

Schlussbericht 2023:

# Sicherheit im Internet & beim Onlineshopping

---

Repräsentative Befragung der Schweizer Bevölkerung

Studie im Auftrag von und in Zusammenarbeit mit:

digitalswitzerland, Kristof A. Hertig

Allianz Digitale Sicherheit Schweiz ADSS, Andreas W. Kaelin

Die Mobiliar, Patric Vifian

Swiss Internet Security Alliance SISA, Katja Dörlemann

Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften SATW, Nicole Wettstein

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Prof. Dr. Marc K. Peter

gfs-zürich, Markt- und Sozialforschung

Karin Mändli Lerch (Projektleitung)

Zürich, 29. September 2023

# Autorinnen und Autoren

---



Andreas W. Kaelin  
Senior Advisor digitalswitzerland,  
Zürich  
Mitgründer und Geschäftsführer  
Allianz Digitale Sicherheit Schweiz  
ADSS, Zug  
[andreas.kaelin@digitalsecurityswitzerland.ch](mailto:andreas.kaelin@digitalsecurityswitzerland.ch)



Kristof A. Hertig  
Senior Project Manager  
digitalswitzerland, Zürich  
[kristof@digitalswitzerland.com](mailto:kristof@digitalswitzerland.com)



Prof. Dr. Marc K. Peter  
Leiter Kompetenzzentrum  
Digitale Transformation  
FHNW Hochschule  
für Wirtschaft, Olten  
[marc.peter@fhnw.ch](mailto:marc.peter@fhnw.ch)



Katja Dörlemann  
Präsidentin  
Swiss Internet Security Alliance  
(SISA), Zürich  
[katja.doerlemann@swiss-internet-security-alliance.ch](mailto:katja.doerlemann@swiss-internet-security-alliance.ch)



Patric Vifian  
Marketing Manager  
Die Mobiliar, Bern  
[patric.vifian@mobi.ch](mailto:patric.vifian@mobi.ch)



Nicole Wettstein  
Leiterin Schwerpunktprogramm  
Cybersecurity  
Schweizerische Akademie  
der Technischen  
Wissenschaften SATW, Zürich  
[nicole.wettstein@satw.ch](mailto:nicole.wettstein@satw.ch)



Karin Mändli Lerch  
Projektleiterin  
gfs-zürich, Zürich  
[karin.maendlilerch@gfs-zh.ch](mailto:karin.maendlilerch@gfs-zh.ch)

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>AUTORINNEN UND AUTOREN .....</b>	<b>2</b>
<b>1 MANAGEMENT SUMMARY .....</b>	<b>4</b>
<b>2 AUSGANGSLAGE UND ZIELE .....</b>	<b>6</b>
2.1 Konzept und Fragebogen	6
2.2 Befragung und Stichprobe	6
<b>3 ERGEBNISSE .....</b>	<b>7</b>
3.1 Sicherheit im Internet	7
3.1.1 Geräte, die mit dem Internet verbunden sind	7
3.1.2 Cybersicherheitskompetenz	7
3.1.3 Informationsquellen	8
3.1.4 Sicherheitsgefühl	9
3.1.5 Schulung zum Thema Cybersicherheit	9
3.1.6 Einstellung zu Schutzmassnahmen	10
3.1.7 Risikoeinschätzung	11
3.1.8 Befürchtete Nachteile als Folge eines Angriffs	12
3.1.9 Persönliche Betroffenheit	13
3.1.10 Supportstellen	14
3.2 Sicherheitsverhalten	15
3.2.1 Passwörter	15
3.2.2 Software-Updates	16
3.3 Onlineshopping	17
3.3.1 Häufigkeit	17
3.3.2 Sicherste Bezahlmethode	18
3.3.3 Betrug beim Onlineshopping	19
<b>4 INFOGRAFIK .....</b>	<b>20</b>

# 1 Management Summary

---

Vom 7. August bis 4. September 2023 führte das Markt- und Sozialforschungsinstitut gfs-zürich 1239 bevölkerungsrepräsentative Interviews in allen drei Landesteilen durch. Es galt dabei, die Einstellung zu Cyberrisiken, die Betroffenheit von Angriffen sowie die Umsetzung von Sicherheitsmassnahmen zu ermitteln. Zusätzlich wurden Fragen zum Verhalten und Sicherheitsgefühl beim Onlineshopping gestellt.

Im Durchschnitt besitzen die Befragten 6.9 mit dem Internet verbundene Geräte. Bei der ältesten Befragungsgruppe (über 65 Jahre) ist der Anteil zwar kleiner, aber auch bei ihnen ist die Internetdurchdringung mittlerweile sehr hoch (91 % bzw. 86 % besitzen einen Computer bzw. ein Smartphone mit Internetverbindung).

Unter diesen Umständen und angesichts der steigenden Cyberkriminalität ist es wichtig, dass sich die Internetnutzerinnen und -nutzer bezüglich Schutzmassnahmen gut auskennen. Zwei Drittel (68 %) der Befragten beurteilen ihre eigenen Kenntnisse diesbezüglich denn auch als eher oder sehr gut. Diese Befragten fallen bei ihren weiteren Antworten auch dadurch auf, dass sie sich sicherer verhalten: Sie nutzen seltener die gleichen Passwörter für mehrere Dienstleistungen, verfügen häufiger über einen Passwortmanager und führen Software-Updates früher durch. Sie beurteilen Schutzmassnahmen als wichtiger, effizienter und einfacher umsetzbar. Wenn sie das Risiko für einen Angriff aus dem Internet (eher) tief einschätzen, tun sie das häufig mit der Begründung, dass sie sich vorsichtig verhalten und/oder technische Schutzmassnahmen ergriffen haben (44 % bzw. 40 %); seltener aber mit der (gefährlichen) Begründung, dass sie zu uninteressant oder unwichtig für Cyberkriminelle seien (8 %).

Ursprung für eine eher oder sehr gute Cybersicherheitskompetenz könnte unter anderem eine Schulung zu diesem Thema sein. Rund ein Drittel aller Befragten (34 %) hat schon einmal eine solche Schulung besucht. Bei den Befragten, die ihre Sicherheitskompetenz eher oder sehr hoch einschätzen, liegt der Anteil mit fast zwei Fünfteln (41 %) deutlich höher, dennoch überwiegen auch in dieser Subgruppe die Befragten, die keine Schulung besuchten (58 %). Wer eine Schulung besuchte, verhält sich in ähnlichem Masse sicherer, wie es im obigen Abschnitt bezüglich der Befragten mit (eher) hoher Sicherheitskompetenz beschrieben ist. Das spricht für die Effizienz solcher Schulungen und es wäre für die Cyberresilienz der Schweizer Bevölkerung wohl wünschenswert, wenn häufiger Schulungen besucht würden. Der Antrieb zum Besuch einer Schulung stammt gemäss den entsprechenden Befragten von den Arbeitgebenden: Sieben von zehn Befragten, die eine Schulung besuchten, gaben als Grund dafür ihren Arbeitgeber bzw. ihre Arbeitgeberin an. Somit haben Arbeitgebende in der Schweiz einen grossen Einfluss darauf, wie sicher sich ihre Mitarbeitenden als Privatpersonen (somit die Bevölkerung) verhalten.

Für diejenigen Personen, die sich (eher) unsicher fühlen (14 %) und/oder sich (eher) wenig Bescheid wissen (31 %), bestehen zwei Risiken: Sie können durch die fortschreitende Digitalisierung

abgehängt werden – denken wir dabei an Behördengänge, Reisebuchungen, Zahlungsmethoden etc. – und Cyberangriffe können bei ihnen eher erfolgreich verlaufen. Immerhin rund jede/-r dritte Befragte (31 %) nutzt zum Beispiel fast immer oder immer das gleiche Passwort für verschiedene Services im Internet; wer seine Kompetenz eher oder sehr tief einschätzt (42 %) oder sich eher oder sehr unsicher fühlt (37 %) geht dieses Risiko bedeutend häufiger ein.

Innerhalb der letzten drei Jahre war rund jede/-r zwölfte Befragte (8 %) schon einmal von einem Angriff aus dem Internet betroffen. Je älter die Befragten sind, desto eher waren sie betroffen; bei den über 65-jährigen war mehr als jede/-r neunte Befragte (11 %) betroffen.

Fast vier Fünftel der Befragten (77 %) kaufen mindestens einmal pro Monat online ein. Die Zahlungsmethode «Rechnung» wird dabei am häufigsten als am sichersten genannt (37 %), gefolgt von der Kredit-/Debitkarte (19 %) und dem E-Banking Tool der eigenen Bank (16 %). Twint folgt auf Platz 4 (15 %), steht bei der jüngsten Altersgruppe (18 – 39 Jahre) aber auf dem viel besseren Platz 2 (24 %). Sorgen vor Betrug auf den Shoppingplattformen haben nur wenige: Über vier Fünftel der Befragten (85 %) machen sich selten oder nie Sorgen. Allerdings wurde rund jede/-r zehnte Befragte (11 %) in den letzten fünf Jahren schon einmal auf einem Onlineshop oder einer Buchungsplattform betrogen, indem Waren bzw. Dienstleistungen bezahlt, aber nicht geliefert wurden.

