

EOS
studie 2020



Was sind Daten wert?



Digitales Vertrauen zahlt sich für Unternehmen aus

Der verantwortungsvolle Umgang mit dem gewinnbringenden Gut „Digitale Daten“ ist wichtiger denn je. Sie helfen Unternehmen, ihre Kund*innen und deren Wünsche besser zu verstehen sowie auf Markttrends zu reagieren. Die Datenpreisgabe von Verbraucher*innen ist jedoch maßgeblich an Vertrauen gekoppelt. Ein Drittel der Befragten in Europa und den USA würde die eigenen Daten für eine konkrete Gegenleistung preisgeben. In Russland sind es sogar 50 Prozent.

66

Prozent

der Europäer*innen, 58 Prozent der Amerikaner*innen und sogar 81 Prozent der befragten russischen Verbraucher*innen klagen, viele Online-Dienste nicht nutzen zu können, wenn sie ihre Daten nicht teilen.

68

Prozent

der Europäer*innen sind sich des Wertes ihrer persönlichen Daten nicht bewusst (USA 62 %, Russland 73 %).

61

Prozent

der Europäer*innen und 62 Prozent der US-Amerikaner*innen fordern, dass sie für die Bereitstellung ihrer Daten an Unternehmen finanziell entschädigt werden. In Russland sind es sogar 70 Prozent.

Über die EOS Studie „Was sind Daten wert?“ 2020

Die EOS Studie, die in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut Kantar im Frühjahr 2020 durchgeführt wurde, ist repräsentativ für die (Online-)Bevölkerung ab 18 Jahren in den 17 untersuchten Ländern. Eine Stichprobe von jeweils 1.000 Befragten aus Belgien, Bulgarien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Kroatien, Polen, Rumänien, der Schweiz, Serbien, der Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien, den USA und Russland, sowie von 300 Befragten aus Nordmazedonien wurde für die Auswertung verwendet. Die Teilnehmer*innen beantworteten Fragen zu ihrem persönlichen Umgang mit Daten und deren Freigabe, ihrem Vertrauen in Unternehmen sowie ihrer Bereitschaft, Daten gegen Vergütung zu veräußern.

Weitere Studien-Ergebnisse und Infografiken zum Download finden Sie unter: eos-solutions.com/datenstudie2020

Bei Nutzung der Daten aus dieser Studie bitte Quelle (EOS Studie „Was sind Daten wert?“ 2020) angeben.



Digitales Vertrauen

• Skepsis bei Freigabe von Daten

Trotz der grundsätzlichen Bereitschaft sind viele Verbraucher*innen noch skeptisch, wenn es darum geht, Daten im Netz zu teilen. Dass bestimmte Services nur mit einer Fülle an Daten vollumfänglich genutzt werden können, fördert das Misstrauen gegenüber Unternehmen und erklärt die allgemeine Skepsis. Jede*r fünfte Verbraucher*in hat im Internet bereits schlechte Erfahrungen mit der Verwendung persönlicher Daten gemacht.

• Daten werden unterschiedlich bewertet

Trotzdem geben Verbraucher*innen von Kontaktinformationen bis zu Kauf- und Bewegungsprofilen viel über sich preis, weil sie die Bedeutung einzelner Datenarten unterschiedlich gewichten: Finanzdaten werden als besonders sensibel eingestuft, während etwa Fitness- oder Konsumdaten vielen Nutzer*innen als weniger schützenswert gelten.

