

Wie motiviert man Menschen zur Preisgabe ihrer Daten?



Johannes Leder, Astrid Schütz

Lehrstuhl für Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik

Henning Pridöhl, Dominik Herrmann

Lehrstuhl für Privatsphäre und Sicherheit in Informationssystemen

Wie wurde untersucht?

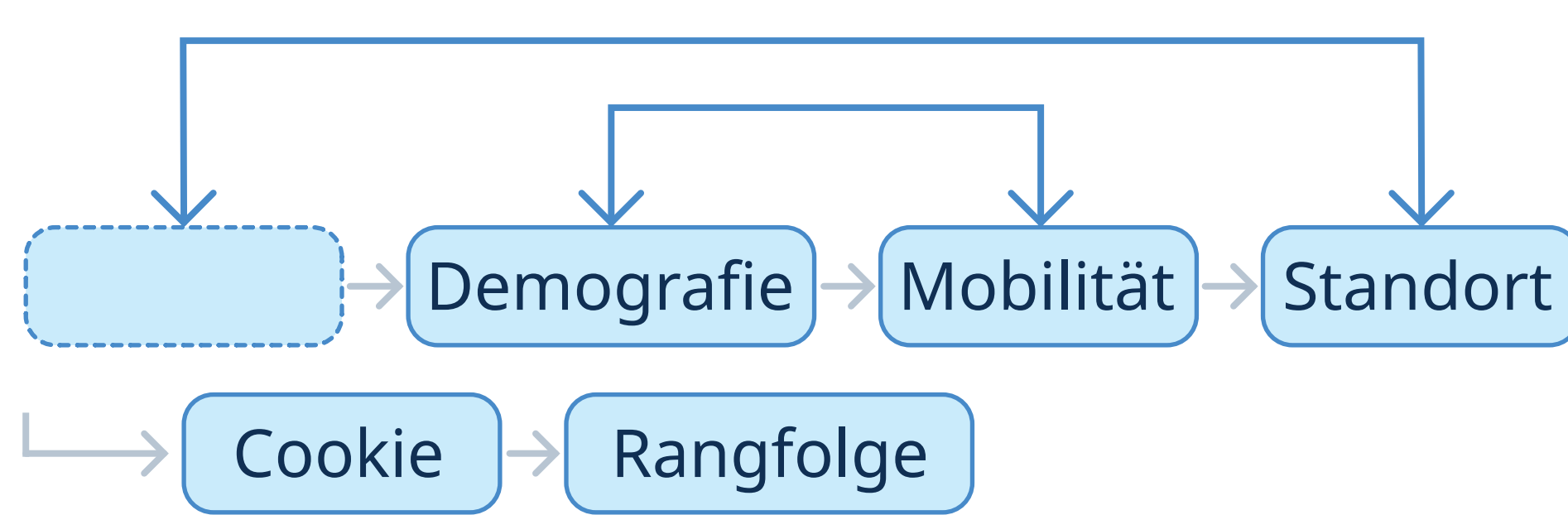
Wir haben **Plakate in Bussen** aufgehängt, die zur Teilnahme an einer Umfrage für die Verbesserung des öffentlichen Nahverkehrs aufriefen.



Die Umfrage fragt zur Mobilität, zur Demografie, den **GPS-Standort** und nach einer Erlaubnis zum Setzen eines Cookies, um den Fahrgast für Folgestudien wiedererkennen zu können.



Die **Reihenfolge der Fragen** wird zufällig variiert, nachdem der Teilnehmer den **QR-Code** des Plakats gescannt oder die Adresse eingegeben hat.

