

Der Preis des Kostenlosen

Erste ausgewählte Ergebnisse der empirischen Untersuchung



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

hr iNFO

Peter Buxmann

Jin Gerlach

Helena Wenninger

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik | Software Business & Information Management

Technische Universität Darmstadt

www.is.tu-darmstadt.de

buxmann@is.tu-darmstadt.de

Über diese Präsentation

- Diese Präsentation enthält erste ausgewählte Ergebnisse der empirischen Untersuchung, die im Rahmen des Projekts „Der Preis des Kostenlosen“ durchgeführt wurde. Weitere Auswertungen und Ergebnisse folgen.
- Wie versprochen, werden wir allen Hörerinnen und Hörern im Juli eine ausführliche Dokumentation der Ergebnisse zur Verfügung stellen. Wir bedanken uns schon jetzt ganz herzlich bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

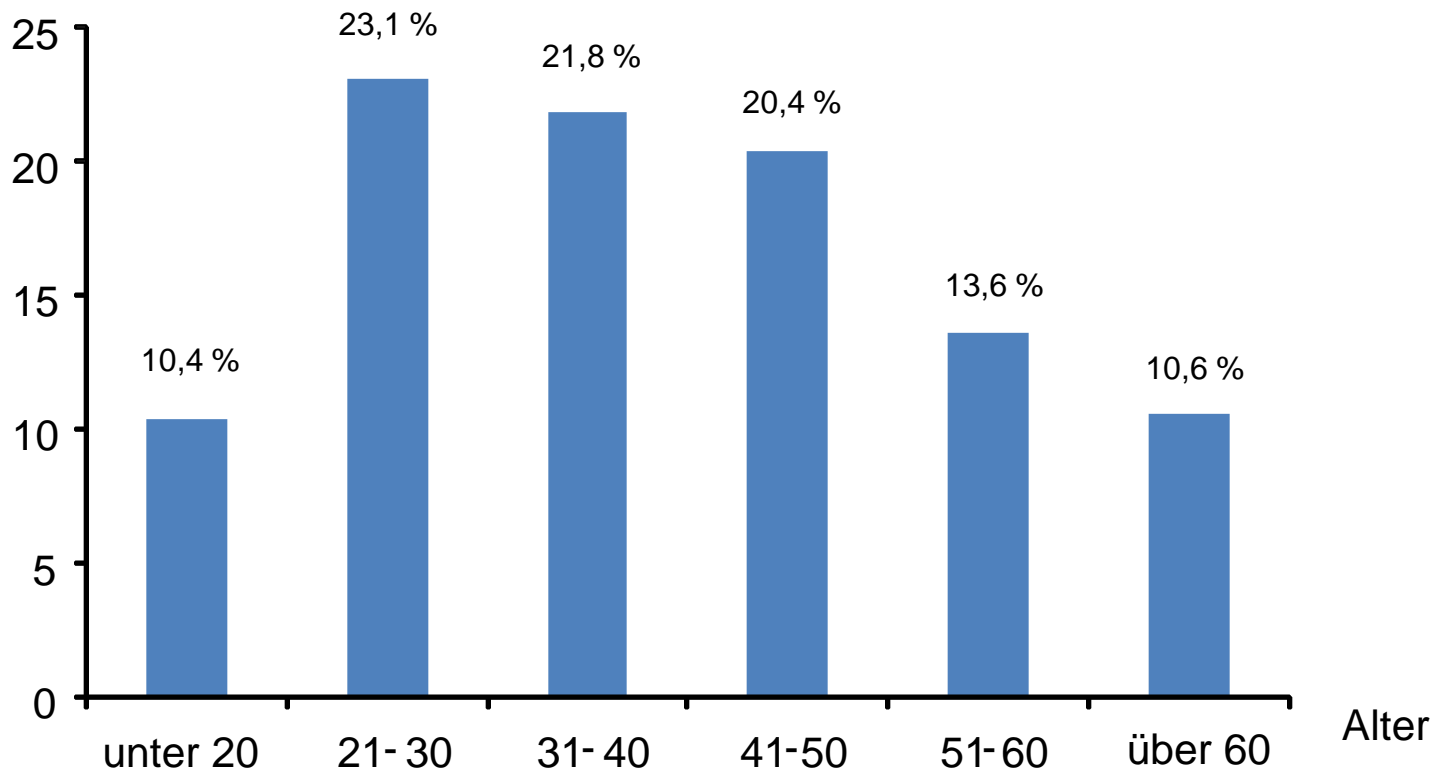
Die Befragung lief über einen Internetfragebogen für insgesamt 3 Wochen (vom 16. April bis zum 7. Mai 2012). In dieser Zeit haben insgesamt 1375 Teilnehmer den Fragebogen komplett bis zum Ende ausgefüllt.

