

# Privacy vs. Data: Business Models in the digital, mobile Economy

World Café Results

SS 2016

Dr. Andreas Albers



## Auswirkungen

- Smartphone Nutzung erobert öff. Bereich  
↳ Bilder; Videos; Kommunikation

## Risiken

- Aufmerksamkeitskonkurrenz  
↳ persönlicher Kontakt; Straßenverkehr
- Privatsphäre // Datenschutz  
↳ Selbstjustiz; Cybermobbing,

## chancen

- Vernetzung // Kommunikation  
↳ Überwindung Barrieren

Staatlicher Eingriff



Anpassen statt Regulieren

PRO/OFFICE



mobile business

Hypothese 1

„Die starke Verbreitung von Smartphones hat unmittelbare Auswirkungen auf das gesellschaftliche Zusammenleben. Wir brauchen neue gesellschaftliche Normen - wenn nicht sogar staatliches Eingreifen.“



mobile business



"zu viel Aufwand"

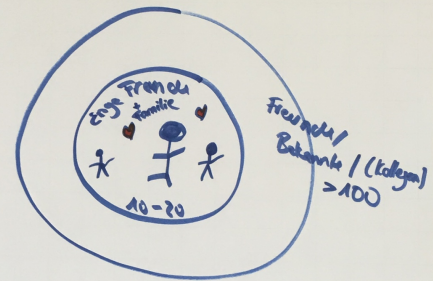
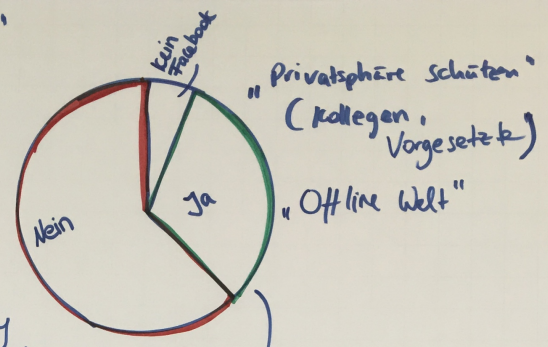
"postet sowieso nichts"

"Facebook soll nicht wissen, wer enge Freunde sind"

Alternative Sortierung

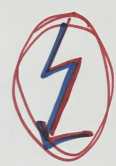
- Xing
  - LinkedIn
  - Snapchat...
- Instagram nutzen

"Ich adde nur enge Freunde"



2 Wie funktioniert das?

kann ich wirklich bestimmt Leute ausschließen?



Uploads von Dritten (mit oder ohne Tag)

mobile business

Hypothese 2



„Um bei aktiver Facebook-Nutzung die Privatsphäre bzw. Reputation zu schützen, ist es unumgänglich insb. auch innerhalb des eigenen Freundesnetzwerks zu differenzieren, mit wem man welche Daten und Aktivitäten teilt.“

## legitim?

- „normal“, toleriert im Austausch dafür, dass es kostenlos ist

- teilweise wünscht man sich sogar mehr Personalisierung  
→ Datenerhebung sowieso omnipräsent

- es geht nicht um 1€, sondern WTP ← keine Werbung  
mehr Funktionen  
mehr Datensicherheit ???

→ doppelt zahlen - trotz Pro-Version werden Daten erhoben (?)

garantiert? überhaupt möglich?

↳ zwar vllt. nicht für pers. Werbung verwendet  
↳ aber dennoch erhoben → Produktverbesserung

→ Gäbe es jedoch die Garantie ...

... dann: Zwei-Klassen - Gesellschaft !

→ nicht so legitim

- ① Bezahlen für Privatsphäre
- ② Preisgeben der Daten, wenn nicht zahlungskräftig

