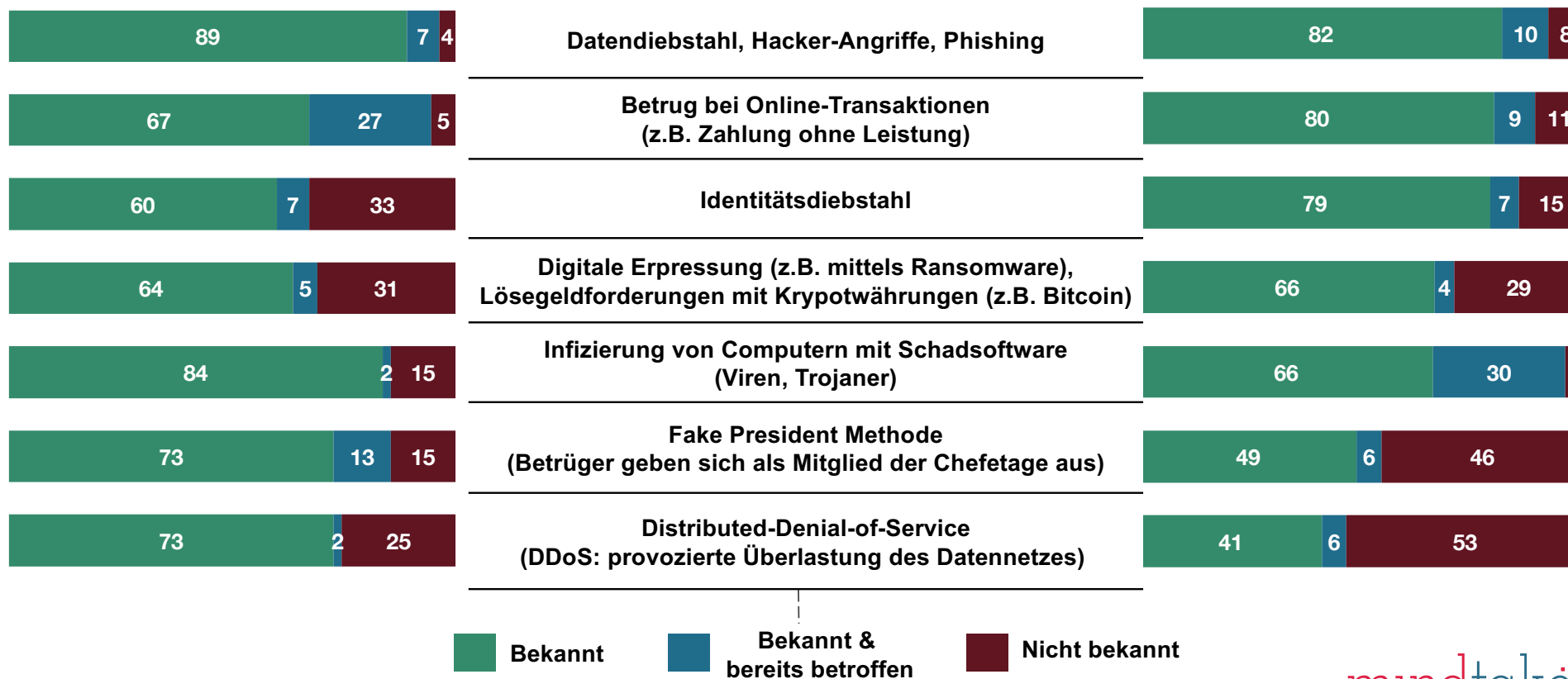
# **Cyberkriminalität**

- **Bekanntheit**
- **Relevanz, Gefahren und Schutzmaßnahmen**
- **Risiken der Digitalisierung**

# Cyberkriminalität Bekanntheit



„Welche der folgenden Formen von Cyberkriminalität kennen Sie bzw. von welchen war Ihr Unternehmen/ waren Sie bereits betroffen?“



