

Der Preis des Kostenlosen

Datenbasierte Geschäftsmodelle aus Nutzer- und Anwenderperspektive



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Dr. Jin Gerlach

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik |
Software Business & Information Management
Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften
Technische Universität Darmstadt

Agenda

1. Motivation
2. Die Nutzerperspektive – Akzeptanz datenbasierter Dienste
3. Die Anbieterperspektive – Pricing by Privacy
4. Takeaways

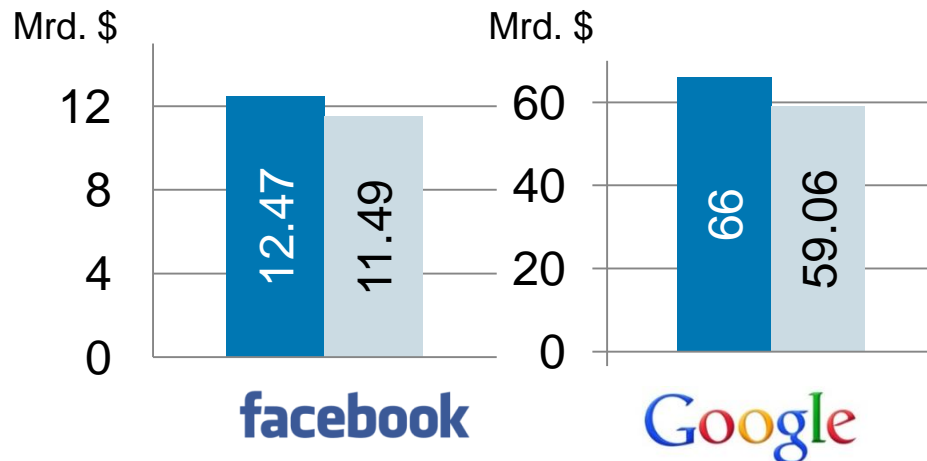
Datenbasierte Geschäftsmodelle

Datenbasierte Geschäftsmodelle bauen primär auf der Sammlung, Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe von Daten auf

Daten werden von den Nutzern – freiwillig oder unfreiwillig – preisgegeben



Daten als neue Währungseinheit in der Future Internet Economy



- Umsatz 2014
- Einnahmen durch personalisierte Werbung

Quelle: Statista

Agenda

1. Motivation
- 2. Die Nutzerperspektive – Akzeptanz datenbasierter Dienste**
3. Die Anbieterperspektive – Pricing by Privacy
4. Takeaways

Nutzerperspektive – Die Akzeptanz datenbasierter Dienste

- Forschungsprojekt des Fachgebiets in Kooperation mit hr-iNFO
- Durchführung großzahliger, empirischer Studien (2012 und 2014)
- **Zentrale Frage:** Wie schätzen die Internetnutzer die Privatsphäre-Risiken bei der Nutzung von sozialen Netzwerken ein und wie bewerten sie die datenbasierten Geschäftsmodelle?



Nutzerperspektive – Die Akzeptanz datenbasierter Dienste

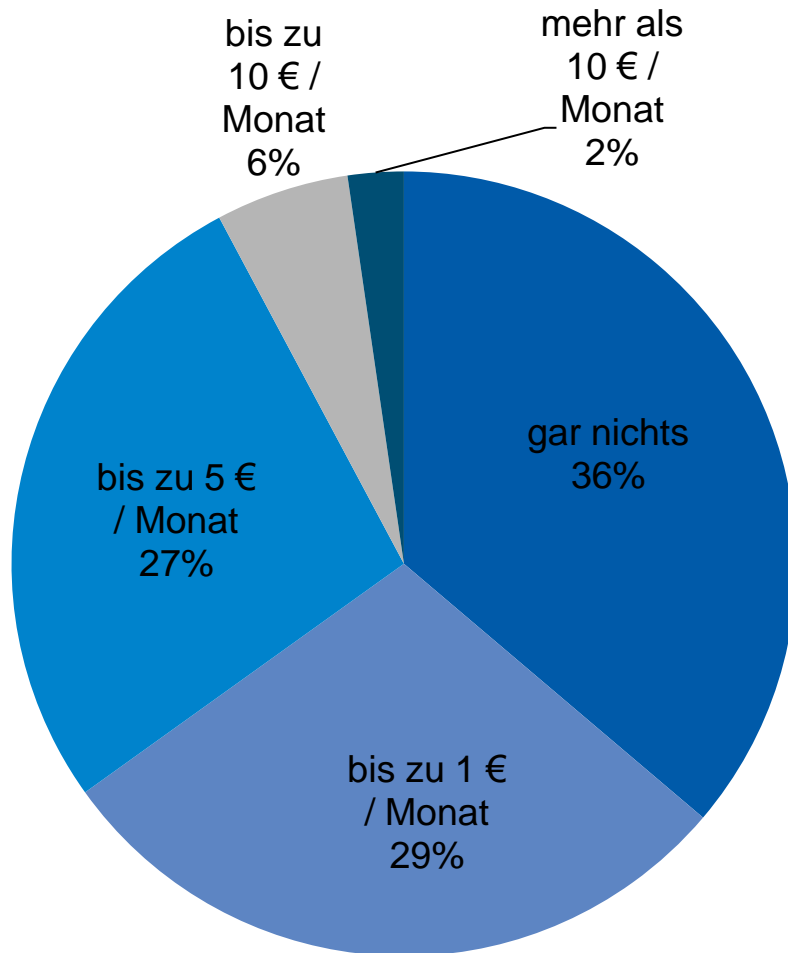
„Finden Sie es in Ordnung, dass Anbieter wie z.B. Facebook oder Google Geld mit Nutzerdaten verdienen?“