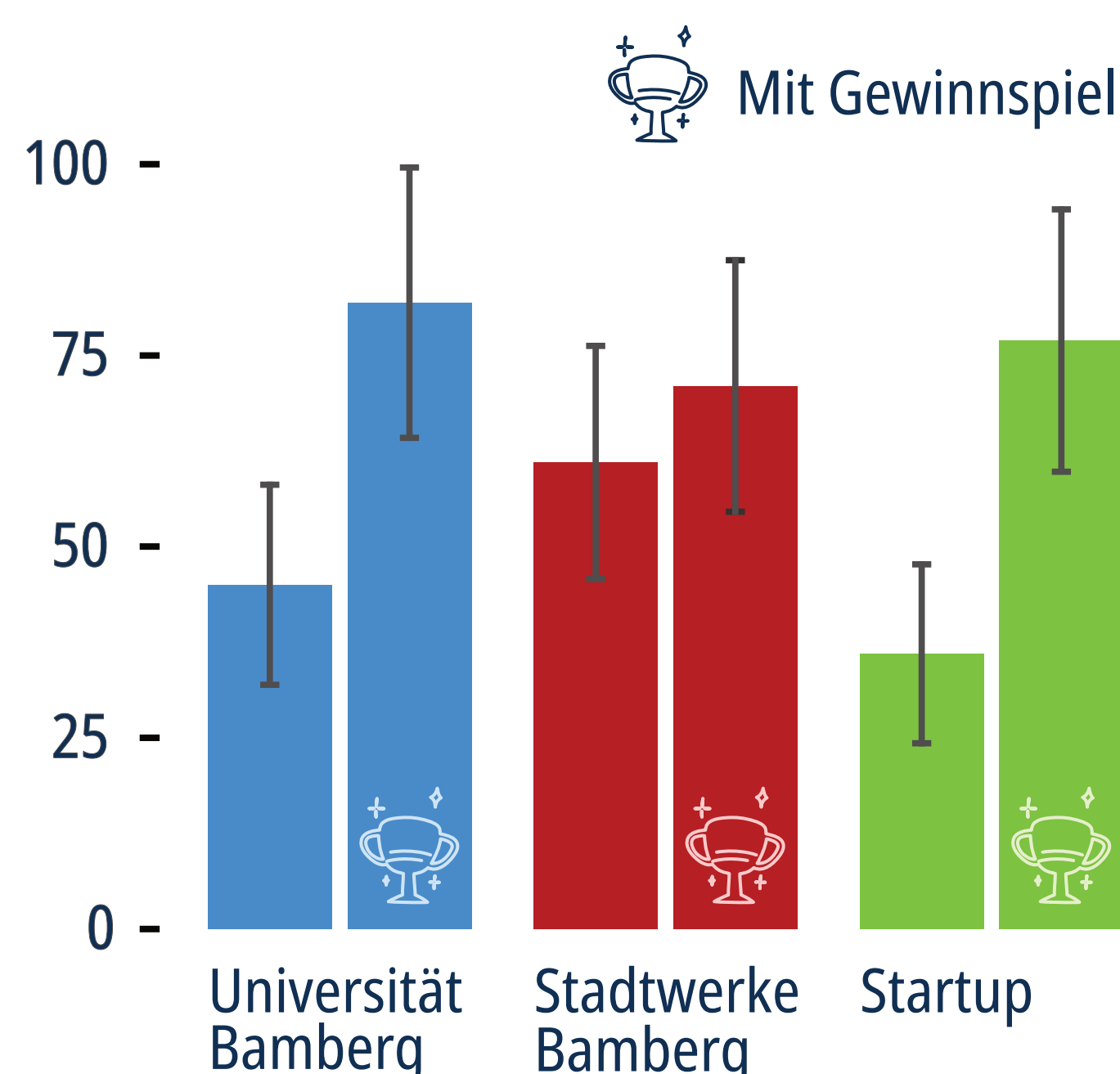


Kennzahlen

LAUFZEIT (TAGE)	14
ZUGRIFFE	379
AUSGEFÜLLTE FRAGEBÖGEN	171
ALTER (Ø, JAHRE)	29
WEIBLICH	55 %
STUDIERENDE	43 %
ANGESTELLTE	26 %
NUTZUNG ÖPNV ≥ 3x WOCHE	80 %