In %, Einfachantwort, n(Händler)= 55, n=(Konsumenten)=507

# Cyberkriminalität

## Relevanz, Gefahren und Schutz für Händler



### Händler



Relevanz des Themas Cyberkriminalität im Unternehmen:



■ Sehr wichtig ■ Eher wichtig  
■ Eher unwichtig ■ Sehr unwichtig



Einschätzung der Gefahren von Cyberkriminalität für das Unternehmen:



■ Sehr hoch ■ Hoch ■ Gering ■ Sehr Gering



Einschätzung des Schutzes vor Cyberkriminalität im Unternehmen:



■ Sehr gut ■ Gut ■ Schlecht ■ Sehr schlecht

In %, Einfachantwort, n(Händler)= 55



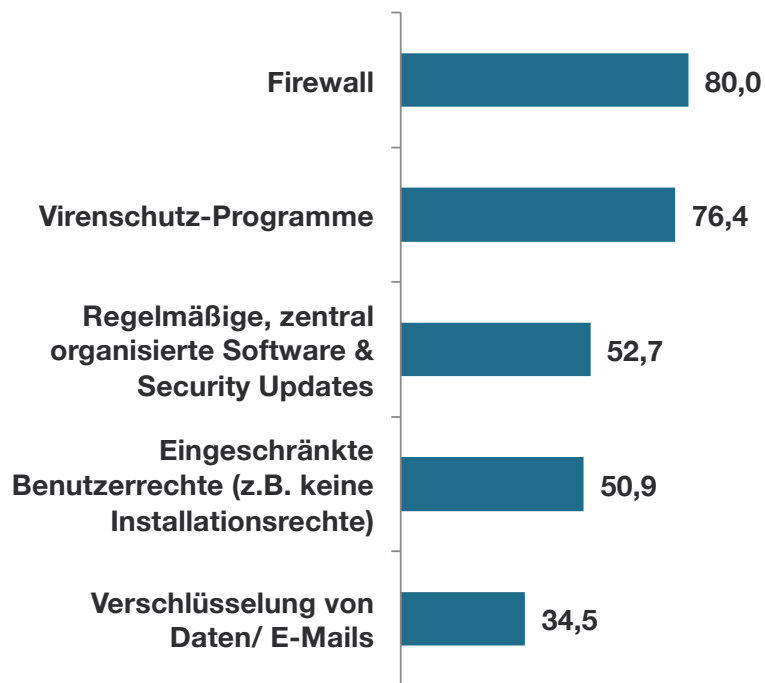
# Cyberkriminalität Schutzmaßnahmen

 Händler

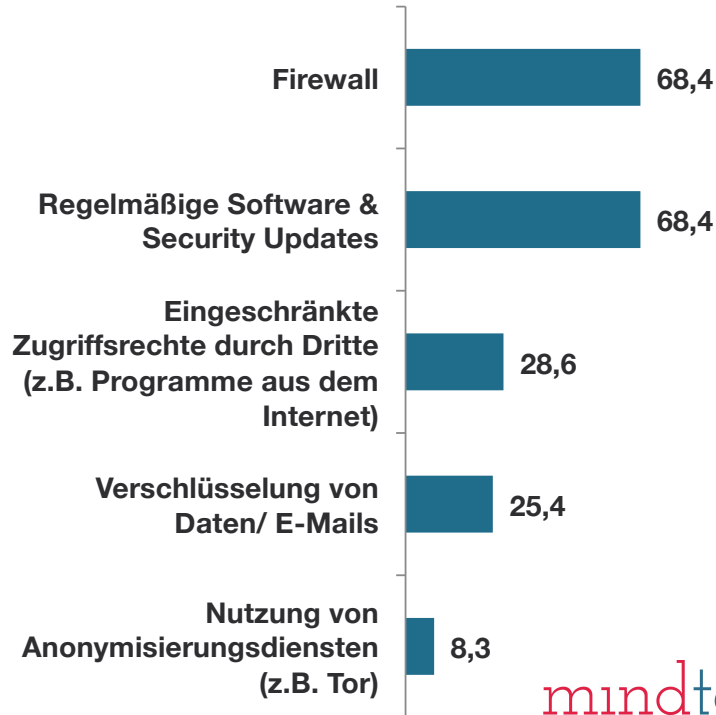
Konsumenten 

„Wie versucht Ihr Unternehmen/ Wie versuchen Sie sich gegen Cyberangriffe zu schützen?“