Angesichts der steigenden Digitalisierung und gleichzeitig auch der Cyberkriminalität ist es wichtig, keine Bevölkerungsgruppen «zurückzulassen». Nicht nur der allgemeine Umgang mit den digitalen Geräten muss gelernt werden, sondern auch die Gefahrenlage und die Sicherheitsmassnahmen. Internet, klassische Medien und Freunde, Bekannte und Familie werden am häufigsten als Informationsquellen zum Thema Sicherheit im Internet genannt. Somit haben Medienbeiträge (on- und offline) sowie das persönliche Umfeld der Befragten Einfluss auf das Sicherheitsverhalten. Nicht zu vergessen sind die Arbeitgebenden, welche ihre Mitarbeitenden zu Kursen verpflichten, die, soweit diese Studie darüber etwas aussagen kann, durchaus Wirkung zeigen.

## 2 Ausgangslage und Ziele

### 2.1 Konzept und Fragebogen

Die Befragung wurde mit zwei Methoden (mixed-methods) durchgeführt: 400 Interviews fanden telefonisch (computer-assisted telephone interview), 800 online (Onlinepanel) statt. Der Vorteil einer Methodenkombination besteht darin, dass die Befragten methodisch auf denjenigen Kommunikationskanälen abgeholt werden, welche sie verwenden: Ältere Personen werden immer noch gut per Telefon erreicht, jüngere sind einfacher online zu erreichen. Mittels Quoten wurde ein strukturgleiches Abbild der Bevölkerung nach Geschlecht, Alter (drei Gruppen) und Sprachregion gebildet.

Der Fragebogen wurde auf Basis der Vorgängerstudie von 2019 erstellt und erweitert. Da die Daten 2019 mittels telefonischer Mehrthemenbefragung erhoben wurden, sind Vergleiche nur mit Vorsicht zu geniessen. Der Fragebogen wurde möglichst allgemeinverständlich getextet und wir haben uns auf die verbreitetsten Risiken und Sicherheitsmassnahmen beschränkt.

### 2.2 Befragung und Stichprobe

Die Befragung wurde vom 7. August bis 4. September 2023 mit Personen aller drei Landesregionen ab 18 Jahren durchgeführt. Daraus ergab sich eine Stichprobe von 1239 Personen. Die quotierte und gewichtete Stichprobe setzt sich wie folgt zusammen (beim Gewichten wurde das überproportional befragte Tessin heruntergewichtet):

Männer	49%
Frauen	51%
18 – 39 Jahre	35%
40 – 64 Jahre	43%
65+ Jahre	22%
Deutschschweiz	71%
Westschweiz	24%
Tessin	4%

Die telefonische Befragung (n = 433) wurde mit zufälligen, automatisch generierten Festnetznummern (RDD) durchgeführt. Die Onlinepanel-Befragung (n = 806) wurde mit dem Panel polittrends.ch (> 20'000 aktive Panelist:innen) erhoben. Die Quoten wurden auf die Gesamtstichprobe gesetzt. Das Vertrauensintervall liegt bei +/- 2.8% bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% und einer Verteilung von 50 / 50.

# 3 Ergebnisse

---

Im folgenden Kapitel werden die wichtigsten Erkenntnisse mit Grafiken aufgezeigt und erläutert. Weitere Grafiken, insbesondere weitere Subgruppenvergleiche, befinden sich im Anhang.

## 3.1 Sicherheit im Internet

### 3.1.1 Geräte, die mit dem Internet verbunden sind

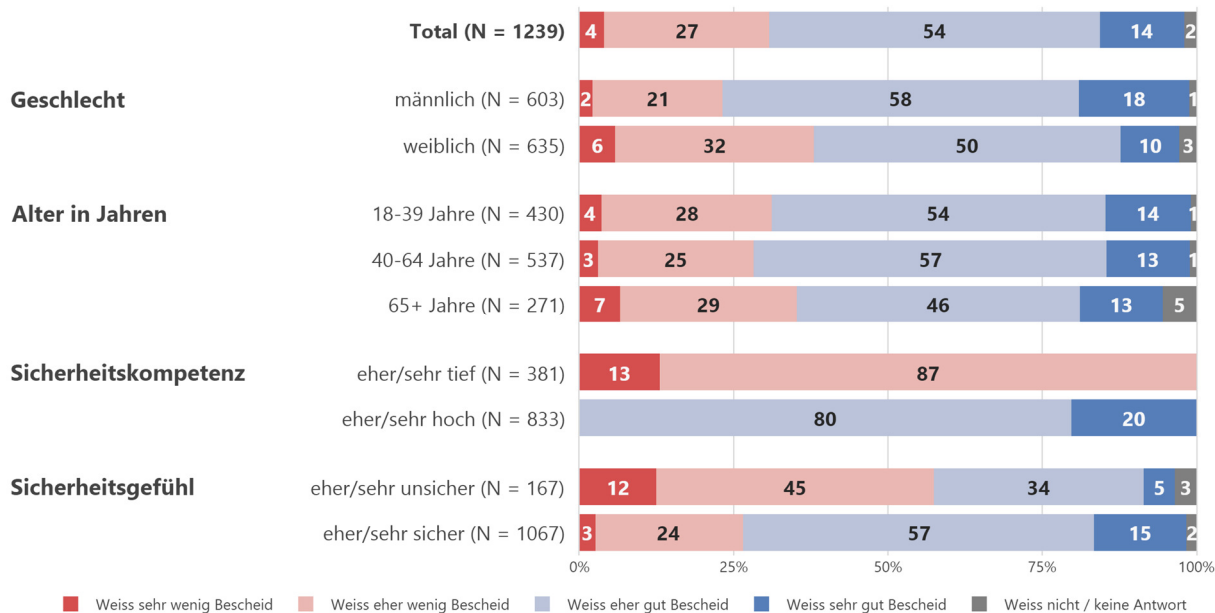
Gemäss eigener Einschätzung besitzen die Befragten durchschnittlich 6.9 mit dem Internet verbundene Geräte, wobei Männer eine signifikant höhere Zahl (8.0) angeben als Frauen (5.9). Auch zwischen den Altersgruppen gibt es deutliche Unterschiede: Befragte, die über 65 Jahre alt sind, schätzen ihre Anzahl mit dem Internet verbundener Geräte signifikant tiefer ein (4.7) als die beiden jüngeren Gruppen (18- bis 39-jährig: 7.5, 40- bis 64-jährig: 7.6). Fast alle Befragten verfügen über ein mit dem Internet verbundenes Handy (95 %) und einen Computer (95 %); auch bei den über 65-jährigen ist die Durchdringung mit diesen beiden Geräten hoch (86 % bzw. 91 %). Das dritthäufigste Gerät ist der Fernseher: Zwei Drittel der Befragten haben einen mit dem Internet verbundenen Fernseher (66 %); zwischen den Altersgruppen gibt es keine Unterschiede.

Männer und Frauen besitzen Handy, Computer und Fernseher im gleichen Ausmass. Der Unterschied zwischen den Geschlechtern entsteht bei der Anzahl übriger mit dem Internet verbundener Geräte; so haben Männer signifikant häufiger als Frauen mit dem Internet verbundene Smartwatches (27 % vs. 20 %), Autos (19 % vs. 15 %) und Smart Home-Elemente wie Schlüssel, Licht, Kameras, Heizung oder Lüftung (19 % vs. 12 %).

### 3.1.2 Cybersicherheitskompetenz

Rund zwei Drittel (68 %) der Befragten sind der Meinung, im Vergleich zu ihren Kolleginnen und Kollegen eher oder sehr gut Bescheid zu wissen, wie sie sich vor Angriffen aus dem Internet schützen können. Erlaubt man sich den Vergleich mit der Studie von 2019, die methodisch etwas anders und mit leicht anderer Fragestellung durchgeführt wurde, steigen die selbst eingeschätzten Sicherheitskompetenzen deutlich an (2019: 58 % eher oder sehr gut). Männer schätzen ihre Sicherheitskompetenz höher (76 %) ein als Frauen (60 %). Ein starker Zusammenhang besteht zwischen dem Sicherheitsgefühl und der Sicherheitskompetenz: Befragte mit eher oder sehr hohem Sicherheitsgefühl schätzen ihre Kompetenzen signifikant höher ein (72 %) als Personen mit eher oder sehr tiefem Sicherheitsgefühl (39 %). Ob ein hohes Sicherheitsgefühl zu einer hohen Kompetenzeinschätzung führt, oder ob es sich umgekehrt verhält, kann auf Basis dieser Studie nicht ausgesagt werden.

Die älteste Gruppe (65+) weiss weniger gut Bescheid als die mittlere und jüngste Altersgruppe, wie sie sich vor Angriffen aus dem Internet schützen kann. Dies galt schon in der Befragung von 2019. So sagen rund sechs von zehn über 65-jährige (59%), eher oder sehr gut Bescheid zu wissen, aber rund sieben von zehn 18- bis 39-jährige (68%) und 40- bis 64-jährige (70%).