- 1 = Darüber habe ich noch nie nachgedacht.
- 2 = Das ist mir egal.
- 3 = Finde ich in Ordnung, weil d. Service für mich 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.

■ 2012 (N = 1375) ■ 2014 (N = 1626)



Nutzerperspektive – Die Akzeptanz datenbasierter Dienste



„Wie viel wären Sie bereit, für ein soziales Netzwerk zu bezahlen, das Ihre persönlichen Daten nicht an Dritte weitergibt oder für sonstige kommerzielle Zwecke verwendet?“

Agenda

1. Motivation
2. Die Nutzerperspektive – Akzeptanz datenbasierter Dienste
- 3. Die Anbieterperspektive – Pricing by Privacy**
4. Takeaways

Das Privatsphärendilemma der Anbieter

Aus Sicht der Anbieter stellen **Nutzerdaten** eine wesentliche **Ressource** dar:

- Anbieter, deren Geschäftsmodell **primär auf Nutzerdaten** aufbaut
- Anbieter **aus anderen Branchen**, die zusätzliche datenbasierte Services anbieten möchten oder dabei sind, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln

Dabei ergibt sich für die Anbieter folgender **Trade-Off**:

- Einerseits haben Daten einen **ökonomischen Wert**, sodass es sinnvoll erscheint, **so viele Daten wie möglich** zu sammeln
- Andererseits besteht die **Gefahr**, dass zu **offensive Praktiken** von den Nutzern negativ wahrgenommen werden, sodass sie **abwandern**



Experiment: Pricing by Privacy

- Hypothetisches soziales Onlinenetzwerk
- Über verschiedene Experimentgruppen hinweg wurden Monetarisierungsoptionen (Datenschutzbestimmungen) variiert
- Nach Präsentation der relevanten Informationen wurden Teilnehmer befragt (z. B. wahrgenommenes Privatsphärenrisiko, Bereitschaft Information preiszugeben)

- $N = 1116$
- Deutsche Internetnutzer
- Datenerhebung in Kooperation mit hr-iNFO

Gerlach, J. P., Widjaja, T., and Buxmann P. (2015). Handle with Care: How Online Social Network Providers' Privacy Policies Impact Users' Information Sharing Behavior. *Journal of Strategic Information Systems*, 24(1).