Unter diesen 1375 Teilnehmern ...

- ... betrug das Durchschnittsalter 38,5 Jahre
- ... waren 60 % der Befragten männlich, 40 % weiblich
- ... gaben 75 % der Befragten an, soziale Netzwerke im Internet mindestens einmal im Monat zu nutzen

Altersverteilung der Teilnehmer

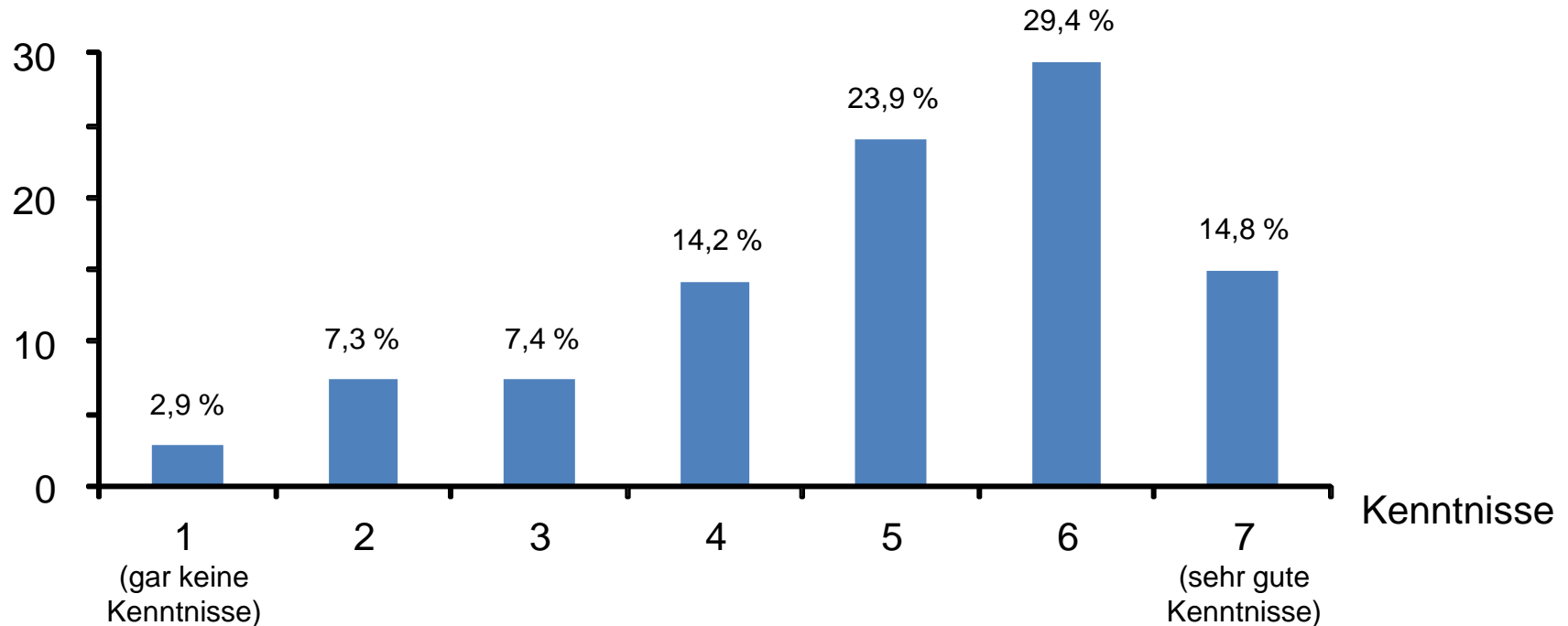
% der Teilnehmer



Kenntnisse über soziale Netzwerke

„Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse über die Funktionsweise sozialer Netzwerke im Internet ein?“

