

EOS Studie: Jeder dritte Verbraucher in Deutschland ist zum Datenverkauf bereit

- **Chance für Unternehmen: Mehr als ein Drittel der Befragten befürwortet „Gegenleistung für Daten“**
- **Erst 23 Prozent wurde bereits ein Angebot zur Datenpreisgabe gemacht**
- **Mehrheit der Deutschen ist der Wert ihrer persönlichen Daten nicht bewusst**

Hamburg, 6. Oktober 2020 – In der heutigen digitalen Welt sind Daten wie Kontonummer, Geburtsdatum, Adresse, Gesundheitsfakten oder Kaufverhalten zu einem wichtigen Wirtschaftsgut geworden. Daher bestimmen Fragen nach dem Umgang mit Daten und ihrem Wert immer stärker den öffentlichen Diskurs. Das bestätigt auch eine aktuelle **repräsentative Studie in 17 Ländern des Finanzdienstleisters und -investors EOS zum Thema „Was sind Daten wert?“**. Demnach finden fast 60 Prozent der deutschen Verbraucher*innen, dass sie für die Nutzung ihrer Daten entschädigt werden sollten. Dabei überrascht die Bereitschaft zum Datenverkauf hierzulande: Mit 36 Prozent liegen die Deutschen ganz leicht über dem europäischen Durchschnitt (34 Prozent) und sind nicht so vorsichtig, wie es ihrem Ruf entspricht – bei den unter 35-Jährigen steigt die Zahl sogar auf fast die Hälfte (46 Prozent). Immerhin 22 Prozent sind den Deal „Datenpreisgabe mit Gegenleistungen“ sogar schon eingegangen – ebenfalls mehr als der europäische Durchschnitt (18 Prozent).

Vertrauen und Art der Daten sind entscheidend für die Preisgabe

Die Bereitschaft, persönliche Informationen mit Firmen zu teilen, hängt vom Vertrauen in deren Umgang mit den Daten ab, vor allem von der Einhaltung gesetzlicher Richtlinien. Ebenso relevant ist jedoch die Art der Daten. So würden laut EOS Studie rund 60 Prozent der Deutschen einem vertrauenswürdigen Unternehmen persönliche Informationen oder Daten zu Kaufentscheidungen sowie Vorlieben für Produkte und Marken gegen Geld preisgeben. Auch Interaktionsdaten oder Daten zum Surfverhalten sind eher unproblematisch (45 Prozent). Konto- oder Kreditkartendaten sowie Einblicke ins Bankkonto sind hingegen für eine große Mehrheit zu sensibel, um sie zu veräußern (unter 10 Prozent). Nach dem konkreten Vergütungswunsch gefragt, sind für rund die Hälfte der Befragten in Deutschland vor allem Sachprämien und Rabatte attraktiv, während ein privilegierter Kundenstatus (18 Prozent) und bessere Serviceleistungen (13 Prozent) weniger gefragt sind.

Datenbasierte Analysen und maßgeschneiderte Lösungen

Die Studie verdeutlicht: Unternehmen schöpfen das Potenzial oftmals noch nicht aus, ihre Kund*innen zur Freigabe von Informationen anzuregen und diese Daten sinnvoll zu nutzen. Dass sich das lohnen kann, zeigt der Blick ins Forderungsmanagement. „Wir werten Inkassovorgänge aus, um mithilfe von Machine-Learning-Algorithmen unsere Dienstleistung stetig zu verbessern“, erläutert Jakob Spitzer, Bereichsleiter Analyse & Steuerung bei EOS Deutscher Inkasso-Dienst: „Für einen angemessenen Umgang mit Daten bietet die Rechtsgrundlage gerade in Deutschland eine sehr gute Voraussetzung. Über eine fundierte Datenbasis ermitteln wir die effizienteste Next-Best-Action im Inkassoprozess. Daten sind für uns der Treibstoff für analytische Entscheidungen und entsprechend wertvoll. Je besser die verfügbaren Daten sind, desto besser für alle Seiten. Denn auch die säumigen Zahler*innen profitieren von realistischen Zahlungsplänen.“

Dr. Henning Stolze, Leiter Data Governance & Data Management, EOS Deutscher Inkasso-Dienst, fügt hinzu: „Unternehmen müssen den Schritt machen, die Gegenleistung für Daten sowie deren Nutzen klarer auszuweisen. Also auch die Möglichkeiten aufzuzeigen, was man als Verbraucher*in konkret dafür bekommt, wenn man Daten zur Verfügung stellt. So können beide Seiten profitieren.“

Unklarheit zum Wert von Daten

Laut der EOS Studie ist erst jedem fünften Deutschen für die Preisgabe bestimmter Daten eine Gegenleistung angeboten worden. Mit Blick auf den konkreten monetären Gegenwert herrscht aber noch Unklarheit: So glauben 65 Prozent der Deutschen, dass dem Großteil der Verbraucher*innen der monetäre Wert ihrer Daten nicht bewusst ist. 78 Prozent der Befragten würden einem vertrauenswürdigen Unternehmen selbst persönliche Informationen verkaufen, jedoch hat nur knapp die Hälfte von ihnen (47 Prozent) dafür eine konkrete Preisvorstellung im Kopf: Diese liegt für rund 43 Prozent bei unter 50 Euro und für weitere 20 Prozent im Bereich bis 100 Euro. 17 Prozent wären hingegen für einen Betrag von bis zu 500 Euro zur Preisgabe von Daten bereit und für jeden Fünften müssten sogar mehr als 500 Euro als Gegenleistung fließen.

„Die Unsicherheit zum Wert von Daten betrifft alle gleichermaßen – ob Verbraucher*innen oder Unternehmen“, so Stolze. „Jeder kennt den Spruch ‚Daten sind Gold‘, aber was heißt das eigentlich? Bei uns ist daraus ein Projekt entstanden, in dem wir die für uns wertvollsten Datenfelder definiert und dafür einen möglichst konkreten Wert anhand von relevanten Parametern wie Risikovermeidung oder



Kostenreduzierung bestimmt haben. Wenn wir als Unternehmen festlegen, was uns Daten wert sind, lassen sich auf dieser Basis sehr fundierte Entscheidungen treffen. Denn wer sich den Wert von Daten bewusst macht, geht besonders sorgsam mit ihnen um. Diese Diskussion wird die nächsten Jahre sicher weiter bestimmen.“

Über die repräsentative 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, Russland, der Schweiz, Serbien, der Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien und den USA 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 Studienergebnisse und Infografiken sowie das kostenlose Whitepaper zum Download finden Sie unter: <https://de.eos-solutions.com/data-survey-2020>

Über die EOS Gruppe

Die EOS Gruppe ist einer der führenden technologiebasierten Finanzinvestoren und Experte bei der Bearbeitung offener Forderungen. Schwerpunkt ist der Ankauf von unbesicherten und besicherten Forderungsportfolios. Mit über 40 Jahren Erfahrung und Standorten in 26 Ländern bietet EOS seinen rund 20.000 Kunden weltweit smarte Services rund ums Forderungsmanagement. Hauptzielbranchen sind Banken, Versicherungen, Versorgungsunternehmen, der Immobiliensektor sowie E-Commerce. EOS beschäftigt mehr als 7.500 Mitarbeiter*innen und gehört zur Otto Group.

Weitere Informationen zur EOS Gruppe: www.eos-solutions.com

Pressekontakt

Daniel Schenk, Senior Public Relations Consultant
Tel.: +49 40 2850-2291, E-Mail: d.schenk@eos-solutions.com