

Forschungsinstitut für
Rationalisierung e.V. (FIR)
an der RWTH Aachen
Pontdriesch 14/16
52062 Aachen
www.fir.rwth-aachen.de

Umfrage

Anforderungen der Verbraucher an den Umgang mit Daten bei RFID-Anwendungen im Bekleidungshandel

Ansprechpartner:
Dipl.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Mirko Auerbach
Radosveta Christova

Telefon: (0241) 477 05-504, -321

Fax: (0241) 477 05-199

E-Mail: Mirko.Auerbach@fir.rwth-aachen.de

Radosveta.Christova@fir.rwth-aachen.de



Hinweise zur Umfrage

Sehr geehrte Damen und Herren,

Die beigefügte Umfrage zu *Anforderungen der Verbraucher an den Umgang mit Daten bei RFID-Anwendungen im Bekleidungshandel* wird vom **Forschungsinstitut für Rationalisierung e.V.** an der **RWTH Aachen** im Rahmen des Projektes **Trusted-RFID** durchgeführt.

RFID steht für *Radio Frequenz Identifikation* und ist eine Technologie, bei der Etiketten per Funk ausgelesen und beschrieben werden können. Zahlreiche Anwendungen sprechen für die Vorteile, die dabei für Verbraucher, Handel und Produzenten entstehen. Für den breiten Einsatz ist das Vertrauen der Verbraucher entscheidend. Da Funktionsweise und Anwendungen dieser Technologie noch nicht sehr bekannt sind, ist zur Erklärung eine *Beschreibung der Funktion eines RFID-Systems* sowie ein *Szenario* beigelegt. Wir bedanken uns im Voraus für Ihre freundliche Unterstützung.

Umfang und Aufbau des Fragebogens

Zum Ausfüllen des Fragebogens benötigen Sie ca. 15 Minuten. Die Umfrage umfasst 6 Abschnitte:

Teil **A**: Nutzung anderer Technologien

Teil **B**: Erwarteter Nutzen von RFID

Teil **C**: Vertrauen in die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland

Teil **D**: Risiken in Verbindung mit neuen Technologien

Teil **E**: Beurteilung von Lösungsansätzen (Informationslösung bezüglich Daten auf RFID-Etiketten und Einsatz von RFID-Lesegeräten, organisatorische Lösung, technische Lösungen, Zertifikatlösung)

Teil **F**: Allgemeines zur Person

Teil **G**: Anmerkungen zum Thema

Bitte beantworten Sie alle Fragen. Sollten bestimmte Sachverhalte Sie nicht direkt betreffen, versuchen Sie eine Antwort zu geben, die Ihren Einstellungen am besten entspricht.

Hinweise zur Anonymität

Ihre Antworten werden streng vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Die Ergebnisse der Studie dienen ausschließlich Forschungszwecken und werden in anonymisierter und statistisch ausgewerteter Form dargelegt.

Im Falle, dass Sie an den Ergebnissen der Studie Interesse haben, können Sie Ihren Namen, die Anschrift und eine E-Mail-Adresse angeben, die von den übrigen Blättern vor der Auswertung getrennt werden.

Hinweise zur Rücksendung

Sie können die ausgefüllten Fragebögen per Post (unfrei), per Fax oder per E-Mail bis **27. Juni 2006** zurückschicken (Adressen siehe vorne).

Mit freundlichen Grüßen

Mirko Auerbach
Radosveta Christova



Wenn Sie die Ergebnisse der Studie erhalten möchten, tragen Sie hier bitte Ihre Adresse und Ihren Namen ein. Bitte senden Sie uns diese Seite und den folgenden Fragebogen per beiliegendem Rückumschlag oder per Fax an folgende Nummer: **(0241) 47705 -199**

Diese Seite wird umgehend vom Fragebogen getrennt und nur dazu verwendet, Ihnen die Ergebnisse der Studie zukommen zu lassen.

Name, Vorname _____

Straße _____

PLZ _____

Ort _____

E-Mail _____

Telefon _____
für Rückfragen



Was bedeutet RFID, wie funktioniert es und was zeichnet diese Technik aus.