% der Teilnehmer



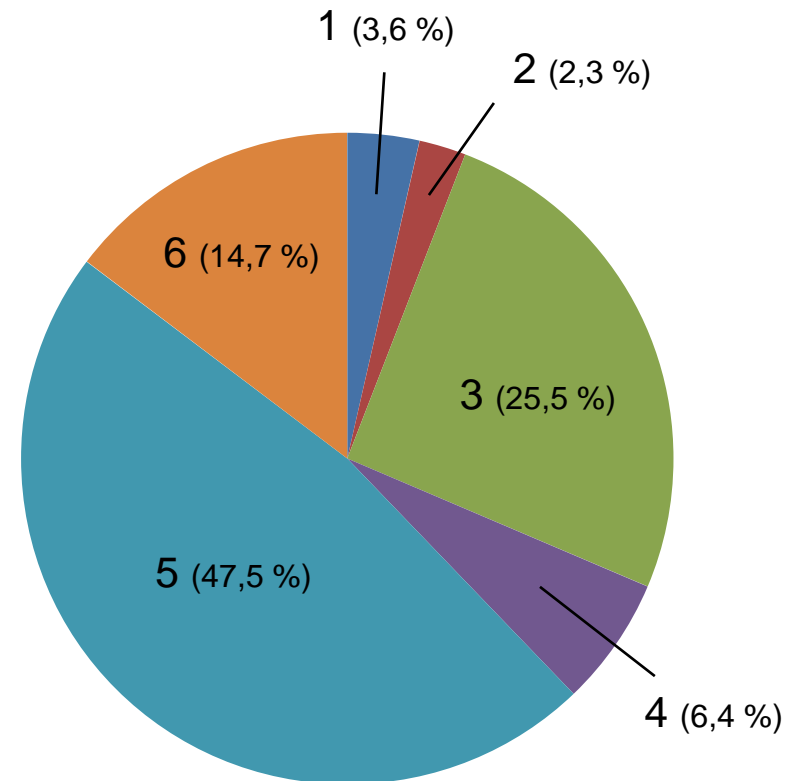
Der Großteil aller Teilnehmer schätzt die eigenen Kenntnisse als gut ein.

Meinung zu Geschäften mit Nutzerdaten

„Finden Sie es in Ordnung, dass Anbieter wie z.B. facebook, Google oder Apple Geld mit Nutzerdaten verdienen?“

Antworten (Gruppen):

- 1 = Darüber habe ich noch nie nachgedacht
- 2 = Das ist mir egal
- 3 = Finde ich in Ordnung, weil der Service für mich ja ansonsten kostenlos ist
- 4 = Finde ich aus anderen Gründen in Ordnung
- 5 = Finde ich nicht in Ordnung, aber ich muss mich damit abfinden
- 6 = Finde ich nicht in Ordnung, deshalb nutze ich solche Dienste auch nicht



Verteilung der Antworten

Meinung zu Geschäften mit Nutzerdaten

„Finden Sie es in Ordnung, dass Anbieter wie z.B. facebook, Google oder Apple Geld mit Nutzerdaten verdienen?“

Altersverteilung

Gruppen	Alter in Jahren*
Darüber habe ich noch nie nachgedacht	23
Das ist mir egal	33
Finde ich in Ordnung, weil der Service für mich ja ansonsten kostenlos ist	37
Finde ich aus anderen Gründen in Ordnung	36
Finde ich nicht in Ordnung, aber ich muss mich damit abfinden	33
Finde ich nicht in Ordnung, deshalb nutze ich solche Dienste auch nicht	47

* Median des Alters innerhalb der jeweiligen Gruppe: Sortiert man die Altersangaben in der jeweiligen Gruppe nach ihrer Größe, gibt der Median denjenigen (mittleren) Wert an, der diese sortierte Menge in zwei Hälften gleich großer Anzahl teilt.

