

News Release

For Immediate Release

Verbraucher sehen keinen Zusammenhang zwischen Bot-Infektionen und eigenem risikoreichem Verhalten und Millionen klicken weiter auf Spam

Die Verbraucherumfrage 2010 der MAAWG zur E-Mail-Sicherheit umfasst Nordamerika und Westeuropa

SAN FRANCISCO, 14. März 2010/PRNewswire/ -- Ein beträchtlicher Prozentsatz der Verbraucher antwortet weiterhin auf Spam, trotz des Wissens, dass sich Bots und Viren gerade durch riskantes E-Mail-Verhalten verbreiten. Dies ist das Ergebnis, das die MAAWG (Messaging Anti-Abuse Working Group) anhand einer neuen, Nordamerika und Westeuropa umfassenden Umfrage heute veröffentlicht hat. Obwohl über achtzig Prozent der E-Mail-Anwender wissen, dass es Bots gibt, reagieren zig Millionen auf eine Art und Weise auf Spam, die sie der Gefahr einer Malware-Infektion aussetzen, so das Ergebnis der MAAWG-Umfrage 2010 zum Sicherheitsbewusstsein und zur Nutzung von E-Mail.

In der neuen Umfrage gab die Hälfte der Anwender an, Spam geöffnet, auf einen Link im Spam geklickt, einen Spam-Anhang geöffnet bzw. auf Spam geantwortet oder diese weitergeleitet zu haben, alles Tätigkeiten, die den Verbraucher der Gefahr von Betrug, Phishing, Identitätsdiebstahl und der Infektion aussetzen. Obwohl die meisten Verbraucher angaben, über die Existenz von Bots Bescheid zu wissen, glaubte nur ein Drittel von ihnen, dass sie sich auf diese Weise der Gefahr einer Infektion aussetzen.

„Der Verbraucher muss wissen, dass er kein hilfloser Zuschauer ist. Er spielt eine ganz entscheidende Rolle beim Kampf gegen Spammer, indem er sich nicht darauf einlässt und die entsprechenden E-Mails einfach nur als unerwünscht kennzeichnet“, sagte Michael O’Reirdan, Vorsitzender der MAAWG.

„Wenn der Verbraucher auf Spam antwortet oder auf Links in unerwünschten E-Mails klickt, liefert er sich häufig selbst der Gefahr von Betrug aus oder liefert seinen Computer Kriminellen aus, die ihn missbrauchen, um weiter Spam zu verschicken, Viren zu verbreiten oder Cyber-Angriffe zu starten“, sagte O’Reirdan.

Die Untersuchungsergebnisse zu den Kenntnissen über Bots, zu den E-Mail-Sicherheitspraktiken und zum Verhalten gegenüber Spam entsprachen insgesamt denen der ersten in Nordamerika durchgeführten Verbraucherumfrage der MAAWG im Jahre 2009. Die neue Umfrage des Jahres 2010 wurde auf Westeuropa erweitert und untersucht das Verbraucherverhalten in Kanada, Frankreich, Deutschland, Spanien, Großbritannien und in den Vereinigte Staaten.

Das Mir-passiert-schon-nichts-Syndrom

Weniger als die Hälfte der befragten Verbraucher sahen sich selbst als diejenigen, der die größte Verantwortung dafür trägt, die Verbreitung von Viren zu stoppen. Denn nur 36 % der Verbraucher sind der Meinung, sie selbst könnten von einem Virus befallen werden und 46 % derjenigen, die eine Spam-E-Mail öffneten, taten dies absichtlich.

Dies stellt deshalb ein Problem dar, weil Spam das allgemein übliche Mittel zur Verbreitung von Bots und Viren darstellt. Malware wird häufig unwissentlich installiert wenn der Besitzer des Computers den Anhang einer unerwünschten E-Mail öffnet oder auf einen Link klickt, der ihn auf eine vergiftete Website führt, so O'Reirdan.

Junge Verbraucher halten sich selbst tendenziell für sicherheitsbewusster, womöglich, weil sie mit dem Internet groß geworden sind. Dennoch gehen sie ein größeres Risiko ein. Hier einige entscheidende Ergebnisse der Umfrage:

