



FORUM PRIVATHEIT UND SELBSTBESTIMMTES
LEBEN IN DER DIGITALEN WELT

Policy Paper

Privatheitskompetenz: Das Wissen der Bürger über Privatheit und Datenschutz

Empfehlungen an Wirtschaft und Politik

IMPRESSUM

Autorin:

Prof. Dr. Sabine Trepte
Universität Hohenheim

Kontakt:

Peter Zoche
Koordinator Sicherheitsforschung und Technikfolgenabschätzung

Telefon +49 721 6809-152
Fax +49 721 6809-315
E-Mail info@forum-privatheit.de

Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI
Breslauer Straße 48
76139 Karlsruhe

www.isi.fraunhofer.de
www.forum-privatheit.de

Schriftenreihe:

Forum Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt
ISSN-Print 2199-8906
ISSN-Internet 2199-8914

1. Auflage, Januar 2016



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

Privatheitskompetenz – Wie Bürger sie konkret nutzen können und wann sie versagt

Privatheitskompetenz – Wie Bürger sie konkret nutzen können und wann sie versagt

Wissen über Privatheit im Internet und Kompetenzen des persönlichen Datenschutzes werden derzeit als zentrale Qualifikationen der Bürger gesehen, um sich in zunehmend digitalisierten und technisierten Lebensräumen zurecht zu finden. Um mit dieser Sichtweise fundiert umgehen zu können und Handlungsoptionen abzuleiten, müssen zunächst drei Fragen gestellt werden: Was beinhaltet „Wissen über Privatheit im Internet“ bzw. „Privatheitskompetenz“? Was bringt das Wissen über Privatheit den Bürgern?

Privatheitskompetenz wird in der Forschung als eine Kombination aus Faktenwissen auf der einen Seite und Kompetenzen zum Umgang mit Datenschutz auf der anderen Seite verstanden. Faktenwissen beinhaltet das Wissen über die deutsche und europäische Gesetzgebung, das Wissen über technische, institutionelle und wirtschaftliche Zusammenhänge. Hinzu kommen individuelle Datenschutzstrategien als praktische Kompetenzen (Trepte et al., 2014).

Entscheidend ist dann, ob diese Kompetenz die *Datenpreisgabe* oder die *Umsetzung von Datenschutz* beeinflussen. Aktuelle Forschungsergebnisse zum Thema Privatheitskompetenz (für Deutschland repräsentative Längsschnittstudie, N=2.100, Trepte & Masur, 2015) zeigen, dass jüngere Menschen unter 18 Jahren und ältere Deutsche über 64 die geringsten Privatheitskompetenzen haben. Am meisten wissen die 18- bis 30-Jährigen.

Die Privatheitskompetenz wird in vielen Zusammenhängen als Allheilmittel für einen reflektierten Umgang mit Privatheit und Selbstoffenbarung gesehen. In der o. g. repräsentativen Längsschnittstudie stellte sich jedoch heraus, dass Personen, die zum einen Zeitpunkt über ein höheres Maß an *Privatheitskompetenz* verfügen, ein halbes Jahr später *nicht weniger Daten preisgeben*. Vermutlich führt eine hohe datenschutzbezogene Selbstwirksamkeit zum laxeren Umgang mit Daten.

Es gibt jedoch Ausnahmen: Menschen, die über *technisches* Wissen über Privatheit verfügen, setzen dieses auch konkret um (Trepte & Masur, 2015). Sie ergreifen deutlich mehr Maßnahmen des individuellen Datenschutzes als Personen, die weniger versiert sind. Auch das Wissen über rechtliche Aspekte des Datenschutzes und der informationellen Selbstbestimmung hat einen Einfluss. Bürger, die bezüglich des deutschen und europäischen Datenschutzrechts ein höheres Wissen aufweisen, zeigen sich hochgradig engagiert. Sie nutzen verschiedene Maßnahmen des Datenschutzes.

Die Nutzung digitaler Medien ist ungebrochen hoch. Die Menschen profitieren ganz deutlich von der Kommunikation über digitale Dienste und Medien: Sie finden emotionale Unterstützung, erfahren Hilfe und Anteilnahme (Trepte, Masur et al., 2015). Immer und ausnahmslos sind in dieser Kommunikation auch Privatheitsfragen betroffen. Viele können die User untereinander klären. Andere Fragen jedoch sind nur strukturell lösbar.

Insgesamt zeigt die Forschung, dass vor allem konkrete Wissensbereiche – wie Technik oder Recht – eine Befähigung für informationelle Selbstbestimmung ermöglichen. Gleichzeitig zeigt sich, dass das Wissen über den Umgang von Unternehmen und Anbietern mit individuellen Daten keinen Einfluss auf die Nutzung der Dienste hat. Individueller Datenschutz kann also nicht ersetzen, dass Unternehmen verantwortungsvoll mit Daten der User umgehen.

Leitfragen: Was ist Privatheitskompetenz und was leistet sie?