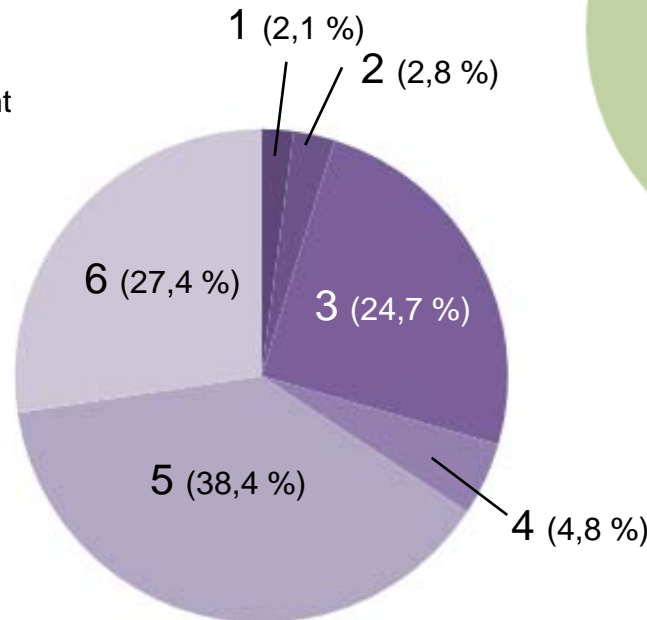
Meinung zu Geschäften mit Nutzerdaten

Vergleich von **unter 20-** und **über 60-**jährigen

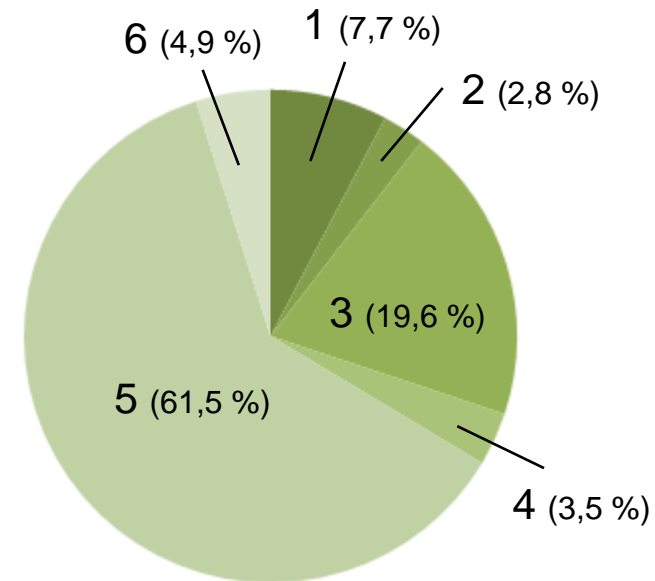
„Finden Sie es in Ordnung, dass Anbieter wie z.B. facebook, Google oder Apple Geld mit Nutzerdaten verdienen?“

Antworten (Gruppen):

- 1 = Darüber habe ich noch nie nachgedacht
- 2 = Das ist mir egal
- 3 = Finde ich in Ordnung, weil der Service für mich ja ansonsten kostenlos ist
- 4 = Finde ich aus anderen Gründen in Ordnung
- 5 = Finde ich nicht in Ordnung, aber ich muss mich damit abfinden
- 6 = Finde ich nicht in Ordnung, deshalb nutze ich solche Dienste auch nicht



