



Tietoturva

Tietoturva

2020-09-16 09:06 EEST

## Kuluttajat huolissaan tietoturvauhista – Polarille kaksi uutta tietoturvamerkkiä

Liikenne- ja viestintävirasto Traficomien loppukevällä teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan suomalaiset kokevat tietoturvaan liittyvät uhkakuvat merkittävinä huomattavasti aiempaa laajemmin. Samalla nettiin kytketyt älylaitteet ovat yleistyneet kodeissa. Tästä huolimatta kuluttajat eivät koe pystyvänsä vastaamaan tietoturvariskeihin aiempaa merkittävästi paremmin.

Polar Electro Oy on vastannut kodin älylaitteiden tietoturvaan liittyvään kuluttajatarpeeseen. Sen kahdelle multisport-kellolle, Polar Vantage M:lle ja Polar Vantage V:lle myönnettiin syyskuussa uusimmat Tietoturvamerkkit.

Näiden myötä Polarin Tietoturvamerkkin saaneiden tuotteiden määrä kasvoi kolmeen, Polar Igniten ollessa ensimmäinen merkin saanut urheilukello. Kaiken kaikkiaan Tietoturvamerkki on nyt myönnetty kuudelle tuotteelle. Kesällä LähiTapiolan Elämänturvasovellus sai ensimmäisenä mobiilisovelluksena Tietoturvamerkkin. Tätä ennen merkki oli myönnetty jo Cozify HUBille sekä DNA Oyj:n Wattinen-älytermostatille. Seuraavat Tietoturvamerkit tullaan myöntämään vielä syksyn kuluessa.

## **Yhä useampi on huolissaan lähipiiriinsä kohdistuvista tietoturvauhista**

Aiempiin vuosiin verrattuna yhä useampi suomalainen koki loppukevällä 2020 erilaisten tietoturvaan liittyvien riskien uhkaavan merkittävästi itseään tai perheenjäseniään. Haittaohjelmat ja laitteiden puutteellinen tekninen tietoturva sekä netti- ja sähköpostihuijaukset koettiin yleisimmin uhkiksi. Lisäksi laitteiden ja sovellusten käyttäjistä keräämien tietojen käyttö huolestutti vastaajia. Kutakin edellä mainittua piti merkittävänä uhkana yli 60 % suomalaisista ja nämä osuudet kasvoivat vuoden aikana 7-13 %-yksikköä. Voimakas kasvu selittynee pääosin alkuvuoden pandemiaohjeistusten ja -rajoitusten myötä lisääntyneellä sähköisten palvelujen käytöllä.

*Kuva 1. Kaikki kartoitetut tietoturvaan liittyvät uhkakuvat ovat yleistyneet voimakkaasti vuoden 2019 keväästä (n=2000).*

Vaikka entistä useammin tietoturvaan liittyvät uhat koetaan merkittävinä, niin edellytyksissä suojautua näiltä uhilta ei ole koettu tapahtuneen suurta muutosta. 13 % vastaajista koki perehtyneensä tietoturvakysymyksiin syvällisesti. 69 % ilmoitti tuntevansa perusasiat ja 17 % vastasi ettei tunne asiaa.

Yhä useampaan kotitalouteen on hankittu kännyköiden ja tietokoneiden lisäksi muitakin nettiin kytkettyjä laitteita. Samaan aikaan myös tietoisuus siitä, että nettiin kytkettävä älylaite, kuten aktiivisuusranneke, turvakamera tai älyvalaisin, voi jakaa tietoa luvatta ulkopuolisille, on kasvanut. Loppukevääseen mennessä tällaisia älylaitteita oli hankkinut jo yli 60 prosenttia kotitalouksista ja vastaavasti niihin liittyvistä uhkista kertoi olevansa tietoinen reilusti yli 70 % vastaajista.

## **Kolmasosa tunsikin kodin älylaitteiden Tietoturvamerkkin**

Kuluttajakäyttöön tarkoitetuille älylaitteille on voinut vuoden 2019 lopusta lähtien hakea Traficomin myöntämää Tietoturvamerkkiä. Merkin tarkoitus on helpottaa tietoturvallisten laitteiden valintaa. Saadakseen Tietoturvamerkkin tuotteen tulee täyttää Traficomin Kyberturvallisuuskeskuksen asettamat tietoturva-vaatimukset. Loppukeväällä tehdyn Kuluttajatutkimuksen mukaan jo joka kolmas suomalainen oli tietoinen merkistä. Neljä prosenttia vastaajista ilmoitti ostaneensa merkillä varustetun tuotteen. Kaikkiaan 13 % suomalaisista oli nähnyt merkillä varustetun tuotteen kaupassa.

