MEDIENINFORMATION

Eine ambivalente Beziehung?!
Datenschutz und Datensicherheit beim Video-Streaming im Alltag:
So sorglos gehen die Österreicher\*innen mit ihren persönlichen Daten im Home-Office und Home-Schooling um…

**Wien/Klagenfurt, 24. November 2021**. **Österreich ist wieder in einem bundesweiten Lockdown um die vierte Corona-Welle zu brechen. Virtuelle Meetings im Home-Office, die Teilnahme an Online Live-Events, Webinaren oder Workshops und Home-Schooling der Kinder über E-Learning-Plattformen stehen daher wieder verstärkt auf unserer Tagesordnung. Dafür nutzen wir regelmäßig, ob bewusst oder unbewusst, die Technologie des Video-Streamings. Aber wissen die Österreicher\*innen, was mit ihren personenbezogenen Daten passiert, wenn sie oder ihre Kinder an Videokonferenzen, Online-Events oder E-Learning-Einheiten teilnehmen? In einer aktuellen repräsentativen Umfrage im Auftrag von Streamdiver, dem österreichischen Anbieter für Business-Video-Streaming, hat INTEGRAL unter 1.000 Österreicher\*innen zwischen 18 und 65 erhoben, wie sorglos unser Umgang mit persönlichen Daten ist…**

„Die Nutzung von Video-Streaming und der Einsatz von informations- und kommunikationstechnischen Tools und Services hat im Business wie im Privatleben seit Ausbruch der Corona-Pandemie stark zugenommen. Damit sind auch die Angriffsflächen und verbundenen Risiken im Zusammenhang mit Datensicherheit und Datenschutz größer geworden. Mit dieser Studie wollen wir vor allem das Bewusstsein der Österreicher\*innen im Umgang mit ihren personenbezogenen Daten schärfen. Denn leider gehen wir immer noch viel zu sorglos damit um“, so Christian Tautschnig, Gründer, CEO Streamdiver.

**YouTube dominiert vor Facebook und Instagram**YouTube ist das mit Abstand meistgenutzte Tool und Service, auf dem die Österreicher\*innen Inhalte „streamen“. 75 Prozent nutzen es gleichermaßen privat wie beruflich. Bei Männern (78 Prozent) und Wiener\*innen (82 Prozent) ist der Anteil der YouTube Nutzer\*innen sogar noch höher. Dahinter folgen Facebook mit 51 Prozent und Instagram mit 36 Prozent. Spannend: 16- bis 29-jährige Österreicher\*innen nutzen verstärkt Instagram, Microsoft Teams, Zoom und TikTok. Während bei 30- bis 40-Jährigen besonders Facebook vermehrt im Einsatz ist.

„Alle Top 3 Services der bekannten Anbieter sind kostenlos. Sie finanzieren sich daher über Werbung, die auf Basis der im Hintergrund verwendeten Userdaten ausgespielt wird und den Verkauf der gesammelten Daten. Daher muss uns bei der Verwendung dieser Tools und Services klar sein, dass wir YouTube, Facebook & Co eine unkontrollierbare Nutzung unserer Personendaten erlauben“, erklärt Arnold Blüml, Gründer, CMO Streamdiver.

**Business as usual…**‚Video-Conferencing‘ ist und bleibt überwiegend ein berufliches Thema: Seit Ausbruch der Corona-Pandemie ist die Nutzung in Österreich stark gestiegen, allerdings nur im beruflichen Umfeld. Fun Fact: Die Präferenz für spezifische Video-Conference-Tools ist in Österreich geschlechterabhängig: Männer verwenden gerne Microsoft (MS) Teams, Cisco Webex und Google Meet, Frauen kommunizieren lieber via Zoom.

**Corona: DER Booster für Video-Streaming?!**Rund 4 von 10 Österreicher\*innen haben im letzten Jahr Video-Streaming privat zur Unterhaltung verwendet oder privat Videos auf Websites angesehen. Dahinter folgt der Einsatz für Ausbildungszwecke und Home-Schooling in Haushalten mit Kindern: immerhin nehmen 42 Prozent der Kinder an Videokonferenzen teil, 37 Prozent greifen auf E-Learning Plattformen zu. Erwachsene Österreicher\*innen nutzen Video-Streaming im beruflichen Kontext zum Beispiel für die Teilnahme an virtuellen Meetings (37 Prozent) oder an Webinaren oder Online- Workshops (26 Prozent). Generell hat in Österreich die Teilnahme an virtuellen Meetings sowie Videokonferenzen (29 Prozent) seit Corona zugenommen. Bei den meisten Familien war das Thema Home-Schooling omnipräsent und somit die verstärkte Nutzung von E-Learning Plattformen durch ihre Kinder.

**Kostenlos statt Datenschutz**47 Prozent der österreichischen Nutzer\*innen verwenden Tools/Services, weil diese kostenlos verfügbar sind. Ein Drittel (33 Prozent) setzt auf einfache Bedienbarkeit. 26 Prozent wählen Video-Streaming Services oder Tools, denen sie in puncto Datenschutz vertrauen. Nur 18 Prozent der Befragten geben an, dass die Markenbekanntheit ein entscheidendes Kriterium für sie ist. Bedenklich? Nur 7 Prozent der Österreicher\*innen würden auf ein kostenpflichtiges Tool oder Service setzen, um den persönlichen Datenschutz zu gewährleisten.