## Top 5



## Top 5



In %, Mehrfachantwort, n(Händler)= 55, n(Konsumenten)=507

# Cyberkriminalität Gefahren für Konsumenten

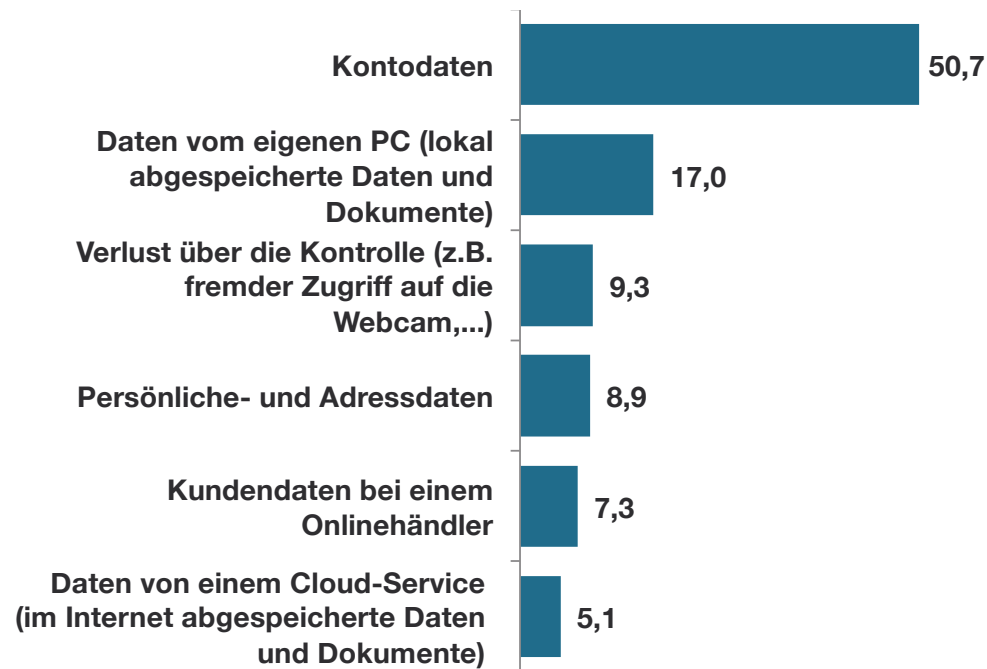
Konsumenten 



Einschätzung der Gefahren von Cyberkriminalität auf dem eigenen Computer:



„Bei welchen Ihrer persönlichen Daten haben Sie am meisten Angst davor Opfer von Cyberkriminalität zu werden?“