Grafik 1: «Wie gut wissen Sie im Vergleich zu ihren Kolleginnen und Kollegen Bescheid, wie Sie sich vor Angriffen aus dem Internet schützen können?», Basis: Total, Angaben in Prozent

Fast zwei Drittel (61%) der Befragten wären gerne besser informiert über das Thema Sicherheit im Internet. Erlauben wir uns hier wieder den Vergleich zur methodisch leicht anders durchgeführten Studie von 2019, ist dieser Anteil stark angestiegen (2019: 43%). In Anbetracht der stetig wachsenden Cyberkriminalität macht dieser Anstieg Sinn.

Besonders hoch ist der Wunsch, besser informiert zu sein, bei den 18- bis 39-jährigen (72%), bei den Befragten, die ihre Sicherheitskompetenz eher oder sehr tief einschätzen (71%) und bei denjenigen mit eher oder sehr tiefem Sicherheitsgefühl (71%).

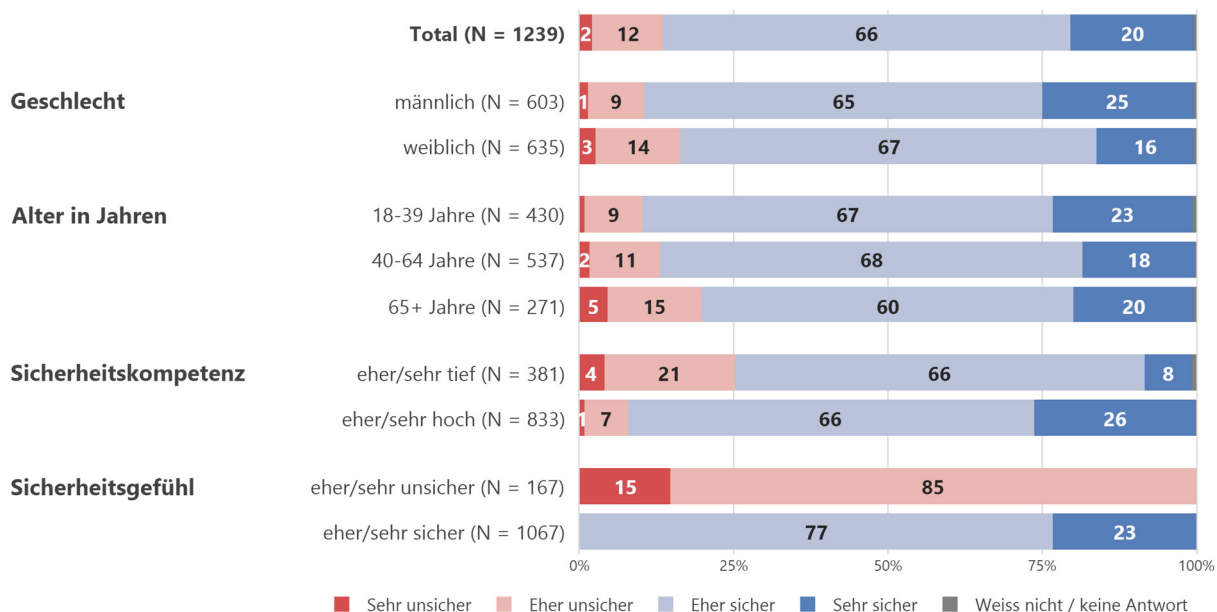
### 3.1.3 Informationsquellen

Das Internet ist die am häufigsten genannte Quelle (33%) auf die Frage, wo man sich hauptsächlich zum Thema Sicherheit im Internet informiert. Am zweithäufigsten werden die klassischen Medien (23%) genannt, am dritthäufigsten Freunde, Bekannte, Familie (22%). Das Internet wird von den 18- bis 39-jährigen am häufigsten genannt (43%), etwas weniger von den 40- bis 64-jährigen (31%) und am seltensten von den über 65-jährigen (20%). Letztere nennen dafür deutlich häufiger die klassischen Medien (37%) und Freunde, Bekannte, Familie (29%).



### 3.1.4 Sicherheitsgefühl

Mehr als vier Fünftel der Befragten (86 %) fühlen sich eher oder sehr sicher im Umgang mit dem Internet. 2019 lag dieser Wert etwas tiefer (80%; Achtung methodische Abweichungen). Männer fühlen sich signifikant sicherer (90%) als Frauen (83 %) und je älter die Befragten sind, desto unsicherer fühlen sie sich (18 – 39 Jahre: 10%, 40 – 64 Jahre: 13%, 65+ Jahre: 20% eher/sehr unsicher).



Grafik 2: «Wie sicher fühlen Sie sich im Umgang mit dem Internet?», Basis: Total, Angaben in Prozent

### 3.1.5 Schulung zum Thema Cybersicherheit

Rund ein Drittel der Befragten (34 %) hat schon einmal eine Schulung zum Thema Cybersicherheit absolviert. Dies geschah weniger aus eigenem Antrieb (25 %), sondern viel mehr aufgrund der Arbeitgebenden, die dies verlangten (70 %): Der Einfluss der Arbeitgebenden ist somit durchaus relevant für das sichere Verhalten der Schweizerinnen und Schweizer im Internet; sei es direkt durch die Schulungen ihrer Mitarbeitenden, oder indirekt über diese geschulten Mitarbeitenden, die evt. ihr Umfeld beeinflussen (rund ein Fünftel der Befragten nennt Familie, Freunde und Bekannte als Informationsquelle zum Thema Sicherheit im Internet, siehe Kapitel 3.1.3).

Männer (40 %) besuchten signifikant häufiger Schulungen als Frauen (28 %) und unter 65-jährige signifikant häufiger als über 65-jährige (18 – 39 Jahre: 38 %, 40 – 64 Jahre: 37 %, 65+ Jahre: 20 %). Beides lässt sich wahrscheinlich mit der Arbeitstätigkeit bzw. der Art der Arbeit erklären.

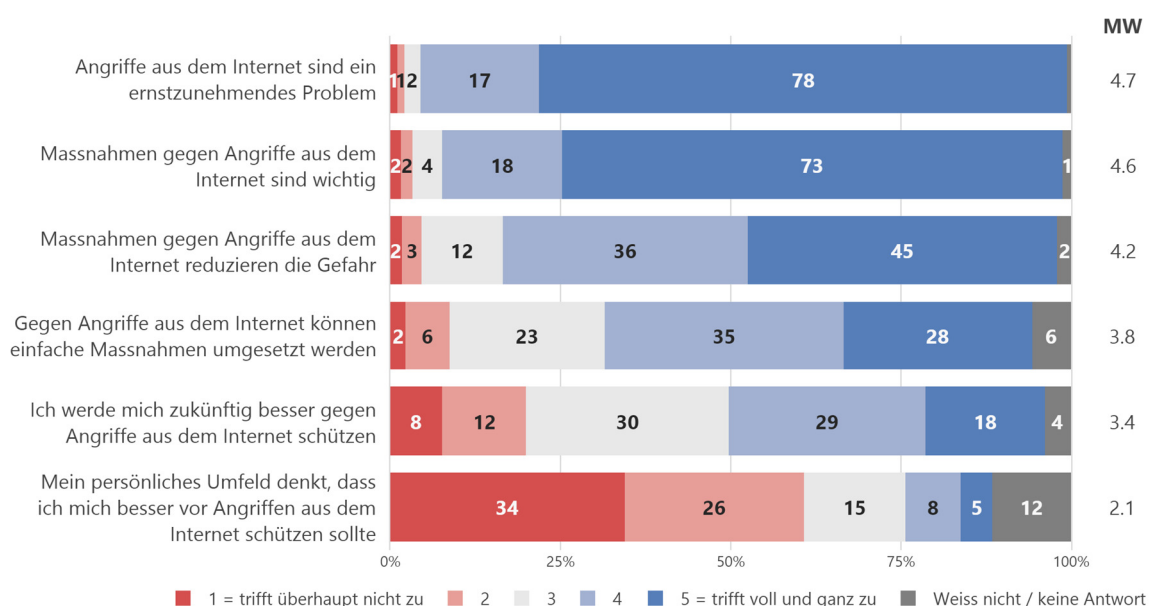
Schulungsbesucher:innen fühlen sich signifikant sicherer (90 % eher/sehr sicher) als Personen, welche keine Schulung besuchten (84 % eher/sehr sicher). Zudem schätzen sie auch ihre Sicherheitskompetenz signifikant höher ein (weiss eher/sehr gut Bescheid: 82 %) als Personen, die keine Schulung besuchten (weiss eher/sehr gut Bescheid: 59 %). Das Ziel der Cybersicherheits-Schulungen scheint somit zumindest aus Sicht der Besuchenden erfüllt; diese Studie gibt auch Hinweise darauf, dass sich diese Personen auch tatsächlich sicherer verhalten.