**Messen mit zweierlei Maß?**
41 Prozent aller Eltern sehen den Schutz der Daten ihrer Kinder vor der Verwendung für unbekannte Zwecke als Muss. 39 Prozent aller Befragten vertrauen darauf, dass Firmen oder Veranstalter mit gesammelten Daten sorgsam umgehen.

**Eine (un)sichere Wahl: privat versus beruflich**Zwei Drittel der österreichischen Nutzer\*innen entscheiden selbst, welche Video-Streaming-Services sie privat nutzen. Ein Viertel bezieht andere Familien- oder Haushaltsmitglieder in die Entscheidung ein. Beruflich sieht das komplett anders aus: Denn nur 17 Prozent können hier eine eigene Wahl treffen. In Österreich entscheidet in erster Linie der Arbeitgeber (45 Prozent) welche Video-Streaming-Services zum Einsatz kommen. Bei etwa einem Fünftel (22 Prozent) ist die IT/EDV-Abteilung für die Auswahl verantwortlich.

**Stabil, einfach und sicher**Zu den wichtigsten Aspekten für die Nutzung von Video-Streaming im Alltag zählen für 68 Prozent der Österreicher\*innen eine stabile Verbindung sowie eine gute Qualität. Die einfache Bedienbarkeit steht für immerhin 58 Prozent im Vordergrund. 4 von 10 der befragten Nutzer\*innen legen Wert auf Sicherheit in Bezug auf ihre personenbezogenen Daten.

**Blindes Vertrauen?**Rund die Hälfte der Nutzer\*innen in Österreich (46 Prozent) verwendet gängige Video-Streaming Tools oder Services, da sie den dahinterstehenden Unternehmen, Produkten oder Marken vertrauen. Rund ein Drittel weiß allerdings nicht, was mit den Daten wirklich passiert und nur ein Viertel der Österreicher\*innen legt Wert auf diese Information. Lediglich 14 Prozent würden eine datenschutzkonforme Lösung bevorzugen, auch wenn sie etwas (mehr) kosten würde. Umgekehrt macht es aber nur 5 Prozent nichts aus, dass ihre Daten verkauft werden. Auch interessant: Nur 10 Prozent sind der Meinung, dass Industrie-Spionage in ihrem Unternehmen kein Thema ist.

„Es herrscht unter den Österreicher\*innen scheinbar ein grundsätzliches, blindes Vertrauen in Anbieter von bekannten Services oder Tools. Dieses basiert vor allem darauf, dass man nicht weiß, was tatsächlich mit den Daten passiert. Der Umgang mit den eigenen Daten im Bereich Video-Streaming erfolgt also im Wesentlichen sorglos.
Ambivalent ist aber, dass es gleichzeitig die konkrete Erwartungshaltung und das darunterliegende Vertrauen gibt, dass Menschen mit besonderer Fürsorgepflicht auch besondere Sorgfalt im Umgang mit Daten walten lassen. Das gilt zum Beispiel für Eltern bei ihren Kindern, bei Veranstalter\*Innen für deren Teilnehmer\*innen sowie bei Arbeitgeber\*innen für alle Arbeitnehmer\*innen“, betont Arnold Blüml.

Christian Tautschnig resümiert: „Das grundsätzliche Vertrauen und die Erwartungshaltung an die Wahrnehmung von Fürsorgepflichten basieren auf reiner Passivität. Solange die Österreicher\*innen aktiv keine Rechte aufgegeben müssen, hinterfragen sie nichts. Wenn es aber im Gegenteil um die aktive Aufgabe ihrer Rechte geht, stellt sich die Situation gänzlich anders dar: Fast niemandem ist es egal, welche Daten im Hintergrund gesammelt werden. Niemand ist damit einverstanden, dass seine Daten verkauft werden oder gar ohne Einwilligung an Unternehmen oder Behörden übermittelt werden, wenn Nutzer\*innen auf einer Website ein Video anschauen.
Daher verschleiern zahlreiche Dienste bewusst die, eigentlich verpflichtend offenzulegenden, datenschutzrechtlichen Entscheidungsgrundlagen. In zahlreichen Fällen wird bewusst nicht die meist notwendige Zustimmung der Nutzer\*innen eingeholt. Denn dann würden sich der Großteil der User\*innen aktiv gegen den Einsatz dieser Video Streaming-Tools und -Services entscheiden.“

Über Streamdiver

Streamdiver ist ein österreichisches Unternehmen, das eine rein europäische Business Video Streaming Lösung in der eigenen, datenschutzkonformen Streamdiver Cloud entwickelt und betreibt. Die Vision von Streamdiver ist es, Unternehmen und Organisationen dabei zu unterstützen, das maximale Potenzial von Digital Video zu erschließen und dabei vollständige Kontrolle und Einhaltung gesetzlicher Vorschriften zu gewährleisten.
Streamdiver – Streaming for Professionals

Download Studie & Bildmaterial: [sdv.to/medieninformation](https://sdv.to/medieninformation)

Medienkontakt:

**DS Agentur für Kommunikationsstrategie, Markenaufbau & Sichtbarkeit**Doris Spiegl: +43/676/540 15 94 oder ds@dorisspiegl.at