Privatheitskompetenz beinhaltet Faktenwissen und praktische Kompetenzen

Aktuelle Forschungsergebnisse: Jugendliche wissen wenig über Datenschutz

Privatheitskompetenz erlaubt keine Prognose über die Datenpreisgabe im Internet

Technische Privatheitskompetenz und Wissen über Datenschutzrecht als Schutzfaktor

Bürger profitieren von sozialer Unterstützung

Wissen über Datenschutz ersetzt nicht verantwortungsvolles Datenmanagement der Unternehmen

Handlungsoptionen

Privatheitskompetenz, das zeigen aktuelle Forschungsergebnisse, wirkt in bestimmten Bereichen auf individuellen Umgang mit Datenschutz, ist aber kein Allheilmittel. Deshalb ist es zunächst erforderlich, strukturelle Maßnahmen zu ergreifen.

Kommunikation der User mit Datenschutzinstitutionen, Unternehmen und untereinander

Die User digitaler Angebote werden durch attraktive Angebote in ihrem Bedürfnis nach sozialer Unterstützung, digitaler Kommunikation und Teilhabe von den Angeboten stark angezogen und unterstützt. Nicht immer sind diese Angebote konform mit den Privatheitsbedürfnissen der User. Die Forschung zeigt, dass das Wissen der Bürger über die Praktiken von Unternehmen und Institutionen nicht handlungsleitend ist.

Bereits jetzt findet ein Dialog der User untereinander und mit Datenschützern statt, um Regeln und Umgangsweisen mit Privatheit auszuloten. Dieser Dialog muss weiter fortgesetzt und auf Unternehmen und Dienste-Anbieter ausgeweitet werden, um nicht nur Bedürfnisse der Teilhabe, sondern auch der Privatheit geltend zu machen.

■ Dialog der Dienste-Anbieter mit den Usern initiieren

Derzeit werden User mit zweifelhaften Privacy-Settings und komplexen AGBs vertröstet. User können an Unternehmen ihre Privatheitsbedürfnisse nur in Form von Beschwerden oder Klagen anmelden. Ein Dialog der Anbieter mit den Usern ist erforderlich, um auch die Perspektive der User zu berücksichtigen.

■ Datenschutz muss weiter vorangetrieben werden

Die Präsenz der Datenschützer und Datenschutzbehörden stärkt die Kommunikation zwischen Dienste-Anbietern und Bürgern. Die Klagen der Datenschützer sind für die Bürger in der Medienberichterstattung präsent. Sie machen einen nennenswerten Anteil der Berichterstattung über informationelle Selbstbestimmung aus. Damit erhalten User Informationen über aktuelle Rechtsprechung. Der nicht stattfindende Dialog mit den Anbietern wird hier über das Bindeglied der Datenschützer geführt. Auch Verbraucherschützer können neuerdings Klagen anstrengen, die Datenschutzverstöße zum Anlass haben.

Verschiedene Klagen der Datenschutz-Institutionen und von Einzelpersonen (z. B. gegen Facebook) gelten als Errungenschaften und stärken Bürgerinnen und Bürgern öffentlich den Rücken. Aktuelle Forschung zeigt, dass nach Meilensteinen der Rechtsprechung zunehmend inhaltliche Diskussionen in der Medienöffentlichkeit stattfinden (Mothes, von Pape & Trepte, 2015).

■ In technischen Diskussionen ethische Dimension der informationellen Selbstbestimmung nicht aus dem Auge verlieren

Nach einer geradezu moralischen öffentlichen Auseinandersetzung mit dem Begriff der Privatheit geht es nun zunehmend um technische und sachlogische Fragen, beispielsweise im Kontext von TTIP, Gesundheitskarte oder vernetztem Fahrzeug. Trotz der drängenden technischen Fragen muss auch die ethische Debatte weiter geführt werden.

Das Wissen über die Praktiken von Unternehmen und Institutionen ist gering. Anstatt nur Kompetenzen muss hier auch die Kommunikation gestärkt werden.

Unternehmen verweigern eine Kommunikation mit dem User auf Augenhöhe

Aktivitäten und Klagen der Datenschützer und Verbraucherschützer stärken Bürger

Debatten um Datenschutz müssen weiterhin um ethische Diskurse ergänzt werden

Bildung

In Schulen werden bereits Zusatzangebote zum Umgang mit den eigenen Daten in digitalen und sozialen Medien angeboten. Dennoch ist der Wissensstand der unter 18jährigen gering. Alternative Bildungsangebote müssen bedacht werden. Gleichzeitig darf Bildung nicht als Lösung für strukturelle Probleme verstanden werden.