In %, Einfachantwort, n(Händler)= 55, n=(Konsumenten)=507

# Cyberkriminalität

## Risiken der Digitalisierung

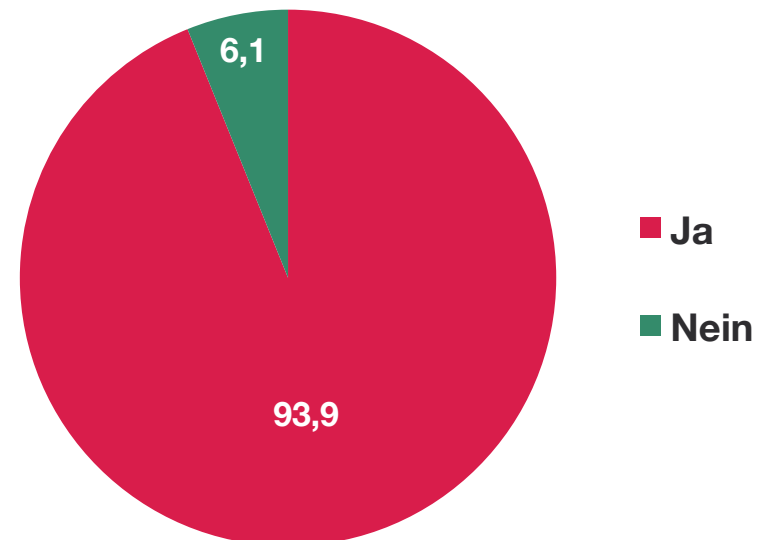
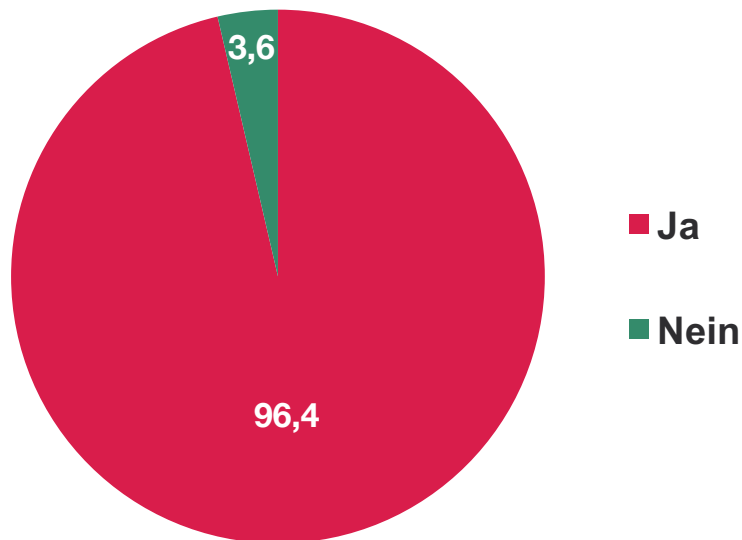


Händler

Konsumenten



„Glauben Sie, dass durch die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung mit dem Internet die Risiken für Cyberkriminalität weiter steigen werden?“



In %, Einfachantwort, n(Händler)= 55, n(Konsumenten)=507

# 3 Onlineshopping

- **Einkaufshäufigkeit und Bereiche**
- **Sicherheit**
- **Gütesiegel- Bekanntheit und Wichtigkeit**
- **Zahlungsmöglichkeiten**

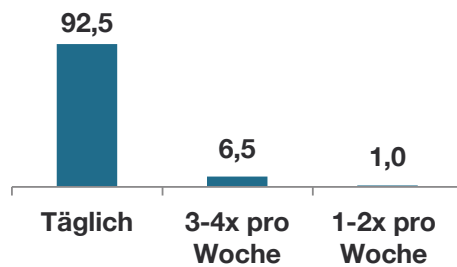
# Onlineshopping

## Einkaufshäufigkeit und Bereiche

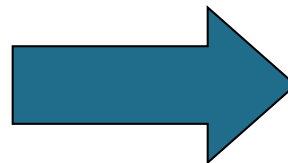
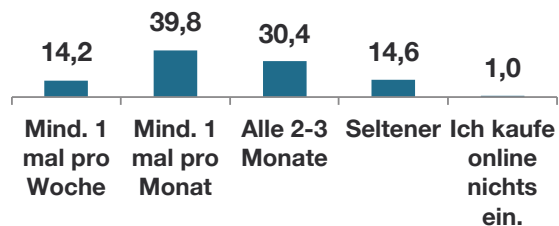
Konsumenten



