

Online-Handel legt weiter kräftig zu

Quartalszahlen Lebensmittel und Haushaltsgeräte werden immer häufiger im Netz bestellt.

Der interaktive Handel mit Waren bleibt der Wachstumstreiber der gesamten Branche. Im dritten Quartal 2017 zogen die Online-Verkäufe um neun Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an, wie der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland am Mittwoch mitteilte. Von Juli bis September verzeichnete die Branche im Online-Handel 13,6 Milliarden Euro Umsatz. Nicht zugelegt hat das Geschäft mit digitalen Dienstleistungen wie elektronischen Tickets, Downloads oder Hotelbuchungen – der Umsatz in diesem Bereich stagnierte auf dem Vorjahresniveau bei rund 3,8 Milliarden Euro.

Die einzelnen Warengruppen im Online-Handel entwickelten sich deutlich unterschiedlich. Der Umsatz mit Bekleidung stieg nur ganz leicht um 0,7 Prozent auf 2,7 Milliarden an. Das Geschäft mit Büchern und E-Books ging sogar deutlich zurück; um gut neun Prozent auf 735 Millionen Euro. Deutliche Zuwächse verzeichneten die Internethändler dagegen beim Vertrieb von Waren des täglichen Bedarfs, dazu gehören Lebensmittel, Drogerieartikel und Tierbedarf. Das Online-Volumen dieser Warengruppe stieg um 19,5 Prozent auf 989 Millionen an. Der Versand von Lebensmitteln allein bescherte den Anbietern im dritten Quartal sogar ein Umsatzplus von knapp 27 Prozent auf 292 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Warengruppe Computer, Zubehör und Spiele verzeichnete einen Anstieg um 19 Prozent auf eine Milliarde Euro. Nicht ganz so stark, aber immerhin um knapp elf Prozent, legte der Bereich Elektronikartikel und Telekommunikation zu. Smartphones & Co. spülten den Online-Händlern einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro in die Kassen. Auch der Vertrieb von Einrichtungsgegenständen wie Möbel, Lampen, Heimtextilien und Haushaltsgeräten legte um 18 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro zu. Der Spitzenreiter – nicht nur in diesem Segment – waren Haushaltswaren und -geräte mit einem Zuwachs von 37 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro.

Für das Jahr 2017 erwartet der Verband ein Wachstum von elf Prozent auf rund 58,5 Milliarden Euro Online-Umsatz. Der deutsche Einzelhandel hat im vergangenen Jahr einen Gesamtumsatz von 486,5 Milliarden Euro erwirtschaftet. Der Handelsverband Deutschland rechnet für 2017 mit einem dreiprozentigem Wachstum auf dann erstmals mehr als 500 Milliarden Euro.



„Niemand kann zig Passwörter behalten“

Serie „Der Wert von Daten“ Von Verbrauchsdaten vernetzter Autos bis zu Vorlieben von Facebook-Nutzern: Informationen gelten als wichtiger Rohstoff für die Wirtschaft. Für die Kunden hat das nicht nur Vorteile. Teil 4 unserer Serie widmet sich dem Datenschutz.

Bankgeschäfte von zu Hause erledigen, mit Freunden chatten oder online einkaufen: Über das Internet werden uns viele praktische Dienstleistungen angeboten. Ihre Nutzung ist aber mit Sicherheitsrisiken verbunden. Verbraucher sollten deshalb regelmäßig ihre Daten sichern, rät Professor Stefan Katzenbeisser im Gespräch.

Herr Katzenbeisser, reicht ein Virens scanner, um den PC vor Cyberattacken zu schützen?

Technisch gesehen reicht das eigentlich nicht, weil Virens scanner so ihre Probleme haben. Ein Scanner kann nur identifizieren, was er bereits kennt – ein ganz neuer Virus wird meistens nicht erkannt. Deshalb ist es auch ganz wichtig, sämtliche Updates für den Scanner immer sofort aufzuspielen. Trotzdem bleibt aber ein Zeitfenster zwischen den Aktualisierungen, in dem der Computer gefährdet ist. Man muss leider sagen: Dagegen können Verbraucher nicht wirklich etwas unternehmen. Wenn Sie einen Virens scanner und ein Betriebssystem haben, die dank regelmäßiger Updates auf dem neuesten Stand sind, vielleicht noch eine Firewall, dann können Sie eigentlich mehr nicht tun.