### 3.1.6 Einstellung zu Schutzmassnahmen

Um aktiv Schutzmassnahmen zu ergreifen, benötigt man eine positive Einstellung dazu. Mit sechs verschiedenen Aussagen, welche die Befragten auf einer Fünferskala beurteilen konnten (von trifft überhaupt nicht zu bis trifft voll und ganz zu) wurde diese Einstellung gemessen. Eine hohe Zustimmung erhalten die beiden Aussagen «Angriffe aus dem Internet sind ein ernstzunehmendes Problem» (Mittelwert 4.7) und «Massnahmen gegen Angriffe aus dem Internet sind wichtig» (4.6). Bereits ein bisschen weniger Zustimmung erhält die Aussage, dass Massnahmen die Gefahr reduzieren (4.2): Wer nicht an die Wirksamkeit der Massnahmen glaubt, ist auch weniger motiviert, diese umzusetzen.

Noch etwas weniger Zustimmung erhält die Aussage «Gegen Angriffe aus dem Internet können einfache Massnahmen umgesetzt werden» (3.8): Wer hier nicht zustimmt, findet die Massnahmen zu kompliziert und mag sie deswegen evt. nicht umsetzen. Befragte, die ihre Sicherheitskompetenz eher oder sehr hoch einschätzen (4.0) und Personen, die sich eher oder sehr sicher fühlen im Internet (3.9), stimmen dieser Aussage signifikant häufiger zu als Befragte, die ihre Sicherheitskompetenz eher oder sehr tief einschätzen (3.6) und sich eher oder sehr unsicher fühlen (3.4). Auch Personen, die eine Schulung zum Thema Cybersicherheit besucht haben, halten die Massnahmen offenbar für einfacher: Sie stimmen der Aussage signifikant häufiger zu (4.1) als Personen ohne Schulung (3.7)

Die Aussage «Mein persönliches Umfeld denkt, dass ich mich besser vor Angriffen aus dem Internet schützen sollte» erhält die tiefste Zustimmung (2.1); fast zwei Drittel der Befragten (60%) finden, dass sie eher oder überhaupt nicht zutrifft. Ohne einen gewissen sozialen Druck ist die Motivation für Massnahmen tiefer.

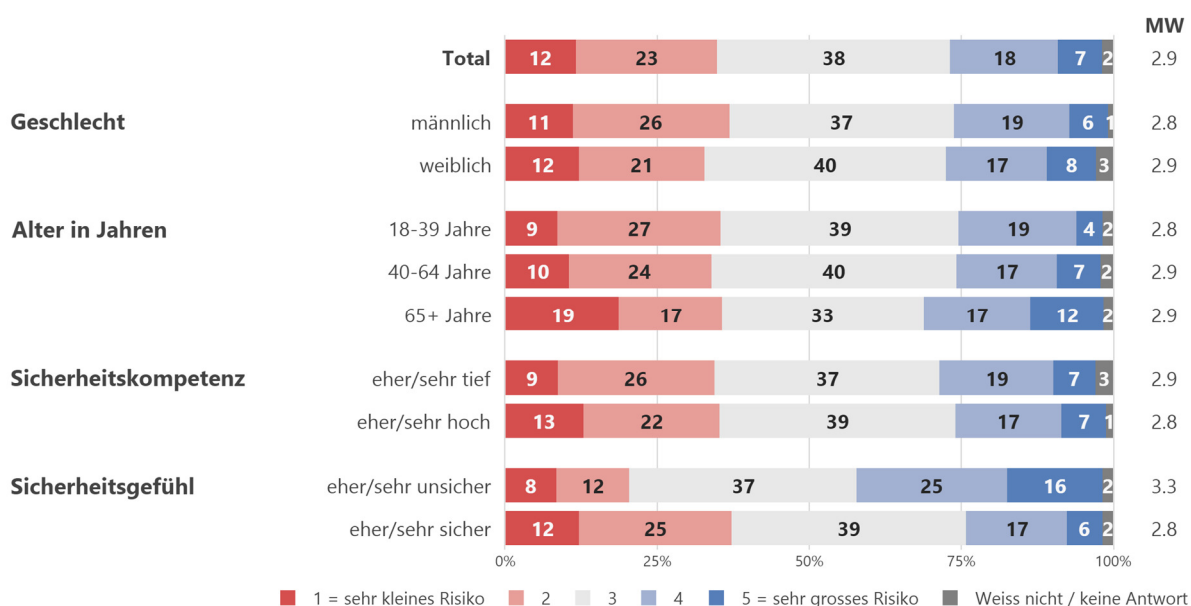


Grafik 3: «Inwiefern stimmen Sie diesen Aussagen zum Thema «Angriffe aus dem Internet» zu?», Basis: Total, Angaben in Prozent und Mittelwerten

Die Aussage «Ich werde mich zukünftig besser gegen Angriffe aus dem Internet schützen» ist eine Absichtserklärung und unterscheidet sich somit von den anderen Aussagen. Absichtserklärungen in Umfragen sind mit Vorsicht zu geniessen, da die Befragten nur begrenzt in der Lage sind, ihr zukünftiges Verhalten vorauszusagen. Ein Fünftel (20%) findet diese Aussage (überhaupt) nicht zutreffend und knapp die Hälfte (47%) findet sie (voll und ganz) zutreffend.

### 3.1.7 Risikoeinschätzung

Ein Viertel der Befragten (25%) hält es für ein eher oder sehr grosses Risiko, persönlich innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre von einem Angriff aus dem Internet betroffen zu sein, bei dem Geld oder Daten verloren gehen. Deutlich mehr Befragte, nämlich rund ein Drittel (35%), schätzen dieses Risiko als eher oder sehr klein ein. Die Unterschiede zwischen den Subgruppen sind nur sehr klein; auffällig ist aber, dass die Meinung der über 65-jährigen ausgeprägter ist als diejenige der unter 65-jährigen. Der Mittelwert ist bei allen drei Altersgruppen fast gleich (2.8 bzw. 2.9), aber je älter die Befragten sind, desto eher antworten sie mit den beiden Extremwerten der Fünferskala. So ist fast ein Fünftel (19%) der ältesten Gruppe der Meinung, dass das Risiko sehr klein ist (Skalenwert 1), aber nur rund ein Zehntel (9%) der 18- bis 39-jährigen. Rund jede/r achte (12%) der über 65-jährigen hält das Risiko für sehr gross (Skalenwert 5), aber nur rund jede/-r fünfundzwanzigste der 18- bis 39-jährigen (4%).



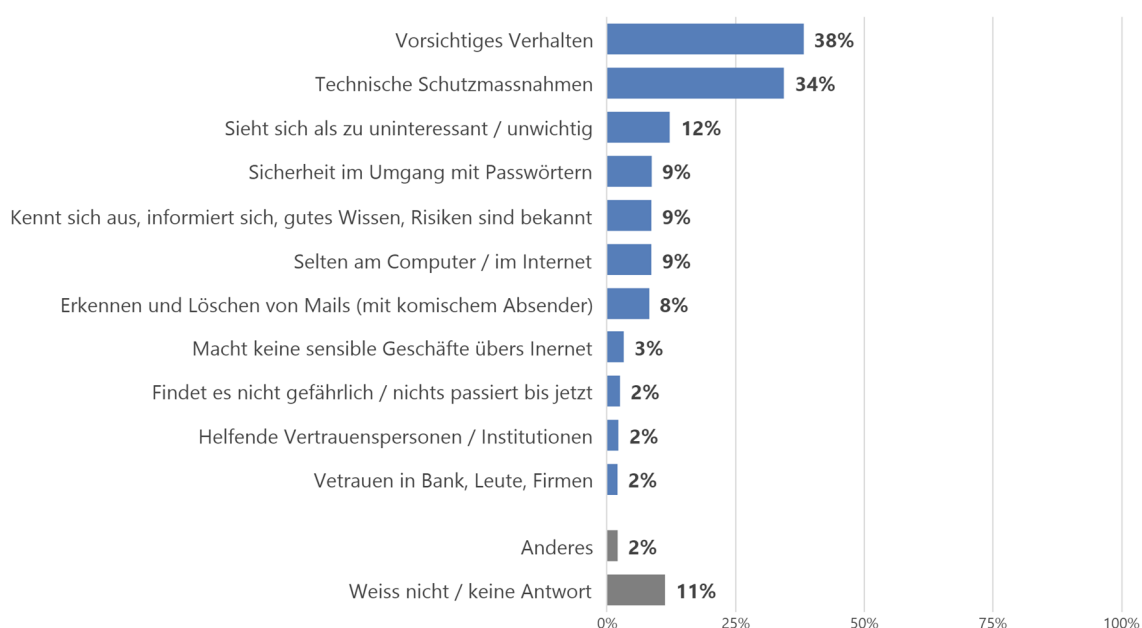
Grafik 4: «Wie hoch schätzen Sie das Risiko ein, dass Sie persönlich innerhalb der nächsten 2-3 Jahre von einem Angriff aus dem Internet betroffen sein könnten, bei dem Sie Geld oder Daten verlieren können?», Basis: Total, Angaben in Prozent und Mittelwerten

Wer schon einmal von einem entsprechenden Angriff betroffen war, schätzt das Risiko signifikant höher ein (3.6) als bisher unbetroffene Befragte (2.8). Auch mit dem Sicherheitsgefühl besteht – naheliegenderweise – ein Zusammenhang: Wer sich eher oder sehr unsicher fühlt im Internet, hält das Risiko für signifikant höher (3.3) als wer sich eher oder sehr sicher fühlt (2.8).