RFID ist die Abkürzung von **Radio Frequenz IDentifikation** und bezeichnet eine Technologie, mit der Funkwellen zur *Identifikation von Objekten* eingesetzt werden. Die Bestandteile des *RFID-Systems* sind:

1. *RFID-Etiketten*: Die Etiketten bestehen aus Papier oder Kunststoff, sie können beispielsweise eingewebt werden, so dass sie nicht sichtbar sind. Auf den RFID-Etiketten sind jeweils ein Chip und eine Antenne angebracht. Je nach Anwendung existieren unterschiedliche Bauformen, wie z. B. Glaskapseln, die z. B. zur Tieridentifikation implantiert werden. Eingebaut sind die Etiketten auch in Uhren, Autoschlüsseln und Karten. Der Chip beinhaltet eine eindeutige Nummer zur Identifikation und gegebenenfalls weitere Informationen. Die RFID-Etiketten können in Verbindung mit Sensoren (z. B. zur Temperatur- und Druckmessung) zusätzliche Kontrollfunktionen übernehmen. Mit der Antenne wird über Funkwellen eine Verbindung zum *Lesegerät* hergestellt.
2. *Lesegeräte*: Diese fragen die Identifikationsnummer und gegebenenfalls weitere Daten ab. Lesegeräte sind mit Computern und somit mit *Netzwerken* verbunden. Das Auslesen erfolgt ohne Sichtkontakt und kann unbemerkt bleiben. Es können mehrere RFID-Etiketten gleichzeitig ausgelesen werden. Die Reichweite beträgt meistens nur wenige Zentimeter, je nach eingesetzter Technologie auch mehrere Meter. Angriffe auf das RFID-System sind über die Luftschnittstelle zwischen RFID-Etiketten und Lesegeräten (unberechtigtes Auslesen) möglich.
3. *Netzwerke* (z. B. das Internet, das Netzwerk von Unternehmen): Die ausgelesenen Daten werden an ein angeschlossenes Informationssystem übermittelt. Sie werden in Datenbanken weiter verarbeitet und in die Geschäftsprozesse von Unternehmen eingebunden. Der Zugang zu den Netzwerken ermöglicht Zugriff auf persönliche, sensible Daten. Die Sicherheit der Netzwerke ist entscheidend für die Sicherheit des gesamten RFID-Systems.

Die RFID-Standardisierung sieht eine eindeutige Identifizierung von Produkten weltweit vor. Eindeutig identifizierbare Produkte können dann mit den sie besitzenden Personen in Verbindung gebracht werden.

RFID wird bereits heute oft angewendet, einige Beispiele sind:

- Autoschlüssel
- Diebstahlschutz
- Kennzeichnung von Gegenständen und Bestimmung ihrer Lage (z. B. bei Lagerbeständen oder während der Produktion), wobei Veränderungen und Bewegungen automatisch erfasst werden
- Ausweis für Personen, Zutrittskontrollen (z. B. im öffentlichen Verkehr, bei Veranstaltungen (WM 2006), in Skigebieten (Skipässe), Erhebung von Mautgebühren)



RFID-Szenario

Das folgende Beispiel orientiert sich an real existierenden Fällen: Prada (Epicenter store in NY) und Benetton haben schon Kleidung mit RFID-Etiketten ausgestattet.

Die intelligenten Etiketten, unfühlbar und nicht sichtbar, sind dauerhaft in die Kleidungsstücke eingenäht. Darauf werden eine Identifikationsnummer und gegebenenfalls weitere Daten (wie Farbe und Größe) gespeichert, die mit Hilfe von Lesegeräten ausgelesen werden können. Diese Lesegeräte sind z. B. an Regalen befestigt oder werden als mobile Apparate von den Mitarbeitern mitgetragen. Die Daten werden nach dem Auslesen an Datenbanken weitergeleitet. Falls Sie eine Kundenkarte besitzen, können Ihre Vorlieben in der Datenbank festgehalten und der Service dementsprechend gestaltet werden.

Die Umkleidekabine wird mittels RFID zu einem einzigartigen Erlebnis. Dort können Sie über einen interaktiven Bildschirm Videoclips zu den von Ihnen ausgesuchten Kleidungsstücken ansehen: Entwürfe, Stoffproben und Laufstegvorführungen. Sie können sofort Informationen zur Verfügbarkeit (Größen, Farben, Kollektion) abfragen. Später können Sie den Umtausch oder die Rückgabe ohne Kassenbon erledigen.

Falls Sie die Etiketten nicht deaktivieren bzw. nicht zerstören, können beispielsweise intelligente Waschmaschinen Ihre Kleidungsstücke nach den besonderen Pflegehinweisen (Temperatur, Programm etc.) waschen.