„Immer wieder die Daten sichern.“

Experte Stefan Katzenbeisser

Also muss man damit leben, dass der Computer eines Tages von Viren befallen wird?

Man muss auf jeden Fall damit rechnen, einmal Opfer eines Angriffs zu werden. Deshalb sollte man vorbereitet sein, das heißt: immer wieder die Daten auf dem Computer sichern. Dazu kann man sie auf eine externe Festplatte kopieren oder auch Online-Speicher nutzen, also Clouds.

Wann ist die Verschlüsselung von E-Mails sinnvoll?

Grundsätzlich ist eine Verschlüsselung nie falsch. Ganz besonders gilt das natürlich, wenn Passwörter oder andere sensible Informationen – etwa Gesundheitsdaten – übermittelt werden sollen. Leider ist es aber bis heute nicht gelungen, für die Verschlüsselung von E-Mails eine Infrastruktur auszurollen, die jeder problemlos nutzen kann. Der Grund ist, dass für die Verteilung der Schlüssel Zertifikate auf den Rechnern installiert werden müssen, und dafür wiederum ist eine Registrierung erforderlich. Möglich ist das zum Beispiel mit der Online-Ausweisfunktion im Personalaus-

weis, die sich bislang aber nicht durchgesetzt hat. Fazit: Auch Verbraucher können E-Mails verschlüsseln, aber es ist relativ viel Aufwand, den die meisten scheuen. Insofern hoffe ich, dass sich die Lage bessert, wenn sich die Kommunikation zunehmend von E-Mails wegbewegt – bei einigen Kurznachrichtendiensten wie WhatsApp oder Threema werden die Nachrichten schon heute automatisch verschlüsselt.

Was ist von Diensten zu halten, die beispielsweise eine Verschlüsselung von Passwörtern anbieten?

Sogenannte Passwort-Safes sind grundsätzlich eine gute Sache. Denn eigentlich sollte man für jeden Dienst, den man online verwendet, ein eigenes Passwort nutzen. So viele Passwörter kann sich aber niemand merken, besonders wenn sie den Sicherheitsanforderungen genügen sollen – dazu sollten sie aus mindestens zwölf Zeichen bestehen, die kein aussprechbares Wort bilden. Legt man sie aber alle in einem

Passwort-Safe ab, so muss man nur das Kennwort für diesen Safe behalten. Die Frage ist nur: Wie sicher sind diese Safes selbst? Da braucht man einen vertrauenswürdigen Anbieter. Bei der Auswahl können sich Verbraucher auf Tests von Computermagazinen stützen.

Nun werden auch Autos und Haushaltsgeräte vernetzt. Ist das nicht sehr riskant?

Natürlich entstehen dadurch neue Risiken. Als PCs zum ersten Mal massenhaft ans Internet angeschlossen wurden, hat es ungefähr 15 Jahre gedauert, bis wir die Konsequenzen einigermaßen im Griff hatten. Mit den eingebetteten Geräten stehen wir jetzt wieder ganz am Anfang. Ich gehe auch davon aus, dass es gegen diese Systeme in naher Zukunft sehr viele Angriffe geben wird, denn die Hürden für die Angreifer sind viel niedriger als bei klassischen Computern.

Wie sollen sich Verbraucher da schützen?

Da hat der Verbraucher noch viel weniger

Möglichkeiten als in der PC-Welt. Wir müssen die Hersteller in die Pflicht nehmen. Die Autobauer haben schon verstanden, dass sie etwas tun müssen. Ebenso große Hersteller von Komponenten vernetzter Systeme. Aber ich sehe da noch viele Herausforderungen. Man kann einem Verbraucher ja nicht zumuten, dass er zwei Mal pro Woche eine neue Software auf seinen Kühlschrank oder DVD-Player aufspielt.

Kann die nicht zentral von einer Wartungsfirma aktualisiert werden, wenn die Geräte vernetzt sind?

Das wäre eine Möglichkeit. In jedem Fall müssen die Hersteller Verantwortung für die Sicherheit ihrer Produkte übernehmen.

Das Gespräch führte Barbara Schäder.

