

NUDGE NIGHT

Intransparente Datenschutzbestimmungen waren gestern

Halbig Kristina; Hohenadel Jana; Thissen Jeannette: Interkulturelle Wirtschaftspsychologie



IDEE

In der heutigen digitalisierten Welt wird es für Verbraucher immer schwieriger, die Online-Informationsflut zu bewältigen. Besonders das Thema Datenschutz ist ein sensibler Bereich, der immer mehr an Bedeutung gewinnt. Wir stellen fest, dass den Verbrauchern häufig nicht in vollem Ausmaß bewusst ist, wie mit ihren Daten umgegangen wird. Dennoch bestätigt die Mehrheit die Datenschutzbestimmungen ohne genauere Kenntnisnahme. Grund dafür sind unter anderem die Länge und die Unverständlichkeit der Datenschutzerklärungen. Eine übersichtliche Darstellung von Informationen für die Verbraucher ist daher essentiell. Zum Anlass des am 25. Mai 2018 in Kraft getretenen Datenschutzgesetzes fokussieren wir uns auf die Datenschutzbestimmungen von Online-Händlern. Aus der Studie des Deutschen Institutes für Vertrauen und Sicherheit im Internet geht hervor, dass knapp 30% der Befragten auf Dienste der Anbieter verzichtet haben.¹ Ursache dafür waren Datenschutzbedenken. Deswegen ist es wichtig, dass nicht nur bei den Verbrauchern das Bewusstsein hinsichtlich ihrer persönlichen Daten gestärkt wird, sondern auch die Unternehmen die Relevanz des Datenschutzes erkennen und für sich nutzen.

ZIEL

Bisher sind die meisten Datenschutzerklärungen sehr umfangreich und unübersichtlich. Ziel des Verbraucherpolitik-Nudges ist es, dass sich die Nutzer nicht mit einer unverständlichen Informationsmasse auseinandersetzen müssen. Eine übersichtliche und benutzerfreundliche Darstellung soll die Verbraucher dazu bewegen, sich mit den Datenschutzbestimmungen zu befassen und diese erst nach reichlicher Kenntnisnahme zu bestätigen. Auch auf Unternehmensseite soll diese Idee von Vorteil sein: sie sollen den Verbrauchern Transparenz bieten und somit Vertrauen und Sicherheit vermitteln. So wird die Bereitschaft der Verbraucher, sich auf entsprechenden Internetplattformen zu registrieren, steigen.

REFERENZEN

[1] https://www.divisi.de/wp-content/uploads/2015/10/2015-10-22_DIVSI_AGB-Umfrage_Charts.pdf