Anforderungen der Verbraucher an den Umgang mit Daten bei RFID-Anwendungen im Bekleidungshandel

A. Nutzung anderer Technologien

- A. 1 Nutzen Sie das Internet? nein ja
- A. 2 Nutzen Sie mindestens ein Mobiltelefon? nein ja
- A. 3 Nutzen Sie Debitkarten (EC-Karte)? nein ja
- A. 4 Nutzen Sie Kreditkarten (z. B. Visa, MasterCard)? nein ja
- A. 5 Nutzen Sie die Vorteile von Kundenkarten (z. B. Pay Back, Miles and More, die Preisnachlässe und zusätzliche Leistungen anbieten)? nein ja

B. Erwarteter Nutzen von RFID

- | | nein,
überhaupt
nicht | nein | nein, eher
nicht | eher ja | ja | ja, auf
jeden Fall |
|---|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | --- | -- | - | + | ++ | +++ |
| B. 1 <i>Erwarten Sie persönliche Vorteile von RFID-Anwendungen, wie z. B. mehr Transparenz, Fälschungssicherheit oder neue Services?</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2 <i>Zur Nutzung der unten aufgeführten zusätzlichen Dienstleistungen ist das Vorhandensein von RFID-Etiketten auf den Produkten notwendig. Wie beurteilen Sie die Attraktivität folgender Dienstleistungen?</i> | sehr negativ | negativ | eher negativ | eher positiv | positiv | sehr positiv |
| | --- | -- | - | + | ++ | +++ |
| B. 2. 1 <i>individuell gestaltete Preise</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 2 <i>Garantieansprüche ohne Kassenbon</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 3 <i>zusätzliche Produktinformationen an Info-Terminals (z. B. Herkunft der Ware oder Erfüllung bestimmter Qualitätskriterien) .</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 4 <i>übersichtliche Verkaufsfläche (schnelles Auffinden der Ware)</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 5 <i>Verfügbarkeit der Ware (z. B. sofortige Information zu vorhandenen Beständen im Lager)</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 6 <i>persönlich abgestimmte Werbung (z. B. Abspielen von Videos zu ausgewählten Waren in der Umkleidekabine)</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 7 <i>Empfehlungen (z. B. Zusatzangebote, passende Kombinationen)</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 8 <i>Selbstbedienungskassen</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B. 2. 9 <i>Zusatzleistungen (z. B. Kontrolle der Waschttemperatur bei intelligenten Waschmaschinen)</i> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



C. Vertrauen in die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland

	nein, trifft überhaupt nicht zu	nein, trifft nicht zu	nein, trifft eher nicht zu	ja, trifft eher zu	ja, trifft zu	ja, trifft vollständig zu
C. 1 Sind Sie der Meinung, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland Vertrauen in der Gesellschaft schaffen?	---	--	-	+	++	+++
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C. 2 Sind Sie der Meinung, dass die Datenschutzgesetze in Deutschland die Privatsphäre ausreichend schützen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C. 3 Vertrauen Sie darauf, dass Ihre persönlichen Daten von Unbefugten (staatlichen Stellen, Arbeitgebern, anderen Unternehmen, privaten Personen) nicht missbraucht werden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C. 4 Vertrauen Sie dem Handel grundsätzlich (z. B. dass Sie fair behandelt werden und Ihr Unwissen nicht ausgenutzt wird, beispielsweise bezüglich der Möglichkeiten der Nutzung persönlicher Daten)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C. 5 Empfinden Sie es als störend, wenn unkontrolliert Auskünfte über Ihre persönlichen Merkmale, Vorlieben oder Gegenstände eingeholt werden können?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C. 6 Möchten sie bei Ihren Einkäufen anonym bleiben?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

D. Risiken in Verbindung mit neuen Technologien

	nein, trifft überhaupt nicht zu	nein, trifft nicht zu	nein, trifft eher nicht zu	ja, trifft eher zu	ja, trifft zu	ja, trifft vollständig zu
D. 1 Befürchten Sie für sich persönlich negative Auswirkungen der Internetnutzung (z. B. Beobachtung von Bewegungen, Ausspähen, Manipulation, Missbrauch von Daten)?	---	--	-	+	++	+++
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D. 2 Befürchten Sie für sich persönlich negative Auswirkungen der Nutzung eines Mobiltelefons (z. B. genaue Bestimmung Ihrer Lage)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D. 3 Befürchten Sie für sich persönlich negative Auswirkungen von Kundenkarten (z. B. dauerhafte Speicherung, Auswertung, Verknüpfung und Weiterveräußerung der Informationen über Ihr Einkaufsverhalten)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D. 4 Stufen Sie Ihre Befürchtungen hinsichtlich RFID ein: <i>[Bringen Sie diese in eine Rangfolge: 1: am wenigsten, 2: wenig, 3: viel, 4: am meisten. Verwenden Sie jeden Wert nur einmal.]</i>						