„Wie häufig nutzen Sie allgemein das Internet?“

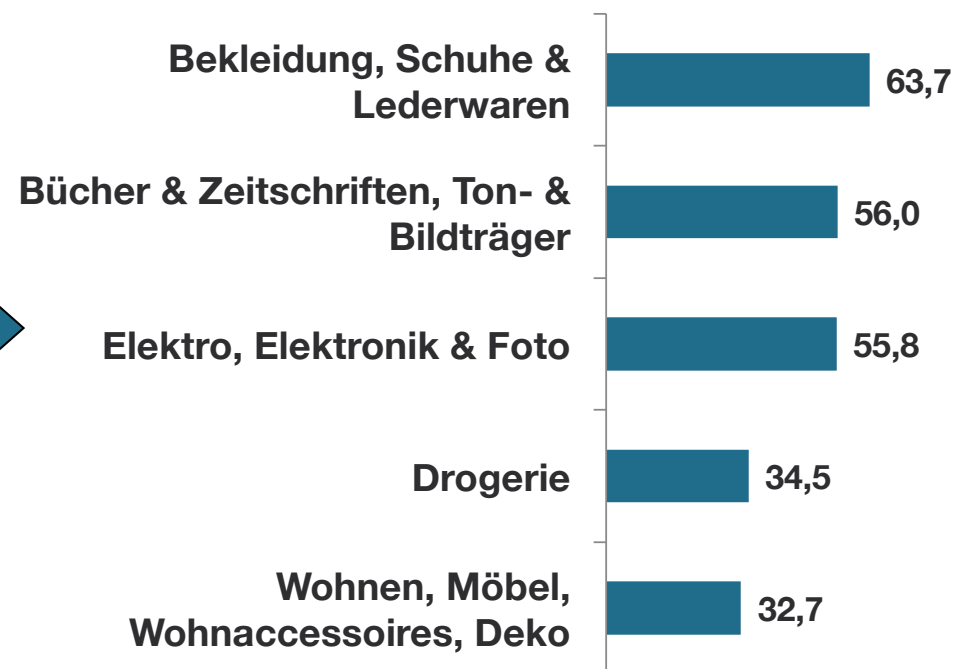


„Wie häufig kaufen Sie etwas im Internet ein?“



Top 5

„Aus welchen Bereichen kaufen Sie online ein?“  
(nur Onlinekäufer)



In %, Einfachantwort, n(Konsumenten)=507, n(Onlinekäufer)=502

# Onlineshopping Sicherheit

## Konsumenten

„Wie hoch ist Ihr Vertrauen bezüglich der Sicherheit Ihrer Daten bei der Verwendung von Onlineshops?“  
(nur Onlinekäufer)



In %, Einfachantwort (Sehr hoch – sehr gering), n(Onlinekäufer)=502

„Welchen Onlineshops vertrauen Sie mehr, österreichischen oder internationalen Onlineshops?“  
(nur Onlinekäufer)



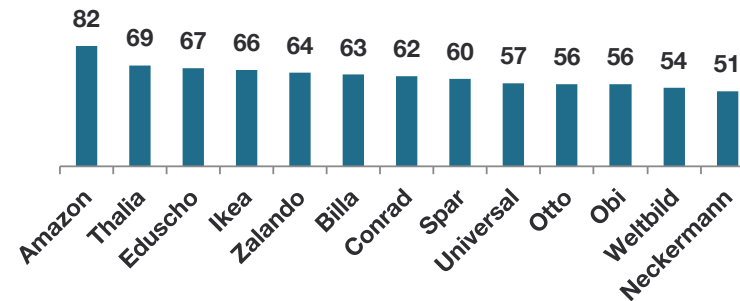
In %, 5-stufiges Semantisches Differenzial, n(Onlinekäufer)=502

„Wie sicher empfinden Sie österreichische Onlineshops ganz allgemein?“  
(nur Onlinekäufer)



In %, Einfachantwort (Sehr sicher- sehr unsicher), n(Onlinekäufer)=502

„Als wie sicher bewerten Sie rein vom Gefühl her folgende Onlineshops?“  
(nur Onlinekäufer)