Trotzdem schätzt immerhin ein Fünftel (20%) der eher bis sehr unsicheren Befragten das Risiko für einen Geld- oder Datenverlust bei einem Angriff aus dem Internet für eher oder sehr klein: Ihre Unsicherheit beruht als offenbar auf anderen Faktoren als auf der Angst vor einem Angriff.

Befragte, welche das Risiko eher oder sehr tief einschätzen, begründen dies in erster Linie mit ihrem vorsichtigen Verhalten (38%). Fast gleich häufig wird der Grund «technische Schutzmassnahmen» genannt (34%). Es ist erfreulich, dass das vorsichtige Verhalten häufiger genannt wird als die technischen Schutzmassnahmen, denen nicht blind vertraut werden sollte. Besonders diejenigen Befragten, die ihre Cybersicherheits-Kompetenz eher oder sehr hoch einschätzen, nennen diese beiden Gründe sehr häufig (44% bzw. 40%).

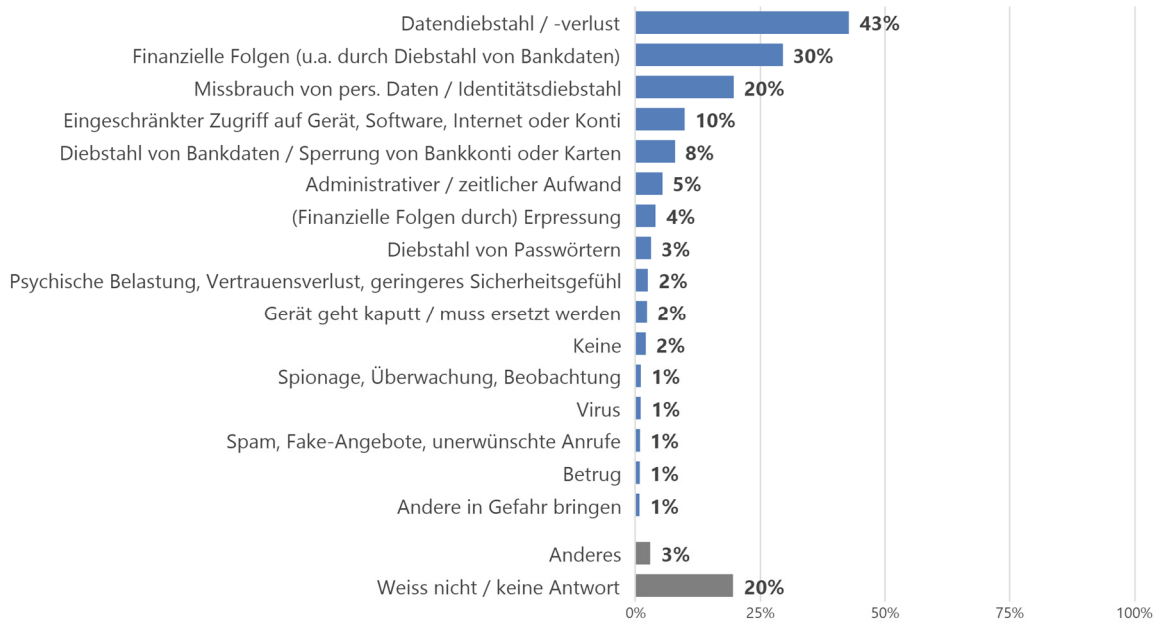
Rund jede/-r achte Befragte (12%) beurteilt sich und die eigenen Daten als zu uninteressant oder unwichtig, um angegriffen zu werden – eine eher gefährliche Einstellung. Gerade die 18- bis 39-jährigen Befragten, die mehr Geräte haben und häufiger online shoppen, nennen diesen Grund signifikant häufiger (19%) als die beiden älteren Altersgruppen (10% bzw. 6%). Wer seine Kompetenz bezüglich Cybersicherheit eher oder sehr hoch einschätzt, nennt diesen Grund signifikant seltener (9%) als Befragte, die ihre Kompetenz eher oder sehr tief einschätzen (19%).



Grafik 5: «Was sind die Gründe dafür, dass Sie dieses Risiko eher tief einschätzen?», Basis: schätzt Risiko von einem Angriff aus dem Internet (sehr) klein ein, n = 431, offene Frage/nachträglich codiert

### 3.1.8 Befürchtete Nachteile als Folge eines Angriffs

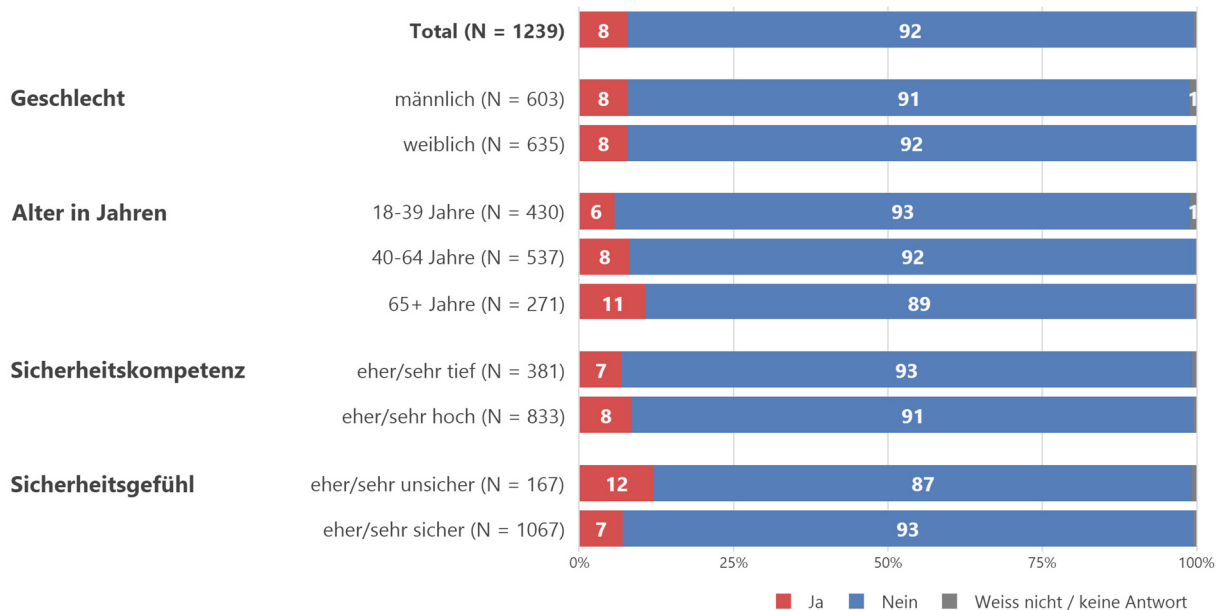
Rund zwei Fünftel der Befragten befürchten im Falle eines Angriffs einen Datendiebstahl oder -verlust (43%), rund ein Drittel finanzielle Folgen (30%) und ein Fünftel Missbrauch von persönlichen Daten oder Identitätsdiebstahl (20%). Durchschnittlich nennen die Befragten 1.5 befürchtete Nachteile. Je älter sie sind, desto weniger Nachteile nennen sie (18 – 39 Jahre: 1.8, 40- 64 Jahre: 1.5, 65+ Jahre: 1.2)



Grafik 6: «Welche Nachteile für Sie persönlich könnten, Ihrer Meinung nach, bei einem Angriff aus dem Internet eintreten?», Basis: Total, n = 1239, offene Frage/nachträglich codiert

### 3.1.9 Persönliche Betroffenheit

Rund jede/-r zwölfte Befragte war innerhalb der letzten drei Jahre von einem Angriff aus dem Internet betroffen, der entweder einen finanziellen Schaden angerichtet hat, viel Mühe für die Bereinigung gemacht hat oder emotional sehr zu schaffen gemacht hat. Zwischen den Subgruppen gibt es kaum Unterschiede, was zeigt, dass das Risiko eines Angriffs für alle besteht, die Geräte besitzen, die mit dem Internet verbunden sind.