D. 4. 1 Dokumentation Ihres Aufenthaltsortes

D. 4. 2 dauerhafte Speicherung, Auswertung, Verknüpfung und Weiterveräußerung von Informationen über Ihr Einkaufsverhalten

D. 4. 3 Fehleranfälligkeit (z. B. Sicherheitslücken).

D. 4. 4 Benutzerunfreundlichkeit (z. B. Bedienbarkeit)



E. Beurteilung von Lösungsansätzen

E. 1 Informationslösung bezüglich Daten auf RFID-Etiketten und Einsatz von RFID-Lesegeräten

	nein, trifft überhaupt nicht zu	nein, trifft nicht zu	nein, trifft eher nicht zu	ja, trifft eher zu	ja, trifft zu	ja, trifft vollständig zu
	---	--	-	+	++	+++
E. 1. 1 Möchten Sie bei Risiken (z. B. Angriffe auf die Privatsphäre, mögliche Gesundheitsschäden) durch neue technische Anwendungen, wie beispielsweise RFID, über Vorsorgemaßnahmen informiert werden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 1. 2 Wünschen Sie sich bei neuen technischen Anwendungen, die Ihren Alltag nachhaltig beeinflussen werden, wie z. B. RFID, eine tiefgründige und gut verständliche Aufklärung bezüglich Funktionen und Merkmalen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 1. 3 Möchten Sie über nachteilige Entscheidungen (z. B. die Gewährung eines Kredites) informiert werden, bei denen persönliche Daten eine Rolle spielen, die über RFID-Systeme gesammelt und ausgewertet wurden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	nein, trifft überhaupt nicht zu	nein, trifft nicht zu	nein, trifft eher nicht zu	ja, trifft eher zu	ja, trifft zu	ja, trifft vollständig zu
	---	--	-	+	++	+++
E. 1. 4 Möchten Sie über folgendes informiert werden:						
E. 1. 4. 1 welcher Händler RFID-Etiketten und -Lesegeräte einsetzt (z. B. durch Hinweise)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 1. 4. 2 zu welchem Zweck (z. B. Marketing) RFID eingesetzt wird?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 1. 4. 3 wer (z. B. andere Händler, öffentliche Einrichtungen, sonstige Unternehmen) RFID-Etiketten in Ihrem Besitz ausliest (z. B. durch Kennzeichnung der Lesegeräte)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 1. 4. 4 wo (in welchem Laden) RFID-Etiketten und -Lesegeräte eingesetzt werden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

E. 2 Organisatorische Lösung

	nein, trifft überhaupt nicht zu	nein, trifft nicht zu	nein, trifft eher nicht zu	ja, trifft eher zu	ja, trifft zu	ja, trifft vollständig zu
	---	--	-	+	++	+++
E. 2. 1 Möchten Sie:						
E. 2. 1 die Alternative haben, Waren ohne RFID-Etiketten zu erwerben?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 2. 2 bei erstmaliger Erhebung persönlicher Daten gefragt werden, ob Sie damit einverstanden sind?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 2. 3 über die Weiterverarbeitung persönlicher Daten seitens des Händlers unterrichtet werden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 2. 4 der Weiterveräußerung/-leitung von Daten zustimmen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 2. 5 uneingeschränkten Zugang zu Ihren personenbezogenen Daten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 2. 6 die Möglichkeit zur Änderung Ihrer personenbezogenen Daten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. 2. 7 die Löschung persönlicher Daten veranlassen können?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



E. 3 Technische Lösungen

nein, trifft überhaupt nicht zu	nein, trifft nicht zu	nein, trifft eher nicht zu	ja, trifft eher zu	ja, trifft zu	ja, trifft vollständig zu
---	--	-	+	++	+++