Anzahl der Zugriffe

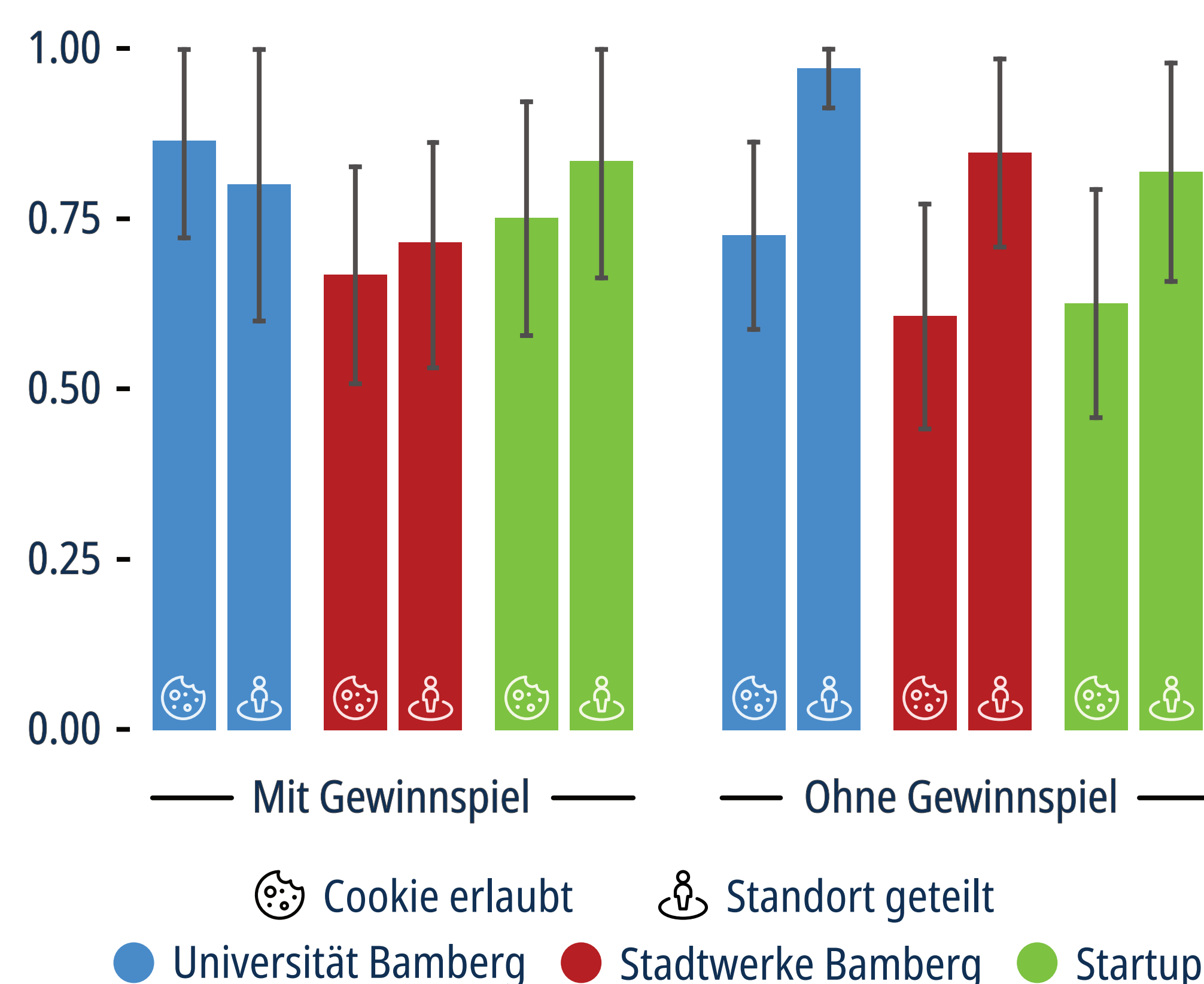
Universität und Stadtwerke erhielten etwa gleich viele Seitenzugriffe. Das Gewinnspiel wirkt sich nur bei dem Startup und der Universität aus, nicht jedoch bei den Stadtwerken.