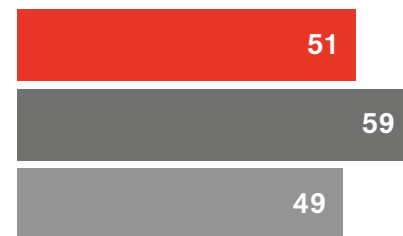
• Kundenwünsche erkennen, Unternehmen stärken

„Statt des Mottos ‚Haben ist besser als nicht haben‘ verfolgen wir einen Minimierungsansatz und erheben Daten immer nur zweckgebunden“, erklärt Stephan Bovermann, Senior Group Privacy Officer der EOS Gruppe. Für viele Unternehmen aber bleibt die Herausforderung, auf das Misstrauen der Kund*innen angemessen zu reagieren. Die digitale Welt ist ein Gleichmacher. Wer Teil des digitalen Kosmos sein möchte, trifft im internationalen Vergleich auf die gleichen globalen Player und ist deren Regeln unterworfen. Viele Befragte haben das Gefühl, oftmals keine Wahl in Bezug auf die Freigabe ihrer Daten zu haben. Umso wichtiger ist es, dass Unternehmen die Wünsche der Kund*innen respektieren und Transparenz schaffen. Nur so lässt sich auf Augenhöhe miteinander ins Geschäft kommen.

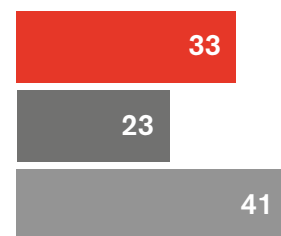
Vertrauen bei Datenfreigabe ist ausbaufähig

Nur 33 Prozent der Europäer*innen vertrauen darauf, dass Unternehmen mit ihren digitalen Daten verantwortungsbewusst umgehen. Dabei genießen Finanzdienstleister einen gewissen Vertrauensvorsprung in Sachen Datennutzung. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, ihre Prozesse durch effizienten Dateneinsatz zu verbessern – und gleichzeitig nur die Daten abzufragen, die notwendig sind. Auf diese Datensparsamkeit setzt der Inkassodienstleister EOS. Denn der verantwortungsvolle Umgang mit Daten und eine hohe Produkt- und Servicequalität schaffen Vertrauen.

„Ich bin skeptisch bei der Freigabe meiner Daten an Unternehmen.“



„Ich vertraue darauf, dass Unternehmen mit meinen digitalen Daten verantwortungsbewusst umgehen.“



„Wir müssen auf dem Weg zu mehr digitalem Vertrauen einen Spagat schaffen: Als Unternehmen benötigen wir Daten für ein individuelles Forderungsmanagement, fokussieren uns aber zugleich auf die Daten, die wir wirklich brauchen. Schon beim ersten Kontakt mit den säumigen Zahlern informieren wir sie über den Datenschutz und machen die Datenkategorien transparent, die wir nutzen.“

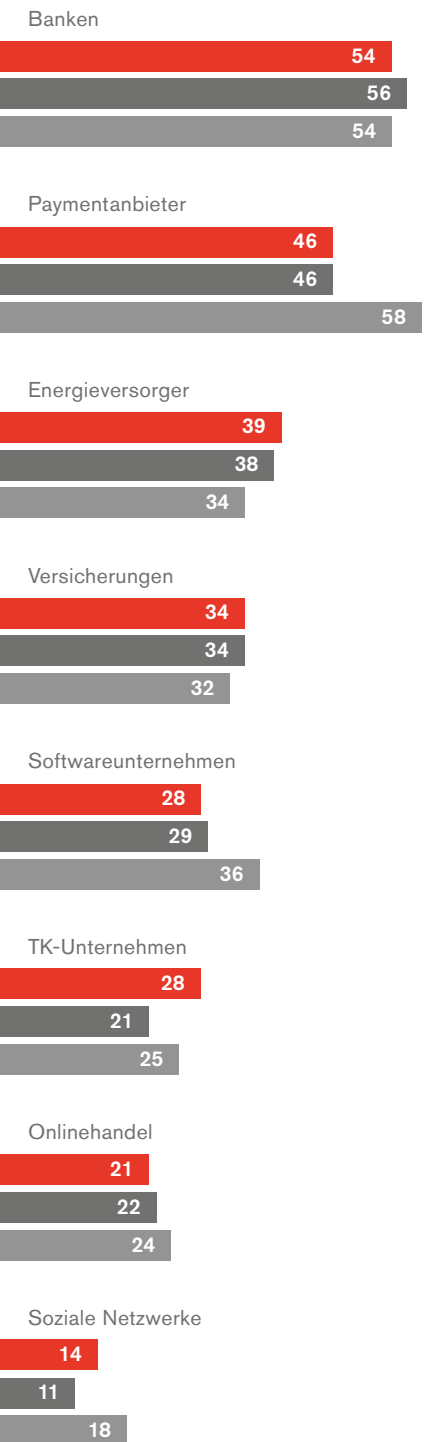
Stephan Bovermann,
Senior Group Privacy Officer
EOS Holding