Anzahl über 60 = 146



Anzahl unter 20 = 143

Verteilungen
der Antworten

Angst vor zu viel Macht durch Internetfirmen

„Haben Sie grundsätzlich Angst davor, dass Internet-Anbieter (z. B. facebook, Google oder Apple) zu viel Macht durch die vielen Daten ihrer Nutzer bekommen?“

Antworten (Gruppen):

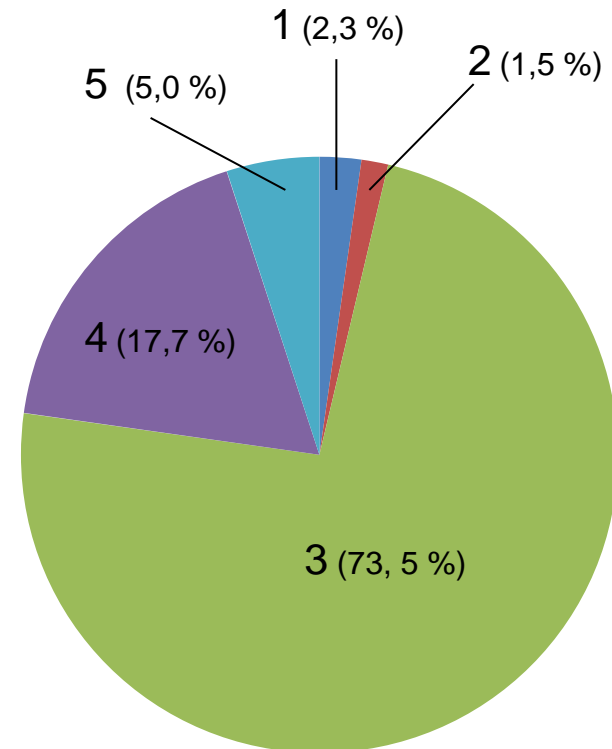
1 = Darüber habe ich noch nie nachgedacht

2 = Das ist mir egal

3 = Ja, habe ich, aber ich nutze die Dienste trotzdem und verhalte mich entsprechend vorsichtig

4 = Ja, habe ich, deshalb nutze ich diese Dienste auch nicht

5 = Nein, davor habe ich keine Angst



Verteilung der Antworten

Angst vor zu viel Macht durch Internetfirmen



„Haben Sie grundsätzlich Angst davor, dass Internet-Anbieter (z. B. facebook, Google oder Apple) zu viel Macht durch die vielen Daten ihrer Nutzer bekommen?“

Altersverteilung

Gruppe	Alter in Jahren*
Darüber habe ich noch nie nachgedacht	25
Das ist mir egal	35
Ja, habe ich, aber ich nutze die Dienste trotzdem und verhalte mich entsprechend vorsichtig	35
Ja, habe ich, deshalb nutze ich diese Dienste auch nicht	46
Nein, davor habe ich keine Angst	32

* Median des Alters innerhalb der jeweiligen Gruppe: Sortiert man die Altersangaben in der jeweiligen Gruppe nach ihrer Größe, gibt der Median denjenigen (mittleren) Wert an, der diese sortierte Menge in zwei Hälften gleich großer Anzahl teilt.

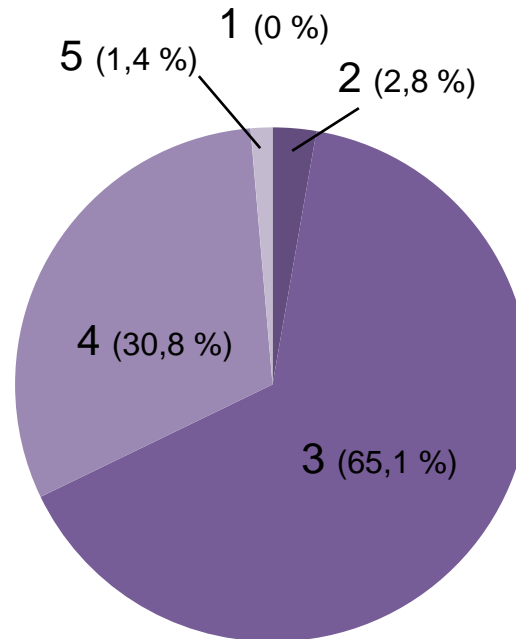
Angst vor zu viel Macht durch Internetfirmen