Teilen von privaten Daten

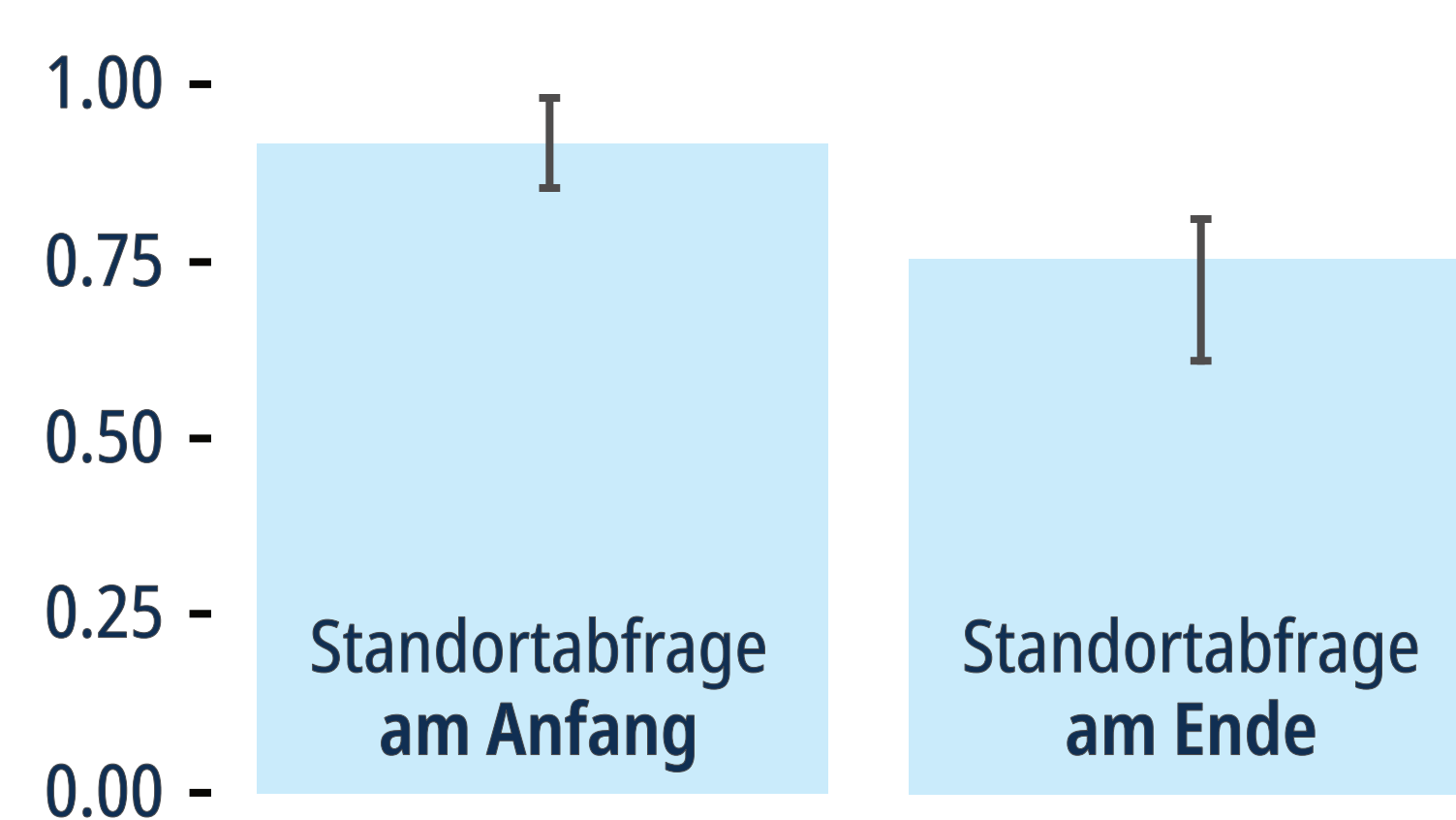
Bereitschaft private Daten preiszugeben hängt nicht vom Betreiber ab. Der GPS-Standort wird beim Gewinnspiel etwas häufiger preisgegeben.

Relative Häufigkeit der Entscheidung



Wenn der Standort am Anfang abgefragt wird, geben Fahrgäste ihn etwas häufiger frei.