Angaben in Prozent



Branchen im Vertrauenscheck

Kunden verlassen sich in erster Linie auf Banken

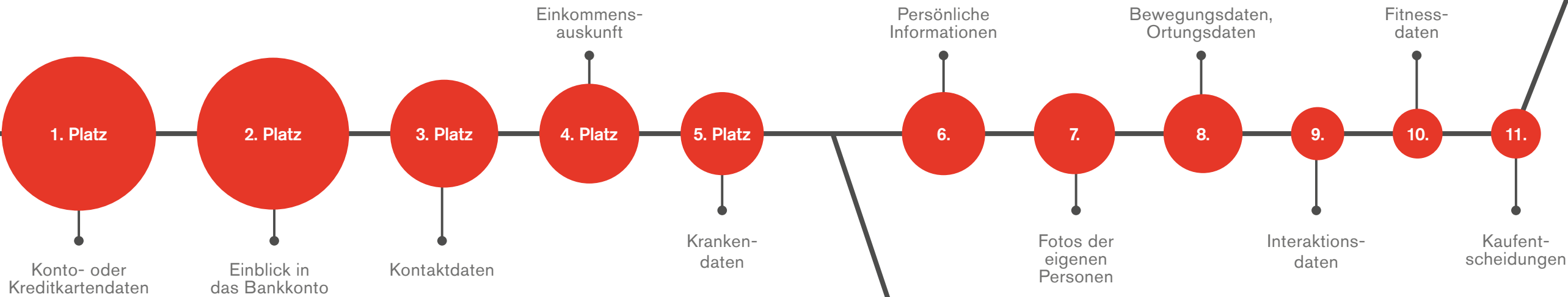


Schutz der Finanzdaten am wichtigsten

In Europa sind Verbraucher*innen vor allem bei Freigabe von Informationen zu Konten oder Kreditkarten vorsichtig – diese belegen die Spitzenpositionen, wenn es um die Sensibilität von Daten geht. In den USA und Russland wird die Sensibilität von verschiedenen Datenarten übrigens ähnlich bewertet. Trotz einer gewissen Skepsis bieten sich auch Chancen für Unternehmen: Denn einige Datenarten werden weniger sensibel eingestuft. Kunden sind eher bereit, diese Informationen zu teilen.

Europa-Ranking

Diese Daten sind für Verbraucher*innen am sensibelsten



„In unseren Serviceportalen können säumige Zahler*innen ihre Schulden ohne Angabe personenbezogener Daten begleichen. Zur Zuordnung des Geldeingangs reicht in den meisten Fällen schlicht die Eingabe der Forderungsnummer. So können Nutzer auf dem Portal anonym unterwegs sein. Das schafft Vertrauen und steigert die Zahlungsquote.“

Esther van Oirsouw,
Head of Portals & Integration
EOS Technology Solutions





Daten als Währung

Daten als starke Währung

Für Unternehmen lohnt es sich, ihre Kund*innen zur Freigabe von Informationen anzuregen. So lässt sich die Entwicklung neuer Produkte vorantreiben bzw. lassen sich so die Bedürfnisse von Kund*innen individueller analysieren. Doch nur wer einem Unternehmen vertraut, gibt seine Daten eher weiter. Hier liegt die große Chance für Unternehmen, wie die EOS Studie beweist: In Europa und den USA ist ein Drittel der Verbraucher*innen bereit, für eine Gegenleistung Daten zu teilen.