„Wir müssen die Hersteller in die Pflicht nehmen.“

Informatikprofessor Stefan Katzenbeisser

Tipps für Surfer und Netzwerker

Datenschutz Ratschläge für den Umgang mit persönlichen Informationen im Internet. *Von Barbara Schäder*

Wer kennt das nicht: Nach der Flugreservierung im Internet poppen wie von Zauberhand Hotelangebote rund um das Urlaubsziel auf. Und wer einmal Windeln online bestellt hat, bekommt bestimmt auch Kindersitze angeboten. Das liegt daran, dass wir bei jedem Besuch im Internet eine Datenspur hinterlassen. Gezielte Werbeangebote mag manch einer noch nützlich finden. Spätestens bei der Vorstellung, dass potenzielle Arbeitgeber oder Vermieter soziale Netzwerke auf die Hobbys von Bewerbern abklopfen könnten, wird es den meisten Menschen aber unbehaglich.

Für die Nutzung sozialer Netzwerke empfiehlt sich deshalb, auf die Sicherheitseinstellungen zu achten und den Zugriff auf persönliche Informationen zu beschränken. In der Regel besteht die Möglichkeit, nur ausgewählten Kontakten (etwa „Freunden“) Einblick in das eigene Profil zu gewähren. Wer auf jede Beschränkung verzichtet, ist für jeden Nutzer des Netzwerks ein offenes Buch.

Auch beim Einkauf im Internet raten Verbraucherschützer zur Vorsicht. Die Kunden sollten nur so viel preisgeben wie

unbedingt nötig: „Füllen Sie nur die Pflichtfelder aus!“, schreibt die Verbraucherzentrale Niedersachsen auf ihrer Internetseite. Wer ohne Not seine Telefonnummer angibt, riskiert zum Beispiel lästige Werbeanrufe. Die Angabe von Name, Adresse, Geburtsdatum und Kreditkarten- oder Kontonummer ist allerdings oft unumgänglich. Die Verbraucherzentrale empfiehlt deshalb, aus Sicherheitsgründen Online-Shops anzusteuern, bei denen der Zahlungsvorgang SSL-verschlüsselt ist.

Wer eine Verfolgung seines Surfverhaltens vermeiden will, kann über den Browser zum Beispiel Cookies abwehren oder löschen. Cookies sind kleine Dateien, die beim Besuch einer Webseite Informationen über die Eingaben des Nutzers speichern. Das kann hilfreich sein, etwa wenn der Warenkorb eines Online-Shops befüllt wird. Cookies komplett zu blockieren, ist deshalb wenig praktikabel. Man kann aber gezielt Tracking-Cookies abstellen, die das Verhalten des Surfers über mehrere Websites aufzeichnen. Über die Einzelheiten informiert die Hilfefunktion des Browsers.

APPS UND DATENSCHUTZ

Alltagsbegleiter Auf Smartphones und Tablets können heute zahlreiche kleine Helfershelfer geladen werden, sogenannte Apps. Die Palette reicht vom kostenlosen Chatdienst über den Routenplaner bis hin zum Schwangerschafts-Ratgeber. Viele dieser Programme sind kostenlos zu haben, aber nicht unbedingt ohne Gegenleistung: Wer eine App herunterlädt, gewährt dem Anbieter oft Zugriff auf allerlei auf dem Handy gespeicherten Daten. Dazu zählen Telefonnummer und Adressen, Fotos oder Standortdaten. Nicht immer sind alle diese Informationen für das Funktionieren der App tatsächlich erforderlich.

Zugriffsbeschränkung App-Nutzer sollten deshalb prüfen, ob sich der Datenzugriff begrenzen lässt. Zum Teil kann die Freigabe von Informationen schon beim Download untersagt, zum Teil nachträglich eingeschränkt werden. Informationen hierzu finden sich unter <https://www.verbraucherzentrale.de/Smartphones-Alleskoennen-mit-Risiko>.

Zur Person Stefan Katzenbeisser ist Informatikprofessor an der Uni Darmstadt. Seine Forschungsschwerpunkte sind der Schutz der Privatsphäre, sichere kritische Infrastrukturen und angewandte Kryptographie. bsa