Kolme neljästä suomalaisesta koki, että Tietoturvamerkki vaikuttaisi heidän ostopäätöksiinsä jossain määrin. Vajaa kymmenes suomalaisista uskoi, että merkki vaikuttaisi kodin älylaitteiden hankintoihin erittäin paljon. Erityisesti 35-64-vuotiaiden joukossa Tietoturvamerkki nähtiin hyödyllisenä: Yli puolet tästä ikäluokasta koki Tietoturvamerkkin vaikuttavan heidän ostopäätökseensä ainakin melko paljon. Yleisimmin Tietoturvamerkkiä kaivattiin mobiililaitteille. Näiden lisäksi myös verkkolaitteiden, nettiin kytkettyjen valvontajärjestelmien ja medialaitteiden kuten älytelevisioiden sekä terveyteen liittyvien älylaitteiden kuten aktiivisuusrannekkeiden osalta kiinnostuneiden osuus ylsi puoleen suomalaisista.

*Kuva 2. Suomalaisista lähes 70 % koki, että nettiin kytketyn laitteen tietoturvasta kestovasta merkistä olisi hyötyä mobiililaitteita hankittaessa (n=2000)*

Kuluttajatutkimuksen toteutti IROResearch Oy. Tutkimusta varten haastateltiin 2000 suomalaista, vähintään 15-vuotiaasta henkilöä. Haastattelut toteutettiin puhelinhaastatteluina huhti-kesäkuussa 2020.

## **Lisätietoja**

Tutustu tutkimuksen tuloksiin:

Kehityspäällikkö **Joonas Orkola**, p. 029 539 0493, [joonas.orkola\(at\)traficom.fi](mailto:joonas.orkola(at)traficom.fi)

Erityisasiantuntija **Aleksandra Partanen**, p. 029 539 0529, [aleksandra.partanen\(at\)traficom.fi](mailto:aleksandra.partanen(at)traficom.fi)

---

## **Polar**

*Yli neljäkymmenen vuoden ajan Polar on ollut puettavan urheiluteknologian edelläkävijä auttaen urheilijoita ja valmentajia saavuttamaan huippunsa. Polar kehitti maailman ensimmäisen kannettavan sykemittarin ja on siitä lähtien tarjonnut entistä monipuolisempia harjoitusratkaisuja huippu-urheilijoille, valmentajille ja aktiiviliikkuville. Polarin tuotteet ovat pysyneet vuosien ajan uskottuina harjoituskumppaneina tarkkuutensa, luotettavuutensa ja erinomaisen käytettävyytensä ansiosta. Yrityksen palkittu tuotevalikoima koostuu innovatiivisista puettavan urheiluteknologian ratkaisuista, jotka toimivat saumattomasti Polarin harjoitussovellusten ja pilvipalveluiden kanssa.*

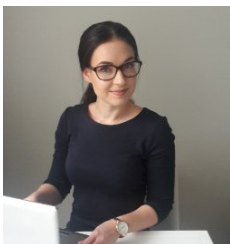
*Polar Electro Oy:n pääkonttori sijaitsee Kempeleessä. Yritys toimii kansainvälisesti yli 80 maassa ja sen tuotteita myydään yli 35 000 myyntipisteessä maailmanlaajuisesti. Polar Electro Finland Oy, Polar Electro Oy:n tytäryhtiö, tarjoaa asiakkailleen myynnin, markkinoinnin, jakelun ja jälkimarkkinoinnin tukea Suomessa. Polar Electro Finland Oy:n pääkonttori sijaitsee Espoossa. Lue lisää [www.polar.com/fi](http://www.polar.com/fi)*

### **Yhteyshenkilöt**



#### **Ville Uronen**

Lehdistökontakti  
Smart Coaching Manager  
Tuote- ja sykeasiantuntija  
ville.uronen(a)polar.com  
040 5134670



#### **Iia Liimatainen**

Lehdistökontakti  
Markkinointikoordinaattori  
Markkinointi, media  
iia.liimatainen(at)polar.com  
+358(0)40 6885 325



**Irene Hernberg**

Lehdistökontakti

Global PR Manager

[irene.hernberg@polar.com](mailto:irene.hernberg@polar.com)

+358 40 6625 866