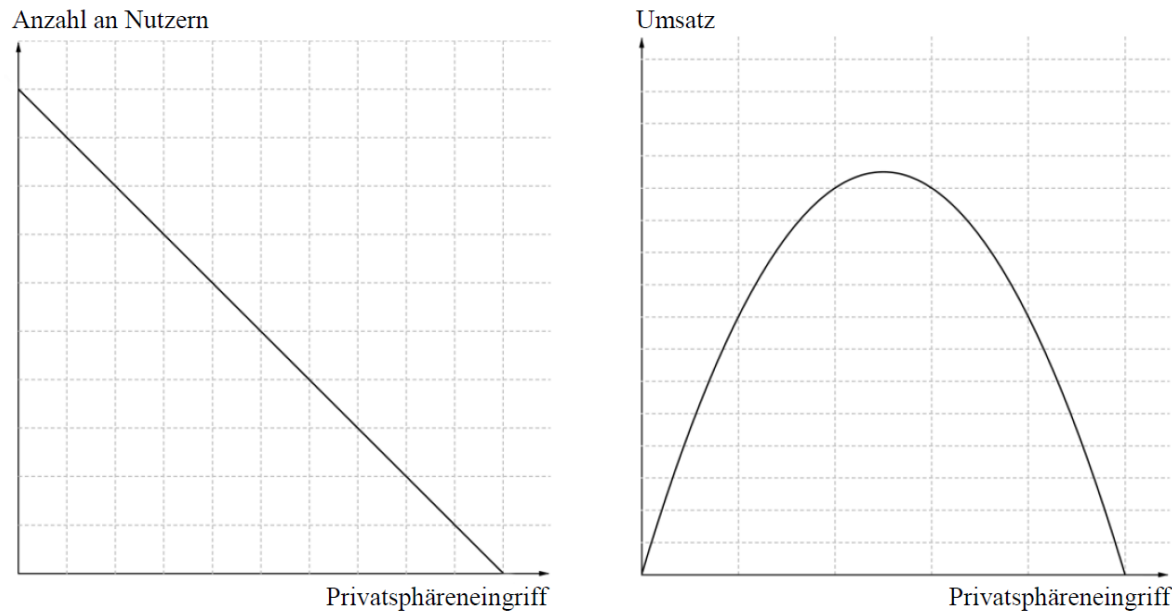
Acht Experimentgruppen

Dimension	Monetarisierungsoption gering	Monetarisierungsoption hoch
Ausmaß der Sammlung	Von den von Ihnen angegebenen persönlichen Informationen werden ausschließlich Ihr Name sowie (falls angegeben) Ihr Alter und Ihr Geschlecht durch den Betreiber zur Weiterverwendung gesammelt.	Der Betreiber sammelt jegliche personenbezogene Daten, die Sie bei der Nutzung angegeben haben oder die von Ihren Bekannten über Sie bereitgestellt werden. Darüber hinaus werden computergestützte Techniken verwendet, um Ihre Interessen genauer bestimmen zu können. Zusätzlich ermittelt der Betreiber Ihren aktuellen Aufenthaltsort.
Nutzungszwecke	Der Betreiber verwendet diese gesammelten Daten zu dem Zweck, Ihnen die Kontaktsuche und -pflege zu erleichtern (z. B. zur Suche anderer Nutzer).	Diese gesammelten Daten werden möglicherweise für zukünftige Zwecke verwendet, die Ihnen der Betreiber an dieser Stelle nicht zu nennen braucht.
Kontrolle und Weitergabe	Sie können diese gesammelten Daten zu jedem Zeitpunkt verändern oder löschen. Eine Weitergabe an Dritte ist ausschließlich dann möglich, wenn Sie aktiv Ihre Zustimmung dazu geben.	Sie übertragen dem Betreiber zusätzlich das Recht diese gesammelten Daten weiterzuverwenden (z. B. an Dritte weiterzugeben).

- Erhöhung der Monetarisierungsoptionen hat signifikanten Effekt auf wahrgenommenes Privatsphärerisiko und Bereitschaft Informationen über sich preiszugeben → Privatsphäredilemma
- Unterschiedliche Dimensionen der Datenschutzbestimmungen haben dabei separate Effekte auf Risiko und Bereitschaft Informationen preiszugeben → Kompensation möglich
- Anbieter müssen ein optimales „Monetarisierungslevel“ finden

Pricing by Privacy

Dieser **Trade-Off** lässt sich **analog** zur **Preis-Absatz-Funktion** grafisch darstellen:



Der wahrgenommene **Eingriff in die Privatsphäre** stellt aus Anbietersicht demnach einen wesentlichen **Einflussfaktors des Umsatzes** dar.

Agenda

1. Motivation
2. Die Nutzerperspektive – Akzeptanz datenbasierter Dienste
3. Die Anbieterperspektive – Pricing by Privacy
- 4. Takeaways**



Die Relevanz datenbasierter Geschäftsmodelle steigt

**Nutzer müssen sich über den
„Preis des Kostenlosen“ bewusst sein**

**Es gilt der Pricing by Privacy Tradeoff – Anbieter
müssen fundierte Entscheidungen treffen**

Vielen Dank für Ihre Zeit!



Fragen, Diskussion,
kritische Anmerkungen?



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Dr. Jin Gerlach

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik |
Software Business & Information Management
Fachbereich Rechts- und
Wirtschaftswissenschaften

gerlach@is.tu-darmstadt.de
www.is.tu-darmstadt.de