Vergleich von unter 20- und über 60-jährigen

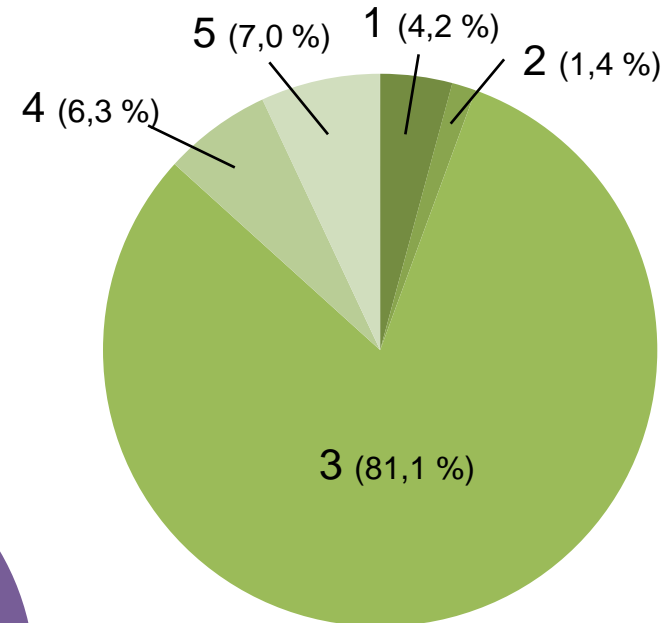
„Haben Sie grundsätzlich Angst davor, dass Internet-Anbieter (z. B. facebook, Google oder Apple) zu viel Macht durch die vielen Daten ihrer Nutzer bekommen?“

Antworten (Gruppen):

- 1 = Darüber habe ich noch nie nachgedacht
- 2 = Das ist mir egal
- 3 = Ja, habe ich, aber ich nutze die Dienste trotzdem und verhalte mich entsprechend vorsichtig
- 4 = Ja, habe ich, deshalb nutze ich diese Dienste auch nicht
- 5 = Nein, davor habe ich keine Angst



Anzahl über 60 = 146



Anzahl unter 20 = 143

Verteilungen
der Antworten

Zentral: Kontrolle über die eigenen Daten

Das empfundene Risiko für die eigene Privatsphäre wurde im von uns beschriebenen sozialen Netzwerk ganz besonders davon beeinflusst, ob ein Teilnehmer befürchten musste, die Kontrolle über die eigenen Daten zu verlieren.