- Schulbildung kann Wissen über Datenschutz und die entsprechenden Umsetzungspraktiken aufgrund der Schnellebigkeit des Themas nur eingeschränkt in Form eines Schulfaches vermitteln. Vielmehr müssen neue Wege der Wissensvermittlung an Schülerinnen und Schüler gedacht werden: Universitäten an Schulen; durch die Länder finanzierte In-House Schulungen für Schüler und Lehrer; externe Gäste wie sog. White Hacker; externe Lotsen; informative Web-Portale.
- Wissensvermittlung an Schulen und an Schüler muss mit der Bedeutsamkeit des Themas informationelle Selbstbestimmung und Privatheit kalkulieren. Schülerinnen und Schüler sind mehr als andere Bevölkerungsgruppen interessiert an Teilhabe, sozialer Unterstützung, Kontakt und Identitätsarbeit, die soziale Medien liefern (Trepte, Masur et al., 2015). Datenschutz hat deshalb bei diesen (bislang) deutlich nachrangige Bedeutung. Angebote jedweder Art müssen diese Bedürfnislage berücksichtigen.
- Das Thema Datenschutz muss in der Lehrerausbildung grundsätzlich berücksichtigt und in allen Fächern verankert werden. Lehrer müssen ihren Schülern Grundwissen über Datenschutz mitgeben können, wenn beispielsweise inhaltliche Internetrecherchen und Arbeit mit E-Mailprogrammen Teil der Schulaufgaben sind.

Neue Wege der Wissensvermittlung an Schulen, um die wissensschwächste Gruppe der unter 18jährigen zu schützen

Bedürfnisse der Schülerinnen und Schüler angemessen kalkulieren

Lehrer aller Fachbereiche benötigen Wissen über Datenschutz

Medienberichterstattung

In den Medien findet derzeit eine auf hohem Niveau fortgeschrittene und technische Diskussion des Datenschutzes und der Privatheit im Internet statt. Diese Form der Berichterstattung ist ein wichtiger Bestandteil des Wissenserwerbs der Bürger – gerade im Bereich Technik und Recht, den besonders effektiven Kompetenzbereichen.

- Aufgrund der Geschwindigkeit technischer Entwicklungen ist die Medienberichterstattung ein angemessener Weg, um aktuelle Entwicklungen vor dem Hintergrund der informationellen Selbstbestimmung zu beleuchten. Ein enger Kontakt der Datenschützer, Wissenschaft und der Politik zu Medien und Journalisten ist erforderlich.
- Medien reduzieren Komplexität und ermöglichen so eine zielgruppengerechte Aufbereitung. Damit haben sie die wichtige Aufgabe, die Bürger über ihre Rechte und über technische Zusammenhänge zu informieren. Diese Wissensbereiche erwiesen sich in der bisherigen Forschung als zielführend für informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz.
- Für Schülerinnen und Schüler sowie für Menschen mit geringerer formaler Bildung erweisen sich vor allem Printmedien als wichtigste Quelle für den Wissenserwerb. Diese werden jedoch kaum genutzt. Deshalb müssen Medienangebote geschaffen werden, die zielgruppengerecht sind und gleichzeitig in der Lage Wissen zu vermitteln.

Medienberichterstattung ist der schnellste Weg zum Bürger

Aufgabe der Medienberichterstattung ist Komplexitätsreduktion

Printformate bringen den höchsten Wissenszuwachs, müssen aber auch die wissensschwachen Gruppen erreichen

Quellen und weitere Informationen

Mothes, C., Trepte, S. & von Pape, T. (2015). *Forschungsbericht Privatheit in den Medien*. Zoche, P., Ammicht-Quinn, R., Lamla, J., Roßnagel, A., Trepte, S. & Waidner, M. (Hrsg).

https://www.forum-privatheit.de/forum-privatheit-de/texte/veroeffentlichungen-des-forums/Forschungsbericht-Hohenheim-Medientenor_fin.pdf

Trepte, S. & Masur, P. K. (2015). *Privatheitskompetenz in Deutschland. Ergebnisse einer repräsentativen Längsschnittstudie*. Online verfügbar unter: https://www.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/psych/Team_MP/Berichte/Privatheitskompetenz_2015-11-04.pdf

Trepte, S., Masur, P. K., Scharnow, M. & Dienlin, T. (2015). Privatheitsbedürfnisse verschiedener Kommunikationstypen on- und offline: Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Umgang mit persönlichen Inhalten. *Media Perspektiven*, 5, 250-257. <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/privatheitsbeduerfnisse-verschiedener-kommunikationstypen-on-und-offline/>

Trepte, S., Teutsch, D., Masur, P. K. et al.. (2015). Do people know about privacy and data protection strategies? Towards the „Online Privacy Literacy Scale“ (OPLIS). In Gutwirth, S. et al. (Eds), *Reforming European data protection law. Law, Governance and Technology Series* 20. p. 333-366. Springer: Dordrecht.



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

PROJEKTPARTNER



provet

Projektgruppe verfassungsverträgliche Technikgestaltung

UNIVERSITÄT HOHENHEIM
LEHRSTUHL FÜR MEDIENPSYCHOLOGIE



EBERHARD KARLS
UNIVERSITÄT
TÜBINGEN



INTERNATIONALES ZENTRUM
FÜR ETHIK IN
DEN WISSENSCHAFTEN

