



## Privatheit in der Datenwirtschaft – Ist unser Verhalten tatsächlich widersprüchlich?

Während Verbraucher in Befragungen einerseits betonen, wie wichtig ihnen Privatheit ist, geben sie im Internet andererseits freigiebig persönliche Informationen preis. Wie ist dieses scheinbar paradoxe Verhalten zu erklären? Wissenschaftler des Forschungsverbunds „Forum Privatheit“ gehen dieser Frage auf der Jahreskonferenz des „Netzwerk Verbraucherforschung“ nach – und zeigen auf, welche gewichtige Rolle die Strukturen der Datenökonomie dabei spielen.

Gerade im Bereich neuartiger Datenindustrien besteht ein systematisches Ungleichgewicht zwischen den Möglichkeiten der Anbieter zur Einflussnahme und denen der Verbraucher, damit umzugehen: Während große Konzerne wie Google oder Facebook Top-Anwälte und die besten Software- und Marketing-Spezialisten beschäftigen, wissen Verbraucher oft nur wenig über technische Abläufe, Geschäftsmodelle und die Rechtslage. Kosten-Nutzen-Abwägungen sind für sie daher schwierig: „Der oder die Einzelne muss bei der Nutzung von Plattformen und Diensten eine Balance finden zwischen den entstehenden Kosten, also der notwendigen Preisgabe von persönlichen Daten einerseits und dem erhofften Nutzen andererseits, zum Beispiel in Form von Bequemlichkeit. Dabei fällt die Entscheidung häufig zu Ungunsten des eigenen Datenschutzes aus, weil die potenziellen Gefahren meist unklar sind. Auch liegen sie weit in der Zukunft, während der Nutzen konkret und gegenwärtig ist“, erläutert die Medienpsychologin Prof. Dr. Nicole Krämer von der Universität Duisburg-Essen das Dilemma der Verbraucher.

### Scheinbar paradoxes Verbraucherverhalten kann nicht individuell gelöst werden

Und selbst wenn die Kompetenzen der Verbraucher wachsen, besteht gegenüber den immer ausgefeilteren Datensammel-Methoden der Industrie noch eine hohe Diskrepanz. „Einerseits ist es ein Ding der Unmöglichkeit, dass die Verbraucher neben ihrem beruflichen und privaten Alltag zusätzlich noch die Zeit finden, um Internet-Spezialisten zu werden. Andererseits kann sich heute praktisch niemand mehr der Internet-Nutzung entziehen. Deshalb geraten hier etablierte Selbstbestimmungsmechanismen, wie z.B. die informierte Einwilligung, unter Druck: Es ist allseits bekannt, dass in der Praxis niemand die AGBs liest, bevor in die Verarbeitung der eigenen Daten eingewilligt wird“, so der Soziologe Dr. Carsten Ochs von der Universität Kassel. Ergänzend erläutert Prof. Dr. Jörn Lamla, ebenfalls Soziologe und Direktoriumsmitglied des interdisziplinären Wissenschaftlichen Zentrums für Informationstechnik-Gestaltung der Universität Kassel: „Selbstbestimmung funktioniert im digitalen Zeitalter kaum noch ohne personenbezogene Datenproduktion und -veröffentlichung. Die Frage ist daher, ob das scheinbar paradoxe Verbraucherverhalten tatsächlich den Individuen zugerechnet werden kann – oder ob es nicht vielmehr in die Strukturen der Datenökonomie selbst eingebaut ist.“

### Gefragt ist eine effektive Organisation der Verbraucherinteressen

Nötig ist daher für Lamla eine effektive Organisation der Anliegen und Interessen der Verbraucher, die im Bereich der Datenökonomie jedoch erst am Anfang steht. Die öffentliche Problemdebatte komme nur schleppend in Gang. Lamla ergänzt: „Wenn wir nachhaltige, langfristig funktionierende digitale Gesellschaften haben wollen, werden wir uns stärker Gedanken über die Funktionsweise der Datenwirtschaft machen müssen. In diesem Zusammenhang wird es unerlässlich sein, größere Teile der Bevölkerung an den Problemdebatten sowie entsprechende Stakeholder an der IT-Gestaltung zu beteiligen.“

### Veranstaltungshinweis:

Jahreskonferenz des „Netzwerk Verbraucherforschung“: Paradoxien des Verbraucherverhaltens  
Vortrag Prof. Dr. Jörn Lamla, Dr. Carsten Ochs, Univ. Kassel, sowie Prof. Dr. Nicole Krämer, Johanna Schäwel, M.Sc., Univ. Duisburg-Essen, am 26. Oktober 2017, 12 – 13 Uhr: „Psychologische Aspekte des privacy paradox

beim Online-Shopping“ (Krämer/Schäwel) sowie „Gesellschaftlicher Widerspruch oder ‚privates‘ Paradox? Selbstbestimmungspraktiken in der Datenökonomie“ (Lamla/Ochs).

*Im vom BMBF geförderten Forum Privatheit setzen sich Expertinnen und Experten aus sieben wissenschaftlichen Institutionen interdisziplinär mit Fragestellungen zum Schutz der Privatheit auseinander. Das Projekt wird vom Fraunhofer ISI koordiniert. Weitere Partner sind das Fraunhofer SIT, die Universität Duisburg-Essen, das Wissenschaftliche Zentrum für Informationstechnik-Gestaltung (ITeG) der Universität Kassel, die Eberhard Karls Universität Tübingen, die Ludwig-Maximilians-Universität München sowie das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein.*

**Ansprechpartner/inne/n:**

**Professor Dr. Jörn Lamla**

Universität Kassel  
Professor für Soziologische Theorie  
Wissenschaftliches Zentrum für Informationstechnik-Gestaltung (ITeG)  
Nora-Platiel-Str. 5  
34109 Kassel  
Tel.: +49 561 804-2185  
E-Mail: [lamla@uni-kassel.de](mailto:lamla@uni-kassel.de)

**Dr. Carsten Ochs**

Universität Kassel  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter  
Soziologische Theorie  
Untere Königsstraße 71  
34117 Kassel  
Tel.: +49 561 804-7540  
E-Mail: [carsten.ochs@uni-kassel.de](mailto:carsten.ochs@uni-kassel.de)

**Johanna Schäwel, M. Sc.**

Universität Duisburg-Essen  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Sozialpsychologie  
Forsthausweg 2  
47057 Duisburg  
Tel.: +49 203 379-2345  
E-Mail: [johanna.schaewel@uni-due.de](mailto:johanna.schaewel@uni-due.de)

**Barbara Ferrarese, M.A.**

Presse und Kommunikation „Forum Privatheit“  
Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI  
Breslauer Str. 48  
76139 Karlsruhe  
Tel.: +49 721 6809-678  
E-Mail: [presse@forum-privatheit.de](mailto:presse@forum-privatheit.de)

<https://www.forum-privatheit.de/forum-privatheit-de/index.php>

Twitter: [@ForumPrivatheit](https://twitter.com/ForumPrivatheit)