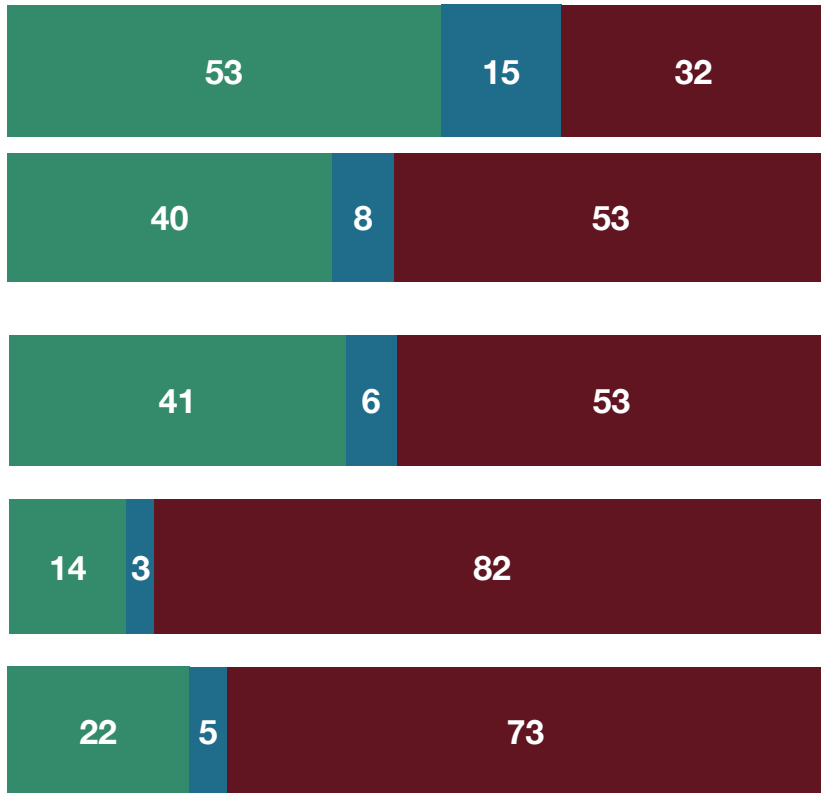
In %, Single-Select-Matrix 4-stufig (sehr sicher – sehr unsicher), Top2 Antworten, n(Onlinekäufer)=502

# Onlineshopping

## Gütesiegel- Bekanntheit und Wichtigkeit

### Konsumenten

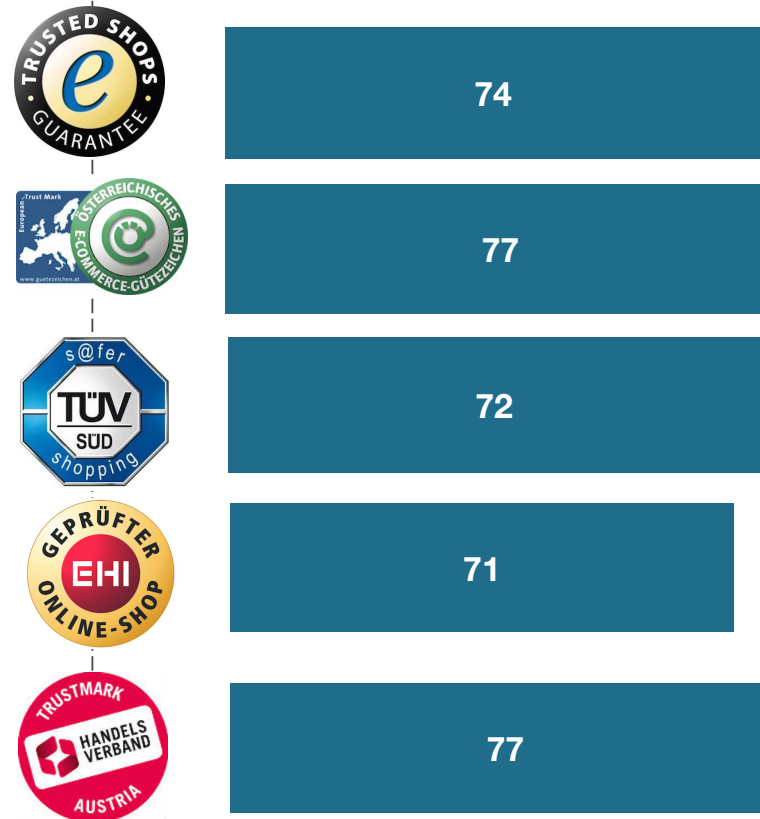
„Sind Ihnen die folgenden Gütesiegel bekannt?“  
(nur Onlinekäufer)



