

***Bachelorarbeit: Literaturüberblick zum Thema „Digitales Nudging im Kontext von online Privatsphäreentscheidungen“***

Betreuer\_in: Laura Kochendörfer ([laura.kochendoerfer@uni-passau.de](mailto:laura.kochendoerfer@uni-passau.de))

Bewerbung bis: 15.03.2025

Beginn: ab sofort, Anmeldung bis spätestens Ende März

### **Motivation und Zielsetzung**

Sogenannte „Nudges“ begegnen uns im alltäglichen Leben und sollen Nutzer:innen dabei unterstützen, Entscheidungen zu treffen; zum Beispiel bei Treppenstufen, die als Klaviatur bemalt sind, um Fußgänger:innen davon zu überzeugen die Treppe zu nehmen. Im Supermarkt wiederum sind bestimmte Lebensmittel auf Augenhöhe platziert, um deren Kauf anzuregen. Solche Nudges sind mittlerweile auch in der digitalen Welt allgegenwärtig, sogenannte „digital nudges“. Insbesondere für online Privatsphäreentscheidungen von Nutzer:innen sind sie erkennbar, zum Beispiel als einfache Voreinstellungen zur Preisgabe von Daten, visuelle Warnungen oder Erinnerungen an geteilte Daten. Nutzer:innen sollen dadurch bessere Privatsphäreentscheidungen treffen können. Nudges können aber auch missbraucht werden, um die Daten von Nutzer:innen gezielt abzugreifen.

Im Rahmen dieser Abschlussarbeit soll anhand einer strukturierten Literaturrecherche das digitale Nudging für online Privatsphäreentscheidungen umfassend dargestellt werden. Dabei sollen verschiedene Nudges im Kontext Privatsphäreentscheidungen aufbereitet und deren Wirksamkeit reflektiert werden. Außerdem soll reflektiert werden, inwiefern Nudges zu besseren Privatsphäreentscheidungen führen oder ob sie aufgrund des Missbrauchspotenzials bedenklich sind. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen sollen Implikationen für die Praxis und den wohlwollenden Einsatz von Nudging herausgearbeitet werden.

Aufgrund der Vielzahl and Privatsphäreentscheidungen, die Nutzer:innen täglich im digitalen Raum treffen, ist es zentral zu verstehen, welche Mechanismen diese Entscheidungen auf welche Art und Weise beeinflussen. Ein Überblick darüber erhöht sowohl das Bewusstsein über die digitale Datenpreisgabe als auch darüber, wie Privatsphäreentscheidungen konstruktiv gestaltet werden können.

### **Voraussetzungen**

- Starkes inhaltliches Interesse am Thema
- Ausgeprägte analytische und konzeptionelle Fähigkeiten
- Strukturierte Arbeitsweise

- Die Bereitschaft zeitnah mit der Bearbeitung zu beginnen

### **Einstiegsliteratur zum Thema**

Acquisti, A. (2009). Nudging privacy: The behavioral economics of personal information. *IEEE Security & Privacy*, 7(6), 82–85.

Mirsch, T., Lehrer, C., & Jung, R. (2017). Digital nudging: Altering user behavior in digital environments. In *Proceedings der 13. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik (WI 2017)* (pp. 634–648). Sankt Gallen, Switzerland

Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. New Haven: Yale University Press.

Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS Quarterly*, xiii-xxiii.

Weinmann, M., Schneider, C., & Vom Brocke, J. (2016). Digital nudging. *Business & Information Systems Engineering*, 58(6), 433–436.