

WhatsApp oder doch lieber Threema?

Privatheitsbedenken und Datenschutzerwägungen bei der Auswahl von Online-Kommunikationsmedien

Extended Abstract

Für interpersonale Kommunikation in Form von Nachrichten und Chats stehen dem Individuum eine unübersichtliche Menge an unterschiedlichen Medien zur Verfügung. Die Entscheidung für ein bestimmtes Kommunikationsmedium ist entsprechend von unterschiedlichen Faktoren abhängig. Klassischerweise hängt die Adoption von neuartigen Technologien vorrangig mit der wahrgenommenen Nützlichkeit und Einfachheit der Nutzung zusammen (Davis, 1989). Durch die zunehmende öffentliche Diskussion zum Thema Privatheit und Datenschutz, sowie im Zuge der Berichterstattung über den NSA-Skandal, scheinen jedoch auch Privatheitsbedenken und Datenschutzerwägungen eine immer größere Rolle zu spielen.

Studien zum Thema Privatheit im Internet beschäftigen sich nahezu ausschließlich mit dem Privatheitsverhalten innerhalb der Medien (z.B. mit dem Grad der Selbstoffenbarung). Aktuelle Studien konnten aber zeigen, dass Privatheitssorgen bereits vorab bei der Medienwahl eine Rolle spielen und ein signifikant negativer Prädiktor für die Nutzung von Facebook sind (Baumer et al., 2013, Vitak, 2015). Da nicht alle Medien dieselben Funktionen zum Schutz der Privatheit bieten, ist es denkbar, dass Abwägungen in Hinblick auf Datenschutz und Privatheit eine Vorhersage ermöglichen, welche Kommunikationsmedien eher genutzt werden. In dieser Studie wurde entsprechend untersucht, inwiefern die subjektive Privatheitskompetenz und unterschiedliche Bedenken gegenüber potenziellen Privatheitsverletzungen die Auswahl einzelner Kommunikationsmedien beeinflussen.

Methodik und Datenanalyse

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde eine Online-Befragung mit $N = 1,536$ Teilnehmenden durchgeführt ($M=36.39$ Jahre, $SD=14.80$; 60 Prozent weiblich). Zunächst wurde die Nutzung von sozialen Netzwerkseiten (SNS) und Instant-Messenger-Diensten (IM-Dienste) dichotom erfasst. Vier Items zur subjektiven Privatheitskompetenz wurden anschließend abgefragt ($\alpha=.92$). Eine vierdimensionale Skala zur Erfassung unterschiedlicher Privatheitsbedenken wurde auf Basis bestehender Forschung (e.g.,

Buchanan, Paine, Joinson Reips, 2007) entwickelt und an die spezifischen Nutzungssituationen angepasst: Besorgnis gegenüber Datensammlung und -auswertung durch Institutionen (Behörden, Geheimdienste...) (Cronbach's $\alpha=.90$), Besorgnis gegenüber Datensammlung und -auswertung durch Online-Diensteanbieter ($\alpha=.87$), Besorgnis, dass anderen Personen Informationen über einen finden könnten ($\alpha=.85$) und Besorgnis, dass andere Nutzer eigene Informationen weitergeben könnten ($\alpha=.91$).

Um den Einfluss der Privatheitskompetenz und der Privatheitsbedenken auf die Nutzung bestimmter Kommunikationsmedien zu untersuchen, wurden zwei Strukturgleichungsmodelle (für SNS und für IM-Dienste) geschätzt. Die unstandardisierten Koeffizienten wurden anschließend exponiert, um (gemäß der üblichen Darstellung bei logistischen Regressionen) die Odds Ratios vergleichen zu können.

Ergebnisse und Diskussion

Die meisten Befragten nutzen vorrangig Facebook (74 Prozent). Andere SNS werden höchstens zusätzlich genutzt. Allerdings zeigt sich, dass stärkere Bedenken gegenüber Datensammelungspraktiken durch die jeweiligen Anbieter, es weniger wahrscheinlich machen, dass die Befragten Facebook, Twitter oder Instagram nutzen (vgl. Abbildung 1). Dagegen nutzen vor allem höher gebildete Teilnehmer die beruflichen Netzwerkseiten LinkedIn und Xing. Sie machen sich auch weniger Sorgen, dass andere Personen dort Informationen über sie finden könnten, da dies auch der eigentliche Zweck der Nutzung ist.

Bei den IM-Diensten zeigt sich ein ähnliches Bild. So gut wie alle Befragten nutzen den IM-Dienst WhatsApp (94 Prozent). Weitere Dienste werden ebenfalls nur zusätzlich genutzt. Allerdings ist die Nutzung von Whatsapp dennoch weniger wahrscheinlich, wenn die Privatheitskompetenz höher ausgeprägt ist (vgl. Abbildung 2). Privatheits-sorgen spielen dagegen für die Auswahl von Whatsapp kaum eine Rolle. Je höher die Privatheitskompetenz, desto wahrscheinlicher ist darüberhinaus aber auch die Nutzung der App Threema, welche Datenschutz durch Anonymisierung und Verschlüsselung ermöglicht. Je stärker dagegen die Sorgen, dass andere Personen Informationen über einen selbst finden könnten, desto eher nutzen die Befragten den IM-Dienst Snapchat, welcher jede Kommunikation mit einem Verfallsdatum versieht und nach kurzer Zeit wieder löscht.