Mehrheit würde Daten an vertrauenswürdige Unternehmen verkaufen

In China gehört die Entlohnung für Daten per App an Unternehmen bereits zum Alltag. Für die Datenweitergabe erhalten Kund*innen Rabatte und kleine Geschenke – und können mit personalisierten Angeboten angesprochen werden. Ein Geschäft auf Gegenseitigkeit, das zeigt: In der digitalen Welt sind Daten wie Geburtsdatum, Adresse und Kaufverhalten zu einem zentralen Wirtschaftsgut geworden. Laut EOS Studie würde die deutliche Mehrheit der Verbraucher*innen einem vertrauenswürdigen Unternehmen mindestens eine persönliche Angabe für Geld verkaufen.

Daten für Cash und Rabatte

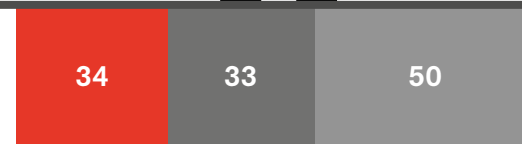
Bereits jeder Sechste ist das Geschäft „Daten für Gegenleistung“ eingegangen. In Europa sind es 18 Prozent, in den USA 19 Prozent und in Russland 15 Prozent. Insgesamt wäre aber jede*r Dritte bereit, persönliche Daten preiszugeben. Damit übersteigt das Angebot die tatsächliche Nachfrage von Unternehmen, denn bislang wurde laut Studie nur jedem*jeder Fünften ein solcher Deal angeboten.

Gegenleistung forciert Datenfreigabe

Daten helfen Unternehmen, die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Kund*innen zu erkennen. Interessante Gegenleistungen für Daten sehen Verbraucher dabei in Sachprämien und Warenzugaben, Rabatten und Treuepunkten. Eine klare Mehrheit würde einem vertrauenswürdigen Unternehmen sogar mindestens eine persönliche Angabe verkaufen. Voraussetzung: Das Unternehmen hält sich an die gesetzlichen Richtlinien für Datenschutz. Hier eröffnen sich neue Chancen für Unternehmen und Kund*innen.



„Ich bin bereit meine Daten mit Unternehmen zu teilen, wenn ich dafür eine Gegenleistung erhalte.“

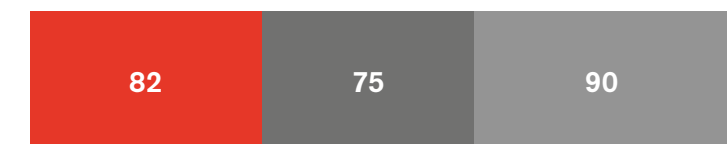
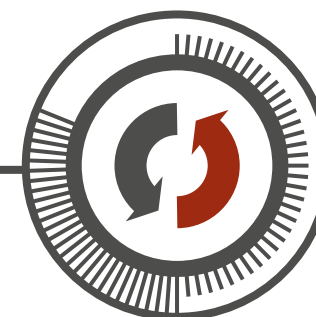


„Schon heute werden Ratenpläne in fast allen EOS Ländern auf Basis intelligenter Datenanalyse erstellt. Es liegt im Interesse aller Beteiligten, einen Forderungsfall möglichst schnell abzuschließen, um Kosten auf beiden Seiten zu sparen. Dabei helfen Daten. Je eher der Kontakt zustande kommt und je besser die Zahlungsvereinbarung eingehalten werden kann, desto eher kommt der Gläubiger an sein Geld und der Verbraucher wird schuldenfrei. Daten preiszugeben kann also durchaus im Sinne des säumigen Zahlers sein.“

Joachim Göller,
Head of Center of Analytics,
EOS Holding



„Gegen Geld bin ich bereit, mindestens eine persönliche Angabe einem vertrauenswürdigen Unternehmen zu verkaufen.*“