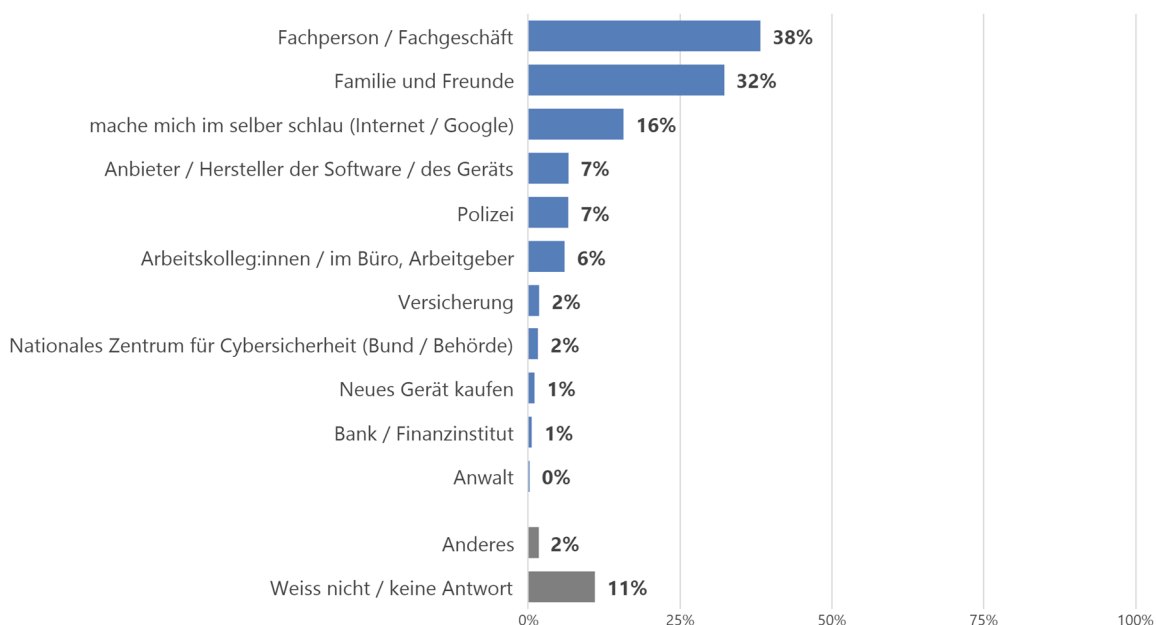


Grafik 7: «Waren Sie als Privatperson innerhalb der letzten 3 Jahre von einem Angriff aus dem Internet betroffen, der bei Ihnen entweder einen finanziellen Schaden angerichtet hat, Ihnen viel Mühe für die Bereinigung gemacht hat, oder Ihnen emotional sehr zu schaffen gemacht hat??», Basis: Total, Angaben in Prozent

Fast zwei Fünfteln der Betroffenen (38%) wurde bei dem Angriff Geld gestohlen, rund jede-/r sechste hat Daten verloren (16%). Einem Drittel der Angegriffenen (32%) entstanden finanzielle Kosten, um die angerichteten Schäden wieder in Ordnung zu bringen. Und sieben Befragte (7% der Betroffenen) haben den Angreifern gar Lösegeld bezahlt, um ihre Geräte wieder nutzen zu können bzw. ihre Daten wieder zu erhalten.

### 3.1.10 Supportstellen

Als erste Helfestelle bei einem Cyberangriff, der den Computer ausser Kraft setzt, wird eine Fachperson bzw. ein Fachgeschäft genannt (38%). An zweiter Stelle folgen Familie und Freunde (32%) und mit etwas mehr Abstand, auf Platz drei, folgt das Internet bzw. Google, auf dem man sich selbst informiert (16%). Selber im Internet zu recherchieren, liegt den Männern (24%) eher als den Frauen (8%); die Frauen informieren sich dafür häufiger bei einer Fachperson bzw. im Fachgeschäft (41%) und bei Familie und Freunden (42%) als die Männer (35% und 22%).



Grafik 8: «Angenommen Ihr Computer zuhause funktioniert wegen einem Cyberangriff nicht mehr: Wo holen Sie sich Hilfe?», Basis: Total, n = 1239, offene Frage, nachträglich codiert

Im Falle eines Geldverlustes aufgrund eines Online-Betrugs, würden sich die Befragten am ehesten an ihre Bank (44%) und an die Polizei (43%) wenden. Die weiteren Nennungen werden viel seltener genannt: die Versicherung liegt auf Platz 3 (9%), Familie und Freunde auf Platz 4 (5%), Fachpersonen/-geschäfte auf Platz 5 (2%) und das Nationale Zentrum für Cybersicherheit bzw. der Bund oder sonstige Behörden auf Platz 6 (2%). Nur noch jede/-r hundertste Befragte (1%) möchte sich im Falle eines Online-Betrugs, bei dem Geld verloren ging, selbst im Internet schlau machen.

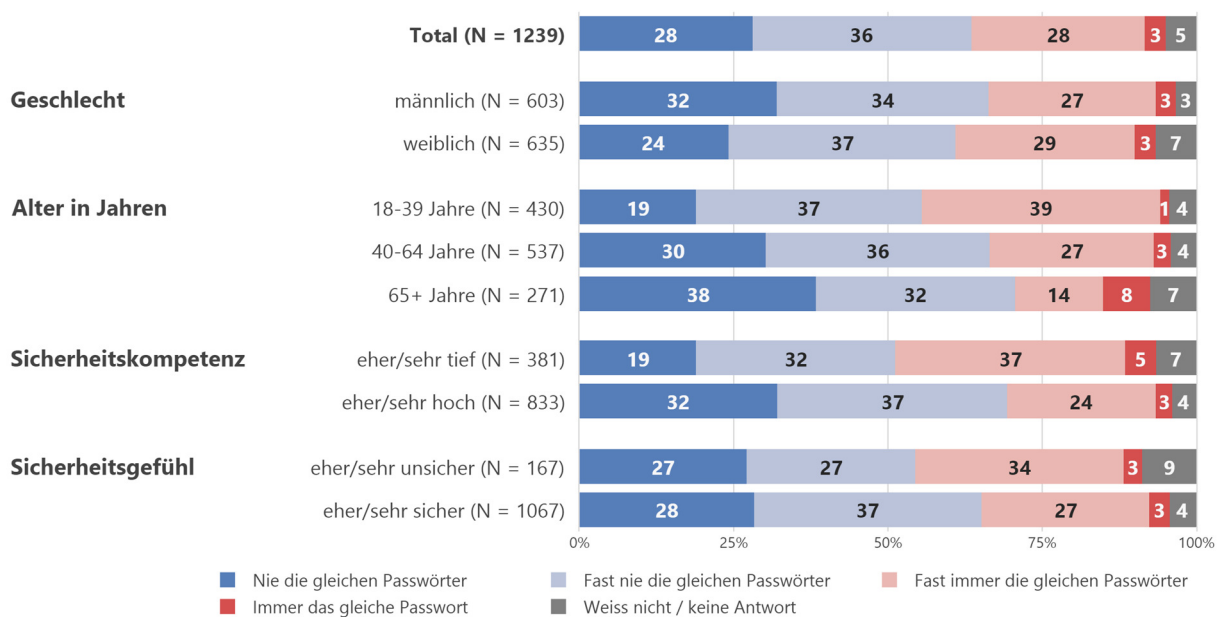
## 3.2 Sicherheitsverhalten

### 3.2.1 Passwörter

Ist ein Passwort einmal in fremden Händen, ist der Zugriff auf alle Online-Dienstleistungen offen, die mit diesem Passwort eigentlich geschützt wären. Es ist deshalb wichtig, für jeden Service ein eigenes Passwort zu verwenden. Da viele Menschen heutzutage über enorm viele Passwörter den Überblick behalten müssen, gibt es Passwort-Manager, die diese verwalten. Damit genügt ein einziges, sehr sicheres Passwort, das man sich merken muss. Die folgenden zwei Fragen gehen dem Umgang mit Passwörtern und Passwort-Managern nach.

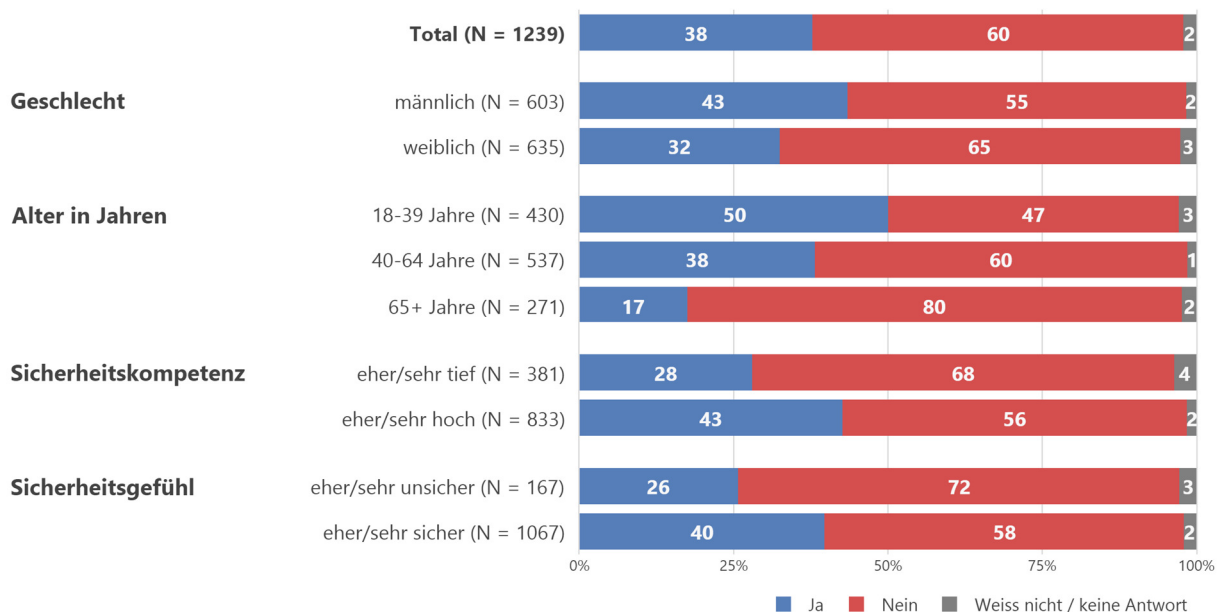
Immerhin über ein Viertel (28 %) benutzt niemals die gleichen Passwörter für verschiedene Services. Ein weiteres rundes Drittel (36 %) «fast nie». Das letzte knappe Drittel (31 %) nutzt fast immer oder immer das gleiche Passwort und geht somit das oben beschriebene Risiko ein. Die jüngste Altersgruppe (18 – 39 Jahre) geht dieses Risiko am häufigsten ein: Zwei Fünftel (40 %) von ihnen nutzen fast immer oder immer das gleiche Passwort. Bei den 40- bis 64-jährigen ist es rund ein Drittel (30 %) und bei den über 65-jährigen nur noch rund ein Fünftel (22 %).