Die Ergebnisse zeigen, dass Privatheitskompetenz und Privatheitsbedenken neben der Nützlichkeit und Einfachtheit der Nutzungs ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Auswahl von Online-Kommunikationsmedien spielen. Ob eine Auswahl tatsächlich möglich ist, erscheint dennoch fraglich, da nur wenige Nutzer Alternativen zu Facebook oder WhatsApp nutzen und somit der eigentliche Mehrwert – die Kommunikation mit Freunden, Familie und Bekannten – allein bei den Marktführern gegeben ist.

Literatur

Baumer, E. P. S., Adams, P., Khovanskaya, V. D., Liao, T. C., Smith, M. E., Sosik, V. S., et al. (2013). Limiting, leaving, and (re)lapsing: An exploration of Facebook non-use practices and experiences. *Proceedings of CHI 2013* (pp. 3257-3266). New York: ACM.

Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13, 319-340.

Vitak, J. (2015). *Facebook's privacy perception problem: Unpacking motivations for social media non-adoption*. Vortrag auf der 65. Jahrestagung der International Communication Association, 21. - 25. Mai, San Juan (Puerto Rico).

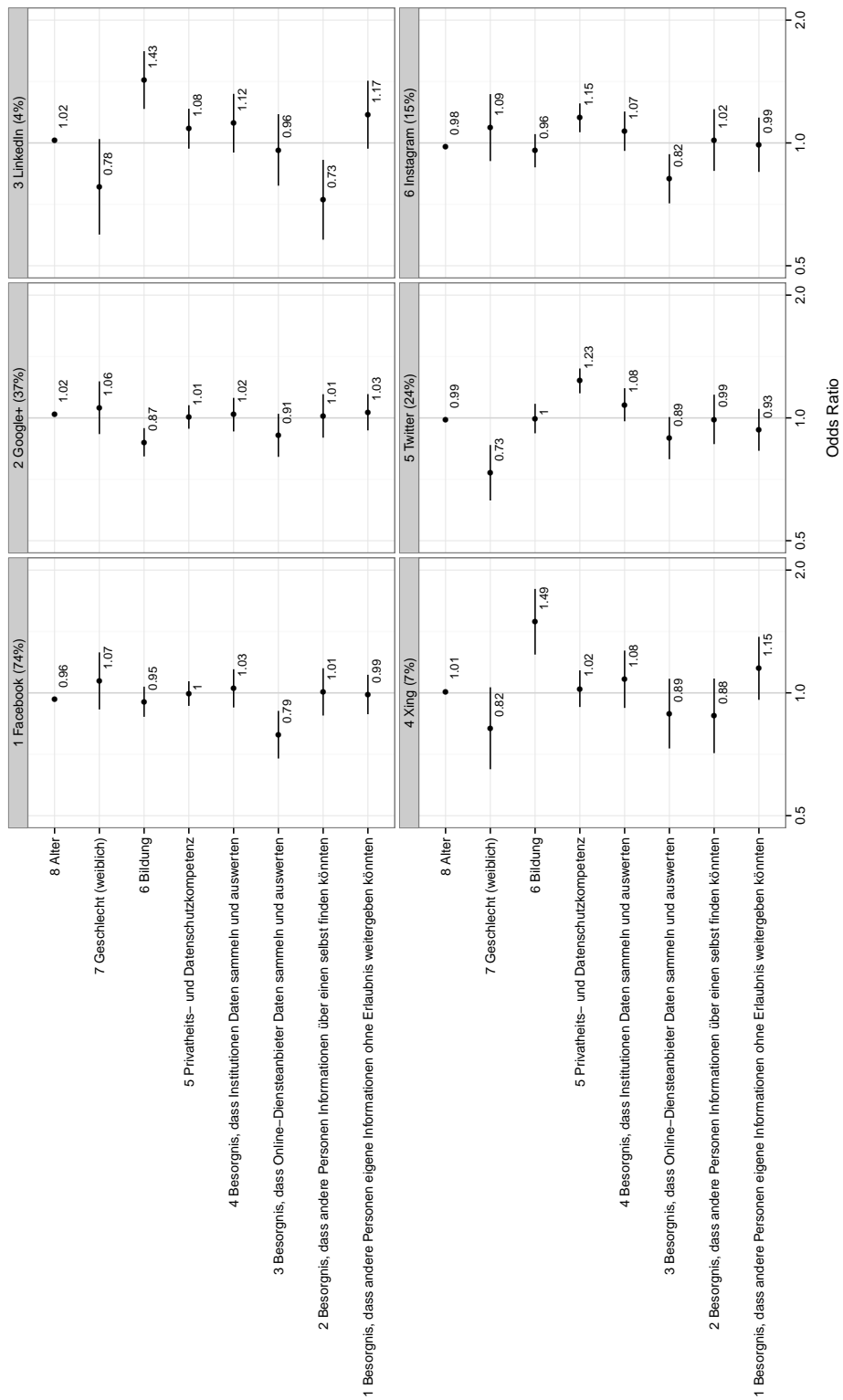


Abbildung 1: Einfluss von Privatheitskompetenz und Privatheitsbedenken auf die Nutzung von SNS (Odds Ratios mit 95%-Konfidenzintervallen)

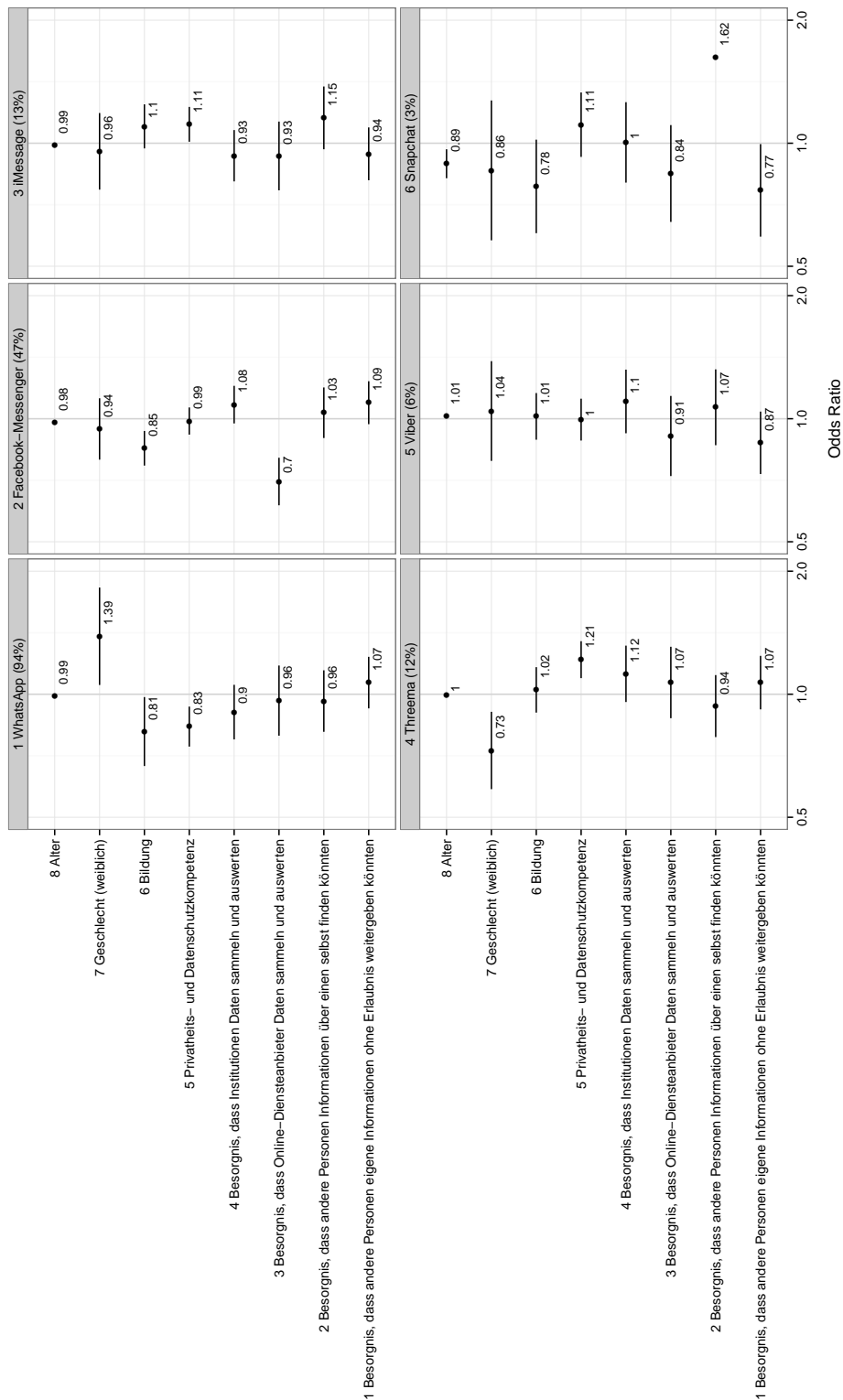


Abbildung 2: Einfluss von Privatheitskompetenz und Privatheitsbedenken auf die Nutzung von IM-Diensten (Odds Ratios mit 95%-Konfidenzintervallen)