mobile business

Hypothese 3

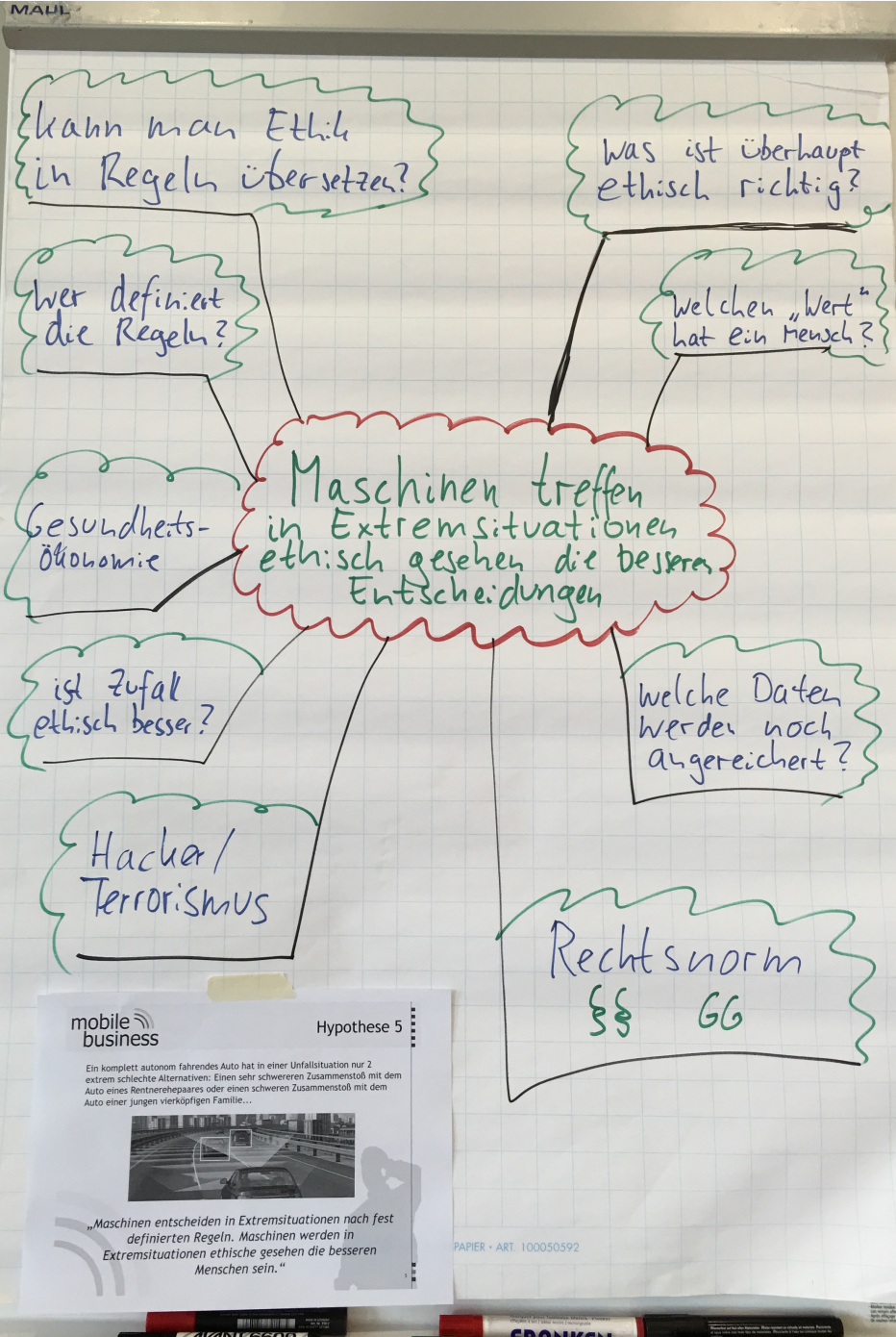
„Werbe-finanzierte Geschäftsmodelle, wie z.B. werbe-finanzierte Smartphone Apps, ermöglichen es breiten, auch weniger zahlungskräftigen Kundenschichten in den Genuss von Diensten zu kommen, der ihnen sonst verwehrt bliebe.“



PROFFICE







mobile business

Hypothese 5

Ein komplett autonom fahrendes Auto hat in einer Unfallsituation nur 2 extrem schlechte Alternativen: Einen sehr schwereren Zusammenstoß mit dem Auto eines Rentnerreheparates oder einen schweren Zusammenstoß mit dem Auto einer jungen vierköpfigen Familie...

„Maschinen entscheiden in Extremsituationen nach fest definierten Regeln. Maschinen werden in Extremsituationen ethische gesehen die besseren Menschen sein.“

PAPIER • ART. 100050592