*Wenn man einem Unternehmen vertraut, dass es die Datenschutzrichtlinien einhält

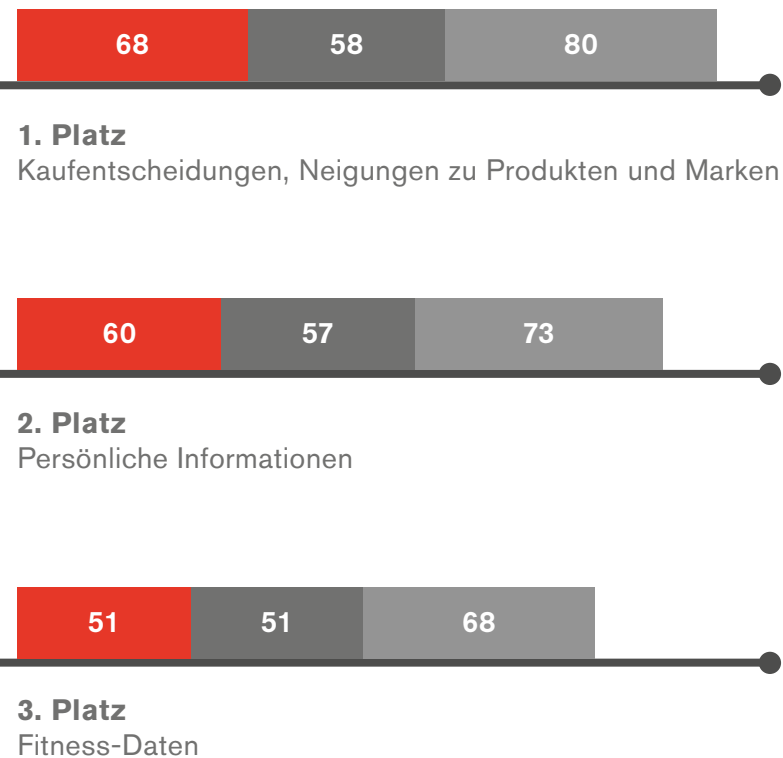
Angaben in Prozent



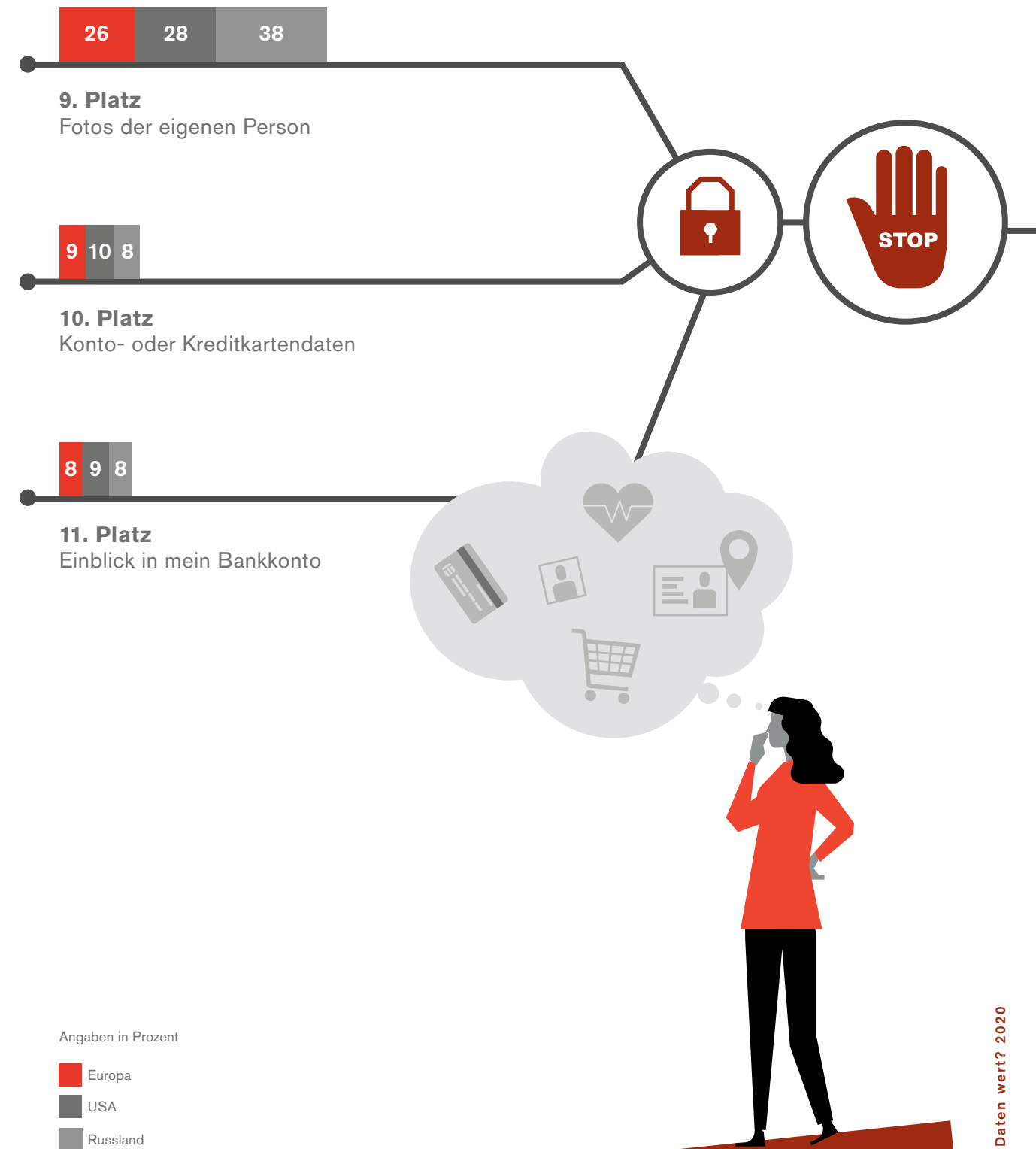
Verbraucher*innen verraten potenziell viel*