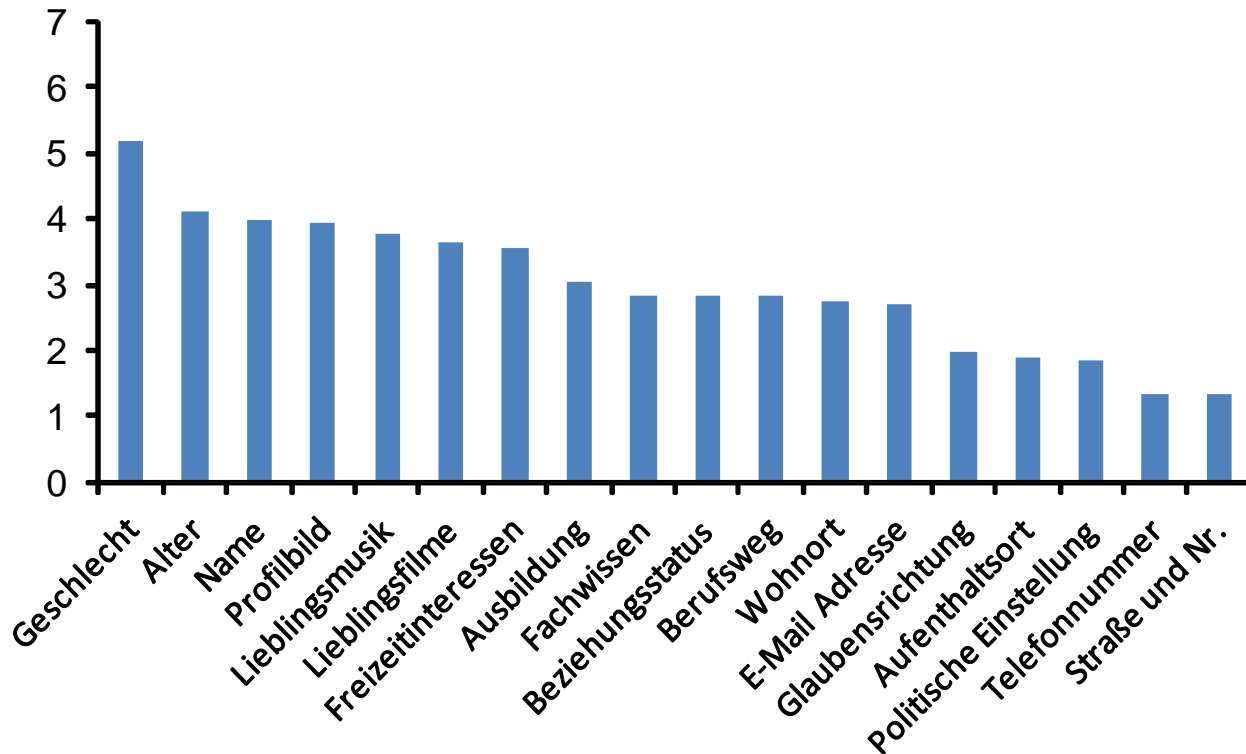
- Jedem Teilnehmer unserer Studie wurde, wenn gewünscht, zufällig eine von acht verschiedenen Vereinbarungen zur Privatsphäre im beschriebenen sozialen Netzwerk angezeigt. Diese acht Versionen unterschieden sich darin, wie eingreifend die enthaltenen Statements zum Umgang des Betreibers mit den Nutzerdaten formuliert waren.
- Unter anderem unterschieden sich die Vereinbarungen zur Privatsphäre darin, ob die Kontrolle über die persönlichen Daten beim Nutzer verblieb oder an den Betreiber abgegeben wurde. Diejenigen Teilnehmer, welche die Kontrolle behielten empfanden ein deutlich geringeres Risiko als diejenigen, welche die Kontrolle abgaben. Die Auswirkungen dieses Kontrollverlusts auf das Risiko waren noch stärker als beispielsweise eine drastische Erhöhung der Menge der gesammelten Daten.*

* Die acht verschiedenen Vereinbarungen wurden durch drei Dimensionen mit jeweils einer Privacy schützenden sowie einer eingreifenden Formulierung gebildet. Zur Auswertung wurden multiple Regressionsanalysen mit empfundenen Privacy-Risiken als abhängige Variable gerechnet. Neben diversen Kontrollvariablen wurden als unabhängige Variablen für jede Dimension eine $[0,1]$ kodierte Variable verwendet.

Welche Daten werden gerne angegeben?

„Würden Sie auf Ihrer persönlichen Profilseite in diesem [beschriebenen] sozialen Netzwerk freiwillig folgende Daten wahrheitsgemäß veröffentlichen?“

Bereitschaft zur Angabe*



* gemessen auf 7er Skala:
1 = auf keinen Fall;
7 = auf jeden Fall

Art der
Information

Vielen Dank



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Wirtschaftsinformatik
Software Business & Information Management



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Prof. Dr. Peter Buxmann

buxmann@is.tu-darmstadt.de
Hochschulstraße 1, S1 | 02 - 242
64289 Darmstadt, Germany
www.is.tu-darmstadt.de

Phone +49 (0)6151 16-4826
Fax +49 (0)6151 16-5162