Befragte, die ihre Cybersicherheitskompetenz eher oder sehr hoch einschätzen, nutzen seltener die gleichen Passwörter für mehrere Dienstleistungen, verhalten sich also sicherer: Rund zwei Drittel (69 %) antworten mit «fast nie» oder «nie». Von den Befragten, die ihre eigene Cybersicherheitskompetenz eher oder sehr tief einschätzen, nutzen nur rund die Hälfte (51 %) nie oder fast nie das gleiche Passwort. Auch wer schon einmal eine Schulung absolviert hat, verhält sich sicherer: Sieben von zehn Schulungsabsolventen (70 %) verwenden fast nie oder nie das gleiche Passwort, aber nur sechs von zehn Befragten (61 %), die keine Schulung besuchten.



Grafik 9: «Passwörter benötigt man für diverse Dienstleistungen im Internet. Zum Beispiel für das Online-Banking oder um online einzukaufen oder um Tickets zu lösen. Benutzen Sie an verschiedenen solchen Orten das gleiche Passwort mehrfach?», Basis: Total, Angaben in Prozent

Knapp zwei Fünftel der Befragten (38 %) nutzen einen Passwortmanager. Bei den 18- bis 39-jährigen ist der Anteil am höchsten; die Hälfte von ihnen nutzt einen Passwortmanager (50 %). Bei den 40- bis 64-jährigen sind es noch rund zwei Fünftel (38 %) und bei den über 65-jährigen knapp ein Fünftel (17 %). Wer seine Cybersicherheitskompetenz eher oder sehr hoch einschätzt bzw. sich eher oder sehr sicher fühlt, nutzt auch eher einen Passwortmanager (43 % bzw. 40 %) als die Befragten, die ihre Kompetenz eher oder sehr tief einschätzen (28 %) bzw. eher oder sehr unsicher ist (26 %). Befragte, die schon einmal eine Cybersicherheits-Schulung besucht haben, haben signifikant häufiger einen Passwortmanager (49 %) als Befragte, die keine Schulung besuchten (32 %). Und: Je häufiger die Befragten in Onlineshops einkaufen, desto eher benutzen sie einen Passwortmanager (täglich bis wöchentlicher Einkauf: 52 %, mehr- bis einmaliger Einkauf pro Monat: 40 %, seltener bis niemals: 16 %). Geht man davon aus, dass häufiges Online-shopping auch bedeutet, dass man mehr verschiedene Services (Shops) nutzt, ist es umso wichtiger und hilfreicher, einen Passwortmanager zu nutzen. Entscheidend ist dabei natürlich immer, dass das Haupt-Passwort von hoher Sicherheit ist.



Grafik 10: «Nutzen Sie privat, also nicht am Arbeitsplatz, einen Passwortmanager?», Basis: Total, Angaben in Prozent

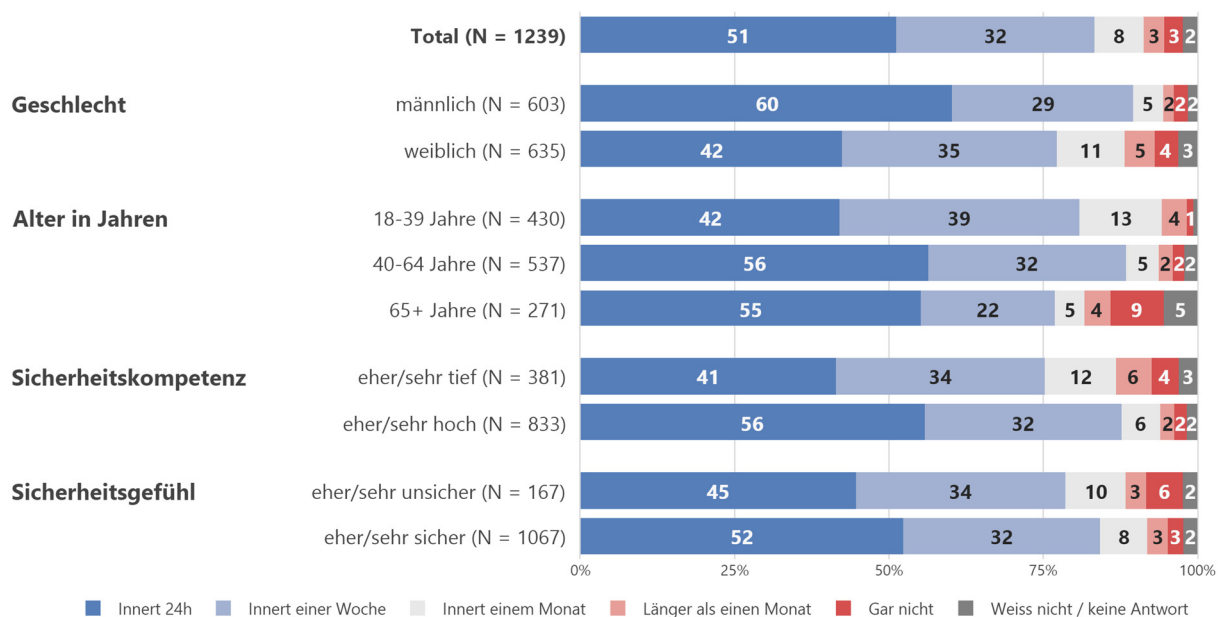
### 3.2.2 Software-Updates

Rund vier Fünftel (83 %) der Befragten führen Software-Updates innert 24 Stunden (51 %) oder innert einer Woche (32 %) durch. Männer (89 %) sind dabei schneller als Frauen (77 %). Auffällig ist das Verhalten der jüngsten Altersgruppe (18 – 39 Jahre): Nur rund zwei Fünftel (42 %) von ihnen führen die Software-Updates innert 24 Stunden durch; das ist ein signifikant tieferer Anteil als bei den 40- bis 64-jährigen (56 %) und den über 65-jährigen (55 %). Die über 65-jährigen weisen dafür den höchsten Anteil an Befragten auf, welche die Updates «gar nicht» durchführen (9 %).

Wer gemäss eigener Einschätzung eher oder sehr gut Bescheid weiss bezüglich Cybersicherheitsmassnahmen, führt die Updates schneller durch: Über die Hälfte von ihnen (56 %) tun es



innert 24 Stunden. Bei denjenigen, die eher oder sehr schlecht Bescheid wissen, sind es nur rund zwei Fünftel (41 %) innert 24 Stunden. Besonders hoch ist der Anteil der «schnellen Updater» auch bei den Befragten, die schon einmal eine Schulung absolvierten (58 % innert 24 Stunden).