Menschen unterscheiden deutlich zwischen verschiedenen Arten von Informationen: Als besonders sensibel werden Bankdaten betrachtet – nur acht Prozent der befragten Personen in Europa würden diese gegen Bezahlung teilen. Am wenigsten Bedenken haben die Verbraucher*innen bei der Weitergabe von Kaufentscheidungen oder Informationen über Marken- und Produktvorlieben – in Europa sind 68 Prozent der Befragten bereit, diese gegen Bezahlung weiterzugeben. Die Bereitschaft zur Freigabe von Daten an vertrauenswürdige Unternehmen übersteigt das tatsächliche Angebot an Gegenleistungen seitens der Firmen. Ein Potenzial, das Unternehmen künftig zur Gewinnung relevanter Daten nutzen können.

Vertrauen verstärkt die Datenpreisgabe



*Wenn man einem Unternehmen vertraut, dass es die Datenschutzrichtlinien einhält



Angaben in Prozent

Europa
USA
Russland



EOS Gruppe



EOS Gruppe



@EOSGruppe



@eos_solutions



EOSHamburg

eos-solutions.com/datenstudie2020

**Sie möchten mehr
Informationen rund um
unsere Studie?
Kontaktieren Sie uns:**

+49 (0)40 28 50-1222
presse@eos-solutions.com

EOS auf einen Blick

1974 entstand EOS als Inkassotochter des Otto-Konzerns in Deutschland. Heute sind wir einer der führenden technologiebasierten Finanzinvestoren und Experte bei der Bearbeitung offener Forderungen. In 26 Ländern setzen Kunden aus allen Branchen auf EOS. Für Europas Banken sind wir einer der führenden Käufer von „faulen“ Krediten (Non-Performing Loans, kurz NPL). Wir übernehmen das Forderungsmanagement für Unternehmen, Gemeinden und Verwaltungen, auch über Landesgrenzen hinweg. Mit unseren Leistungen sichern wir Liquidität, Investitionen und Arbeitsplätze. Unser wichtigstes Investment aber sind die Mitarbeiter*innen, die mit Hilfe von modernster Technologie Tag für Tag ihr Bestes geben.

EOS Holding GmbH
Steindamm 71
20099 Hamburg
+49 (0)40 28 50-0
www.eos-solutions.com