■ Bekannt ■ Bekannt + achte explizit auf dieses Siegel ■ Nicht bekannt

In %, Single-Select-Matrix, n(Onlinekäufer)=502

„Wie wichtig ist Ihnen dieses Gütesiegel für Ihren individuellen Einkauf im Onlineshop?“

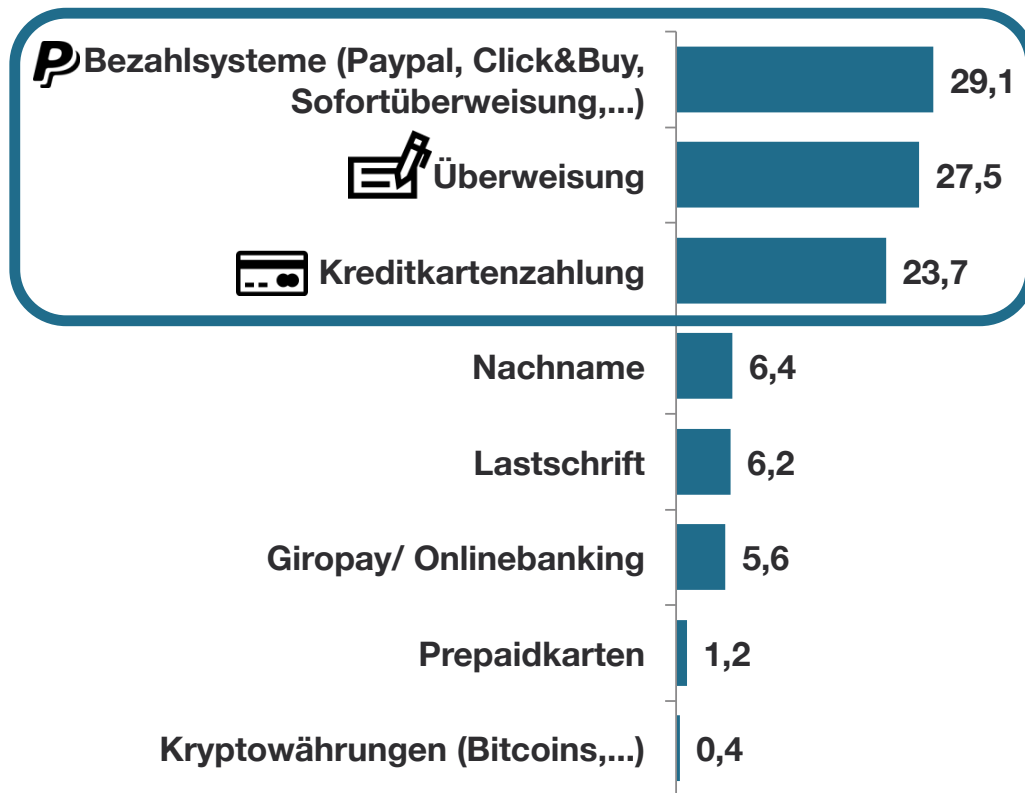


In %, Top 2 Antworten einer 4er Skala, 1= sehr wichtig bis 4= sehr unwichtig  
Frage wurde jenen gestellt, denen das Siegel bekannt ist

# Onlineshopping Zahlungsmöglichkeiten

Konsumenten 

„Welche ist Ihre bevorzugte Zahlungsmöglichkeit bei Onlinekäufen?“  
(nur Onlinekäufer)



„Weil PayPal sehr sicher und rasch ist und der Händler keinerlei Einblick in meine Bankverbindungen bzw. Kreditkartendaten hat.“