Grafik 11: «Wenn Ihr Computer oder Ihr Handy Sie auffordert, ein Software-Update durchzuführen, tun Sie das dann...?», Basis: Total, Angaben in Prozent

## 3.3 Onlineshopping

### 3.3.1 Häufigkeit

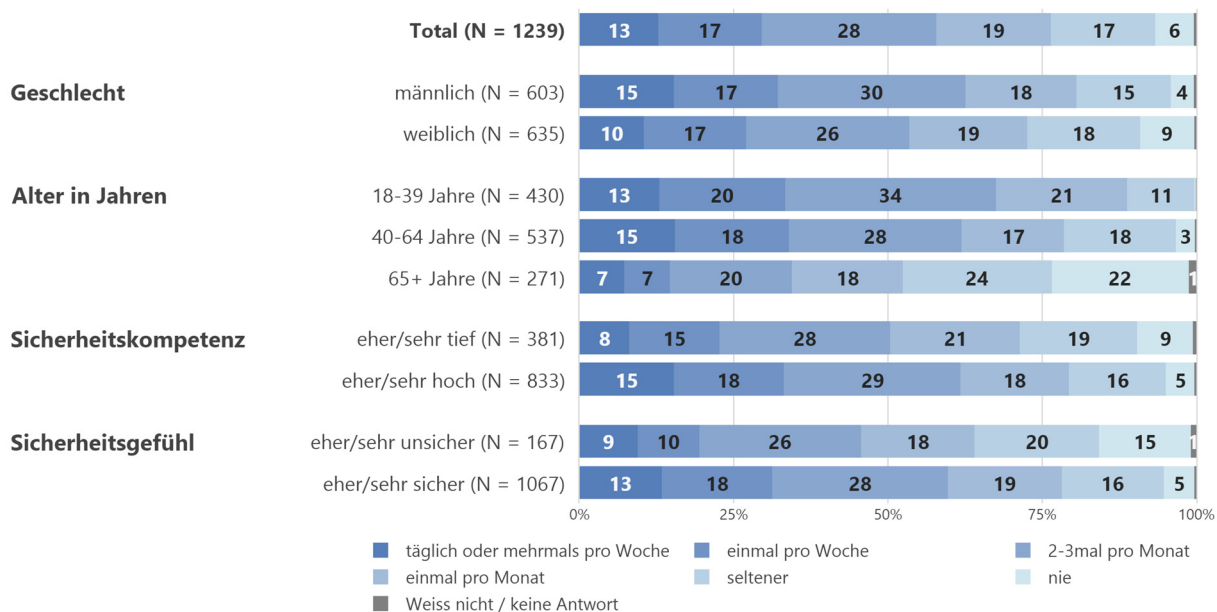
Bei der Frage nach Onlineshopping wurden die Befragten darum gebeten, an die Käufe verschiedener Produkte, aber auch Dienstleistungen wie z.B. Ferienbuchungen zu denken sowie an Plattformen wie Tutti oder Ricardo.

Rund ein Drittel der Befragten (30 %) kauft gemäss dieser Definition mindestens einmal pro Woche im Internet ein, knapp die Hälfte (47 %) ein- bis dreimal pro Monat. Rund ein Viertel (23 %) kauft seltener oder niemals online ein.

Männer kaufen häufiger online ein (62 % mind. 2-3x pro Monat) als Frauen (54 %). Je jünger die Befragten sind, desto häufiger kaufen sie online ein: Von den 18- bis 39-jährigen kaufen über zwei Drittel (67 %) mindestens zwei- bis dreimal pro Monat ein, von den 40- bis 64-jährigen etwas weniger (61 %) und von den über 65-jährigen noch rund ein Drittel (34 %). Rund ein Fünftel (22 %) der über 65-jährigen kauft niemals online ein.

Wer gut Bescheid weiss bezüglich Sicherheitsmassnahmen und wer sich sicher fühlt, kauft häufiger online ein: Von den Personen, die eher oder sehr gut Bescheid wissen, kaufen rund zwei Drittel (62 %) mindestens zwei- bis dreimal pro Monat online ein, von denjenigen, die eher oder sehr wenig Bescheid wissen, nur rund die Hälfte (51 %). Von denjenigen, die sich eher oder sehr sicher fühlen im Internet, kaufen mehr als die Hälfte (59 %) mindestens zwei- bis dreimal pro

Monat online ein, von denjenigen, die sich eher oder sehr unsicher fühlen, nur rund zwei Fünftel (45%). Rund ein Siebtel (15%) der Befragten, die sich eher oder sehr unsicher fühlen, kaufen niemals online ein.



Grafik 12: «Wie oft kaufen Sie im Internet ein? Bitte denken Sie dabei nicht nur an die Käufe von verschiedenen Produkten, sondern auch an Dienstleistungen wie z.B. Ferienbuchungen. Bitte denken Sie ebenfalls an Plattformen wie Tutti oder Ricardo.», Basis: Total, Angaben in Prozent

### 3.3.2 Sicherste Bezahlmethode

Diejenigen Befragten, die online einkaufen (n = 1156), wurden weiter gefragt, welche Bezahlungsmethode sie als am sichersten betrachten. Knapp zwei Fünftel (37%) entscheiden sich für die Bezahlung gegen Rechnung. Von rund einem Fünftel (19%) wird die Kredit- oder Debitkarte gewählt, die somit als am zweitsichersten beurteilt wird. Ganz knapp dahinter folgt das E-Banking-Tool der eigenen Bank (16%) und Twint (15%), knapp ein Zehntel (9%) nennt PayPal. GooglePay und Kryptowährungen werden beide von weniger als einem Prozent genannt.

Sicherste Zahlungsmethoden:

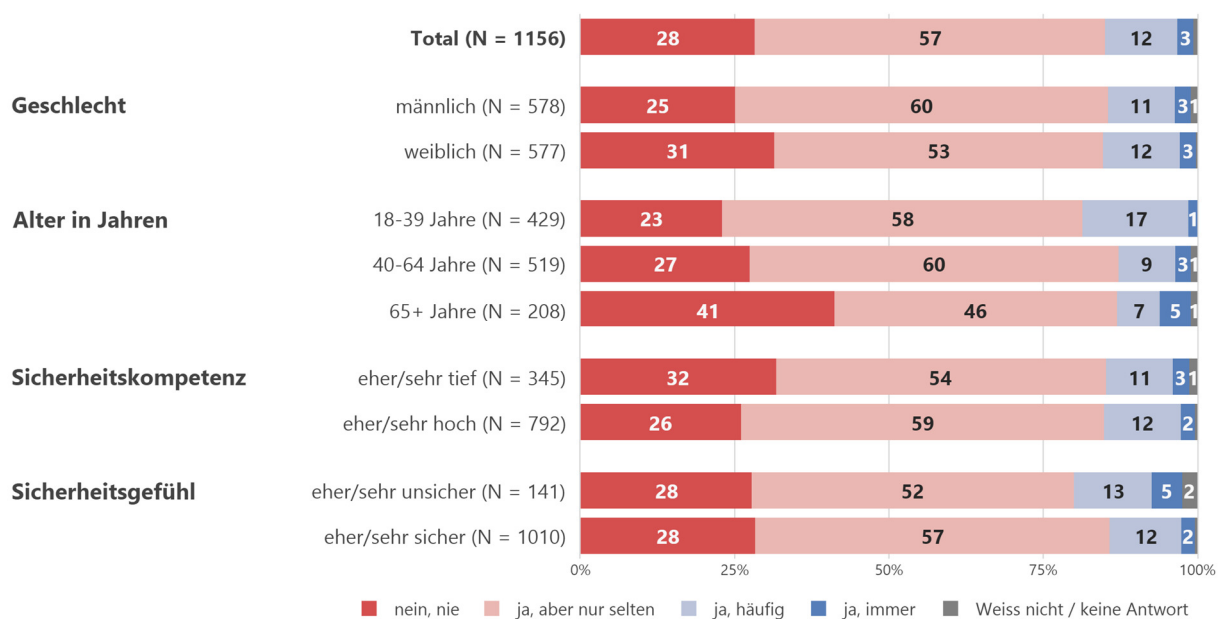
1	Rechnung	37%
2	Kredit-/Debitkarte	19%
3	E-Banking Tool der eigenen Bank	16%
4	Twint	15%
5	PayPal	9%

Twint steht dabei für die jüngsten Befragungsgruppe (18 – 39 Jahre) mit rund einem Viertel Nennungen (24%) auf Platz 2, und nicht auf Platz 5, wie bei den beiden anderen Altersgruppen (40 – 64 Jahre: 12%, 65+ Jahre: 5%).

### 3.3.3 Betrug beim Onlineshopping

Mehr als vier Fünftel (85 %) der Befragten macht sich selten oder nie Sorgen, dass sie auf Onlineshops oder Buchungsplattformen betrogen werden in dem Sinne, dass die Webseite oder das Angebot nicht echt ist. Die Subgruppen unterscheiden sich fast nur in der Ausprägung ihrer Antworten; zum Beispiel antworten die Frauen häufiger mit «nie» (31 %) als die Männer (25%), dafür seltener mit «ja, aber nur selten» (53 %, Männer: 60 %). Die jüngste Altersgruppe (18 – 39 Jahre) macht sich häufiger Sorgen (18 % «häufig» und «immer») als die 40- bis 64-jährigen (12 %) und die über 65-jährigen (12 %). Nur ganz wenige (3 %) sagen, sie machen sich «immer» entsprechende Sorgen; am ehesten handelt es sich dabei um die Personen über 65 Jahren (5 %).

Rund jede/-r zehnte Befragte (11 %) wurde in den letzten fünf Jahren tatsächlich schon einmal auf einem Onlineshop oder einer Buchungsplattform betrogen, indem Ware bzw. Dienstleistungen bezahlt, aber nicht geliefert wurden. Befragte, die besonders häufig online einkaufen (täglich bis einmal wöchentlich), sind häufiger Betrugsopfer geworden (14 %) als Befragte, die seltener online einkaufen (9 % bzw. 8 %). Ansonsten sind alle Subgruppen in gleichem Ausmass betroffen.



Grafik 13: «Haben Sie sich schon Sorgen gemacht, dass Sie auf Onlineshops oder Buchungsplattformen betrogen werden, dass also die Webseite oder das Angebot nicht echt ist?», Basis: Kaufen Online ein, n = 1156), Angaben in Prozent