- - Fast die Hälfte derjenigen, die eine Spam-E-Mail öffneten, taten dies absichtlich. Viele wollten sich dabei abmelden oder beim Absender beschweren (25 %), sehen, was passiert (18 %) oder interessierten sich für das Produkt (15 %).
- - Insgesamt haben 11 % der Verbraucher auf einen Link in Spam geklickt, 8 % haben den Anhang geöffnet, 4 % haben Spam weitergeleitet und 4 % haben direkt geantwortet.
- - Im Durchschnitt halten sich 44 % der Anwender selbst in Bezug auf E-Mail-Sicherheit für „einigermaßen erfahren“. In Deutschland halten sich 33 % der Anwender für „Experten“ oder für „sehr erfahren“, gefolgt von rund 20 % in Spanien, Großbritannien und den USA, 16 % in Kanada und nur 8 % in Frankreich.
- - Männer und E-Mail-Anwender im Alter unter 35 Jahren, d.h. genau die Bevölkerungsgruppe, die sich tendenziell in Punkto E-Mail-Sicherheit für erfahren hält, öffnet Spam häufiger bzw. klickt auf Links und leitet Spam weiter. Von den E-Mail-Anwendern unter 35 Jahren, geben 50 % an, bereits Spam geöffnet zu haben, verglichen mit 38 % der über 35-Jährigen. Jüngere Anwender klicken auch häufiger auf Links in Spam (13 %) als ältere Verbraucher (weniger als 10 %).
- - Der Verbraucher hält meistens seinem Internet- oder E-Mail- Serviceprovider dafür verantwortlich, Viren und Malware zu stoppen. Nur 48 % sehen bei sich selbst die größte Verantwortung, wobei es in Frankreich sogar nur 30 % und in Spanien nur 37 % sind.
- - Dennoch rangieren sich Verbraucher in Bezug auf die wirksame Virusbekämpfung gleich hinter Antiviren-Anbieter an vorderster Stelle: 56 % der Verbraucher schätzen ihre eigenen Fähigkeiten, Malware zu bekämpfen und 67 % die der Antiviren-Anbieter als sehr bzw. ziemlich gut ein. Staatliche Stellen, Verbraucherverbände und Social-Networking-Sites schnitten mit am schlechtesten ab.

Die Online-Umfrage wurde zwischen dem 8. und dem 21. Januar 2010 bei über tausend E-Mail-Anwendern in den Vereinigten Staaten und bei jeweils über 500 E-Mail-Anwendern in den anderen fünf Länder durchgeführt. Teilnehmer waren normale Verbraucher, die selbst für die Sicherheit ihrer persönlichen E-Mail-Adresse verantwortlich sind.

Die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage und der vollständige Bericht stehen auf der Website der MAAWG unter <http://www.MAAWG.org> zur Verfügung. Die Umfrage 2010 wurde von Ipsos Public Affairs durchgeführt und der vollständige Bericht umfasst einen Ländervergleich für viele Fragen sowie detaillierte Tabellen.

Informationen zur MAAWG-Arbeitsgruppe (Messaging Anti-Abuse Working Group)

Die Messaging-Branche hat sich in der Messaging Anti-Abuse Working Group (MAAWG) zusammengetan, um gemeinsam gegen Spam, Viren, Denial-of-Service-Attacken und andere Formen des Online-Missbrauchs zu kämpfen. Die MAAWG (<http://www.MAAWG.org>) vertritt nahezu eine Milliarde Mailboxen einiger der weltweit größten Netzbetreiber. Es handelt sich um die einzige Organisation, die ganzheitlich auf Messaging-Missbrauch eingeht, indem systematisch alle Aspekte des Problems, einschließlich der Technologie, Branchenkooperation und öffentlichen Entscheidungsträger, abgedeckt werden. Die MAAWG nutzt die langjährige Erfahrung ihrer weltweiten Mitglieder, um Missbrauch in bestehenden Netzwerken und neuen, aufkommenden Diensten zu unterbinden. Die MAAWG hat ihren Hauptsitz in San Francisco (Kalifornien) und bietet ein offenes Forum, das von den Anforderungen des Markts getragen und von bedeutenden Netzbetreibern und Messaging-Anbietern unterstützt wird.

Ansprechpartner Presse: Linda Marcus, APR, Tel.: +1-714-974-6356, E-Mail: lmarcus@astra.cc, Astra Communications

Vorstandsmitglieder der MAAWG sind: AOL, AT&T (NYSE: T), Cloudmark, Inc., Comcast (Nasdaq: CMCSA), Cox Communications, Eloqua, France Telecom (NYSE und Euronext: FTE), Goodmail Systems, Openwave Systems (Nasdaq: OPWV), Time Warner Cable, Verizon Communications und Yahoo! Inc.

Folgende Unternehmen sind Vollmitglieder der MAAWG: 1&1 Internet AG, Apple Inc., Bizanga LTD, Cisco Systems, Inc., Constant Contact (CTCT), e-Dialog, Experian CheetahMail, Genius.com, Internet Initiative Japan, (IIJ Nasdaq: IIJI), McAfee Inc., NeuStar, Inc., PayPal, Return Path, Inc., Spamhaus, Sprint und Symantec.

Eine vollständige Liste steht unter <http://www.maawg.org/about/roster> zur Verfügung.