„Sicherster Weg- Zuerst Ware, dann Zahlung.“



„Einfache Abwicklung. Zusätzliche Prüfung des Shops durch Kreditkartenfirma.“

In %, Einfachantwort, n(Onlinekäufer)=502

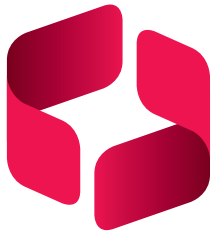


## Cyberkriminalität

- Betreffend unterschiedlicher Arten von Cybercrime kennen sowohl Händler als auch Konsumenten Datendiebstahl, Hacker-Angriffe und Phishing am häufigsten (Bekanntheit unter Händlern: 89%, Bekanntheit unter Konsumenten: 82%).
- Jedoch war nur ein kleiner Teil der befragten Personen tatsächlich von diesen Formen betroffen. Im Gegensatz dazu ist Betrug bei Online-Transaktionen (z.B. Zahlung ohne Leistung) ein Cybercrime-Vorfall, den schon knapp ein Drittel von Händlern (27%) erlebt hat, während Privatpersonen am häufigsten der Infizierung von Computern mit Schadsoftware (Viren, Trojanern) zum Opfer fielen (30%).
- Ein Großteil der befragten Händler (76%) erachtet die Beschäftigung mit Cyberkriminalität im Unternehmen als sehr wichtig oder eher wichtig, jedoch schätzt nur knapp über die Hälfte (54%) die Gefahren, die von der Thematik ausgehen, als sehr hoch oder hoch ein, was auch der Einschätzung der Konsumenten entspricht (54%).
- Mehr als zwei Drittel (71%) der befragten Händler schätzen den aktuellen Schutz gegen Cyberkriminalität im eigenen Unternehmen als sehr gut oder gut ein. Die am häufigsten verwendeten Maßnahmen unter Händlern gegen Cyberkriminalität sind Firewalls und Virenschutzprogramme, während ein Großteil der Konsumenten auf Firewalls und regelmäßige Software – und Securityupdates vertraut.
- Bezüglich Kontodaten bestehen unter Konsumenten am häufigsten Bedenken, dass diese durch Cyberkriminalität bedroht sein könnten – und dies mit beträchtlichem Abstand zu anderen Arten von Zugangs- und Personendaten. Der Zusammenhang zwischen zunehmender Digitalisierung und wachsenden Risiken für Cyberkriminalität ist Händlern und Konsumenten klar.

## Onlineshopping

- Beinahe alle befragten Konsumenten nutzen täglich das Internet, wovon mehr als die Hälfte (54%) mindestens ein Mal pro Monat oder sogar wöchentlich online einkaufen. Bekleidungsartikel, Schuhe und Lederwaren sowie Bücher, Zeitschriften, Ton- und Bildträger zählen hierbei zu den beliebtesten Warengruppen.
- Über zwei Drittel der Konsumenten (79%) gaben an, ein hohes oder eher hohes Vertrauen in die Datensicherheit der verwendeten Onlineshops zu haben. Die Hälfte der befragten Konsumenten (52%) vertraut österreichischen Onlineshops mehr als internationalen, wobei 41% auch den internationalen Shops gleich stark vertrauen. Amazon und Thalia sind jene Onlineshops, die als am sichersten bewertet wurden.
- Unter den Gütesiegeln für Onlineshops ist „Trusted E-Shops“ am bekanntesten (Bekanntheit insgesamt: 68%) und 15% achten beim Onlineeinkauf explizit darauf.
- Bezahlssysteme (z.B Paypal), Überweisungen und Kreditkartenzahlungen sind aus Gründen der Anonymität, Sicherheit und Einfachheit klar die bevorzugten Zahlungsmöglichkeiten bei Onlineeinkäufen.



**HANDELS  
VERBAND**

---

# Danke!

Für Fragen stehen wir  
Ihnen gerne zur Verfügung.

**Handelsverband**

Alser Straße 45, 1080 Wien

Ansprechpartner: Gerald Kühberger

Tel +43 (1) 406 22 36

**MindTake GmbH**

Karlsgasse 7, 1040 Wien

Ansprechpartner: Petra Kacnik-Süß

Tel +43-1-228 88 1016