TELEFONARIF INLAND FERNZONE

Täglich außer Samstag und Sonntag und bundeseinheitlichen Feiertagen

Zeit	Anbieter/Vorwahl	Cent/Min
0-7 Uhr	Sparcall / 0 10 28	0,10
	Arcor / 0 10 70	0,49
7-8 Uhr	01011 / 0 10 11	0,52
	3U / 0 10 78	0,63
8-10 Uhr	3U / 0 10 78	0,63
	01098 / 0 10 98	0,64
10-12 Uhr	010012 / 01 00 12	0,55
	3U / 0 10 78	0,63
12-14 Uhr	01098 / 0 10 98	0,64
	3U / 0 10 78	0,63
14-18 Uhr	01098 / 0 10 98	0,64
	Priotel / 0 10 68	0,76
18-19 Uhr	010012 / 01 00 12	0,55
	3U / 0 10 78	0,63
19-24 Uhr	01098 / 0 10 98	0,64
	01011 / 0 10 11	0,52
19-24 Uhr	3U / 0 10 78	0,63
	Arcor / 0 10 70	0,49
19-24 Uhr	3U / 0 10 78	0,63
	01098 / 0 10 98	0,64

Alle Anbieter mit kostenloser Tarifansage. Nutzung nur von einem Festnetzanschluss der Dt. Telekom möglich. Alle Anbieter = Minutentakt. Ohne Gewähr.

Stand: 11. 10. 2017

Quelle: bjaallo.de

Impressum

Stuttgarter Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart
Postfach 10 60 32, 70049 Stuttgart

Redaktion:
Chefredakteur: Joachim Dorfs
Stellvertretender Chefredakteur: Michael Maurer
Schefvordienst: Matthias Schmidt, Joachim Volk, Frank Schwalbold
Leitung/Titelteam: Michael Maurer

ArtDirector: Dirk Steinger
Ressortleiter: Rainer Pörtner (Politik/Landespolitik), Anne Gühlich (Wirtschaft), Peter Trapmann (Leben), Tim Schließer (Kultur), Holger Gayer und Jan Sellner (Lokales/Sublokales), Achim Wörner (Region/Baden-Württemberg), Swantje Dake (Digitale Unit), Stefanie Zinke (Multimediale Reportagen), Dirk Preiß (Sport).
Autoren: Michael Heller, Armin Käfer, Hilke Lorenz, Christian Milankovic,

Andreas Müller, Jörg Nauke, Reiner Ruf, Peter Stolterfoth, Ingmar Volkmann, Mirko Weber.
Berliner Redaktion: Christopher Ziedler.
Anzeigen und Sonderthemen: Stuttgarter Zeitung
Werbevermarktung GmbH
Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart
Postanschrift:
Anzeigenabteilung: Postfach 10 44 26, 70039 Stuttgart
Chiffrezuschriften: Postfach 10 44 27, 70039 Stuttgart

Sonderthemen: Postfach 10 44 21, 70039 Stuttgart
Anzeigenleitung: Tanja Dehner
Sonderthemen: Reimund Abel (Redaktion)
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 44 vom 1. 1. 2017.
Druck: Pressehaus Stuttgart Druck GmbH, Plieninger Str. 150, 70567 Stuttgart, Postfach 10 38 23, 70033 Stuttgart
Wir verwenden Recycling-Papier und

sind nach DIN EN ISO 14001:2005 zertifiziert.
Leserservice: Stuttgarter Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH,
Postfach 10 43 54, 70038 Stuttgart

Der monatliche Bezugspreis (Stand 11.2017) beträgt bei Lieferung frei Haus durch Zusteller oder bei Postzustellung 42,40 Euro (einschl. 7% MwSt.). Bei jährlicher Vorauszahlung reduziert sich der Bezugspreis um bis zu 4,0%, bei halb-

jährlicher Vorauszahlung um bis zu 1,5%. Portokosten für Reisenachsendungen täglich: Inland 0,95 Euro, Ausland ab 2,20 Euro. Jeder Freitagsausgabe – bei Feiertagen abweichend – liegt das Fernsehmagazin „rtv“ bei. Abbestellungen sind bis zum 5. eines Monats zum Monatsende schriftlich an den Leserservice des Verlags zu richten. Bei einer zusammenhängenden Bezugsunterbrechung von drei Wochen wird der anteilige Bezugspreis zurückerstat-

tet. Bei Abbestellung eines Abonnements ist eine Gutschrift der anteiligen Abonnementgebühren für eine Lieferunterbrechung während des Laufs der Abbestellfrist nicht möglich. Bei Nichterscheinen infolge höherer Gewalt, Streik oder Auslieferung besteht kein Anspruch auf Entschädigung. Die Stuttgarter Zeitung ist amtliches Publikationsorgan der Baden-Württembergischen Wertpapierbörse.