- E. 3. 1 Glauben Sie, dass technische Sicherheitsmaßnahmen helfen, die Anonymität bzw. den Datenschutz zu gewährleisten?
- E. 3. 2 Stufen Sie die Bedeutung folgender Eigenschaften technischer Lösungen ein, die zur Gewährleistung von Anonymität, Datenschutz und Datensicherheit eingesetzt werden. *[Bringen Sie diese in eine Rangfolge: 1: unwichtig, 2: wichtig, 3: am wichtigsten. Verwenden Sie jeden Wert nur einmal.]*

E. 3. 2. 1 einfache Bedienbarkeit

E. 3. 2. 2 Zuverlässigkeit

E. 3. 2. 3 Kostenneutralität

E. 3. 3 Ein bekannter Lösungsansatz ist die Deaktivierung von RFID-Etiketten, so dass diese nicht mehr gelesen werden können.

E. 3. 3. 1 Welche Möglichkeit zur Dauer der Deaktivierung würden Sie vorziehen, wenn Sie Waren mit RFID-Etiketten erwerben? *[Bringen Sie diese in eine Rangfolge: 1: unwichtig, 2: wichtig, 3: am wichtigsten. Verwenden Sie jeden Wert nur einmal.]*

E. 3. 3.1.1 keine Deaktivierung

E. 3. 3.1.2 dauerhafte Deaktivierung

E. 3. 3.1.3 Ich möchte zu einem späteren Zeitpunkt entscheiden können, ob ich Leistungen, die der Einsatz von RFID ermöglicht, beanspruchen will (temporäre Deaktivierung).

E. 3. 3. 2 Welche Möglichkeit zur Deaktivierung ziehen Sie vor?

E. 3. 3. 2. 1 keine Deaktivierung erforderlich

E. 3. 3. 2. 2 Deaktivierung durch Verbraucher mit Hilfsmitteln im Laden

E. 3. 3. 2. 3 Deaktivierung durch den Verbraucher jederzeit auch außerhalb der Geschäftsräume möglich

E. 3. 3. 3 Nach dem Bezahlvorgang an der Kasse:

E. 3. 3. 3. 1 brauchen die RFID-Etiketten nicht entfernt zu werden

E. 3. 3. 3. 2 sollen die RFID-Etiketten nach Aufforderung durch das Personal entwertet werden

E. 3. 3. 3. 2 sollen die RFID-Etiketten auch ohne Aufforderung stets durch das Personal entwertet werden

E. 4 Zertifikatlösung

nein, mein Vertrauen steigt keinesfalls	nein, mein Vertrauen steigt nicht	nein, mein Vertrauen steigt eher nicht	ja, mein Vertrauen steigt eher	ja, mein Vertrauen steigt	ja, mein Vertrauen steigt deutlich
---	--	-	+	++	+++

- E. 4. 1 Wie beurteilen Sie eine Prüfung von RFID-Anwendungen durch unabhängige Institutionen (wie z. B. TÜV) und die Vergabe eines Zertifikats?



F. Allgemeines zur Person

F. 1 Ihr Alter

< 20	20-29	30-39	40-49	50-59	> 60
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

F. 2 Ihr Geschlecht

<input type="radio"/>	männlich	<input type="radio"/>	weiblich
-----------------------	----------	-----------------------	----------

F. 3 Ihr Ausbildungsgrad

ohne Schulabschluss	mittlere Reife	Abitur	abgeschlossene Lehre o. Ausbildung	Hochschulabschluss
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

F. 4 Ihre berufliche Situation

<input type="radio"/>	nicht berufstätig	<input type="radio"/>	angestellt
<input type="radio"/>	Haushalt führend	<input type="radio"/>	verbeamtet
<input type="radio"/>	in Ausbildung	<input type="radio"/>	selbständig
<input type="radio"/>	studierend		

F. 5 Ihre Erfahrungen mit RFID-Anwendungen (z. B. Skipass, Erhebung von Mautgebühren, Eintrittsausweis):

<input type="radio"/>	weiss nicht
<input type="radio"/>	keine Erfahrungen gemacht
<input type="radio"/>	negative Erfahrungen gemacht
<input type="radio"/>	gute Erfahrungen gemacht

F. 6 Ihr Kenntnisstand bezüglich der Funktionsweise von RFID:

RFID kenne ich nicht	von RFID habe ich schon mal gehört	RFID ist mir bekannt
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

G. Anmerkungen

Falls Sie weitere Anmerkungen zum Thema vertraulicher Umgang mit Daten und RFID haben, würden wir Sie bitten, diese unten einzutragen und bedanken uns herzlich für Ihre Teilnahme.