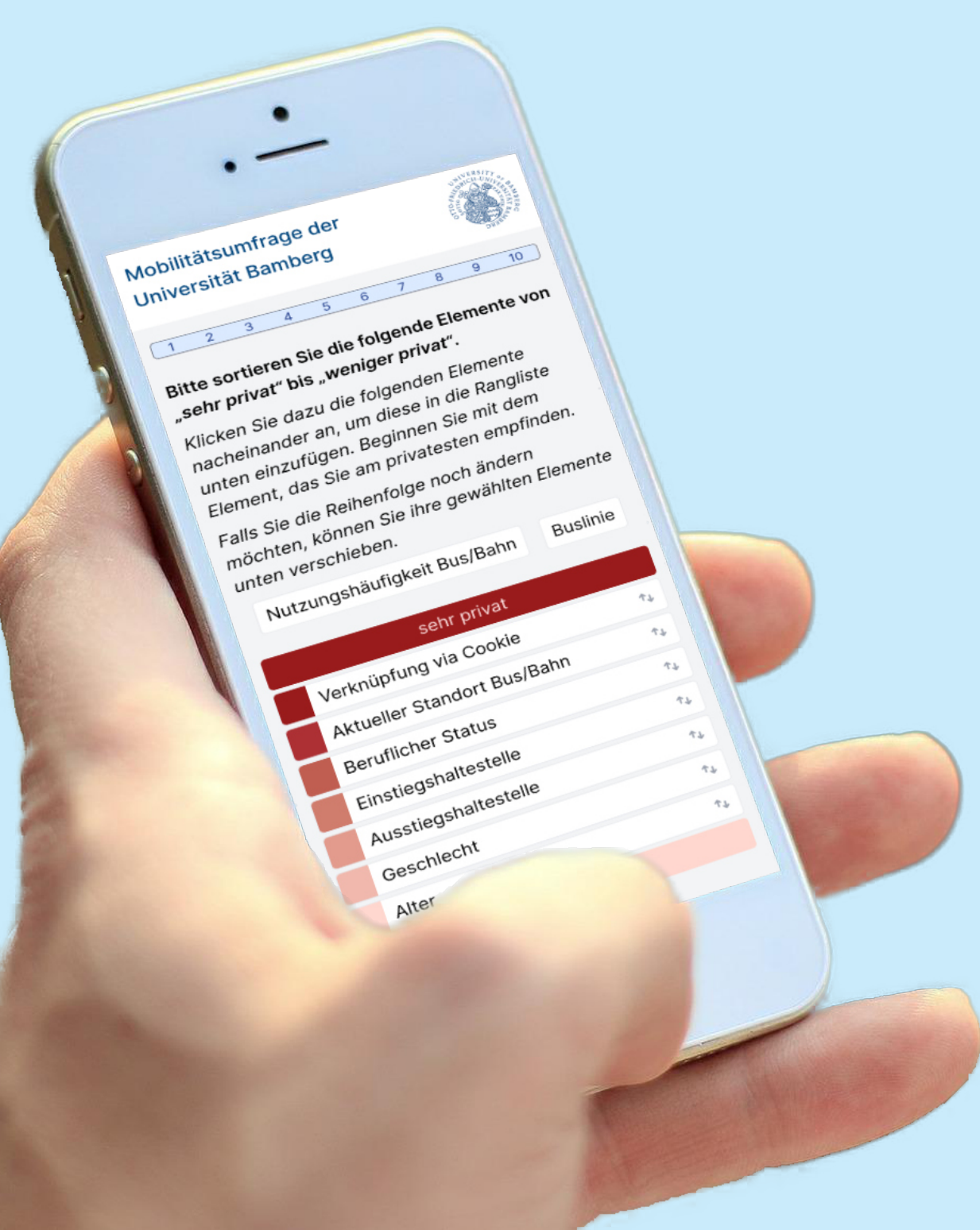
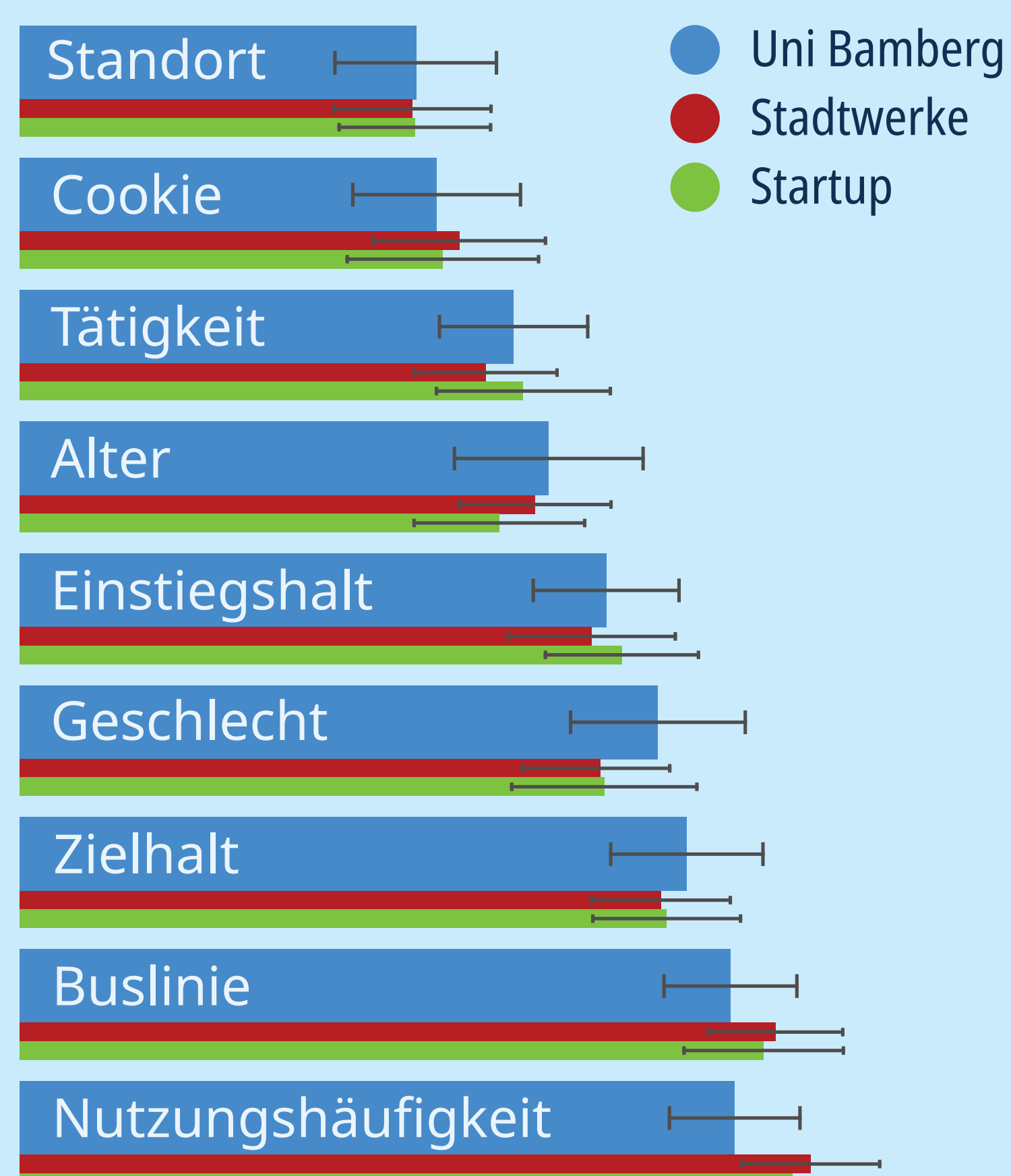
Relative Häufigkeit der Standortfreigabe



Welche Daten werden als privat wahrgenommen?

Wir haben die Fahrgäste gebeten eine Rangfolge für die Privatheit der Daten anzugeben.

Rang (Durchschnitt)
kleiner = privater



Das Wichtigste in Kürze

- 1 Wer einer Institution Daten preisgibt, gibt auch private Daten wie den Standort an.
- 2 Das Gewinnspiel hat kaum Einfluss bei den Stadtwerken (Betreiber der Busse).
- 3 Die Reihenfolge der Fragen hat keinen wesentlichen Einfluss.
- 4 Die empfundene Privatheit der Daten ist unabhängig vom Betreiber des Plakats.

Durchgeführt im Rahmen des Projekts „Determinanten Mobilitätsentscheidungen offenzulegen (DEMO)“ im Smart City Research Lab (SCRL).

