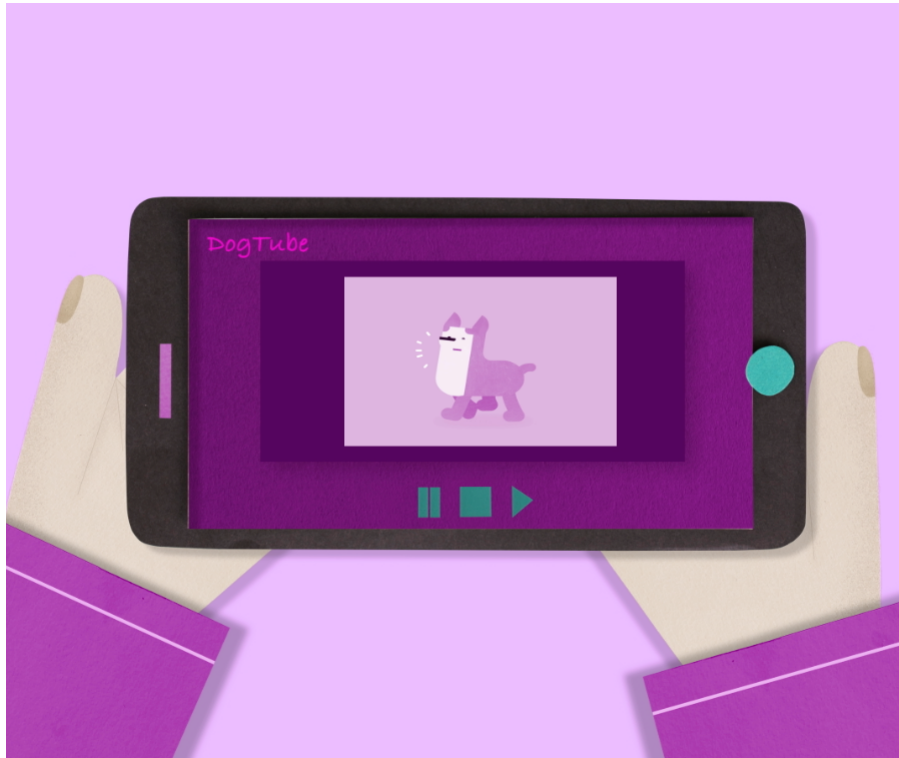




Emma & Momentum

Video 2: Werbung



Behandelte Themen

Momentum nützt Emmas Daten einerseits, um ihr eine **personalisierte Dienstleistung** anzubieten und andererseits, um ihr **Werbung** zu zeigen. Die Zahlungen der Inserenten sind Momentums Haupteinnahmen.

Dank den gesammelten Daten kann die App nämlich die **Werbung personalisieren** je nach den Interessen des Nutzers: Nur die wahren potentiellen Kunden sehen gewisse Anzeigen. Dadurch wird die Werbung viel effizienter. Daraus können sowohl der Inserent als auch der Nutzer einen Vorteil erzielen.

Digitale Apps sammeln Daten ihrer Nutzer durch die gemachten Recherchen, die gesehenen, gelikten und geposteten Posts, die Teilnahme an Wettbewerben und Befragungen und auch durch die **Cookies** (Textdateien, die unsere bevorzugten Browserverläufe betrifft).

Besprochene Themen

Wer kann unsere persönlichen Daten sehen?

Es hängt von den Nutzungsbedingungen der jeweiligen Apps ab (siehe Video 4), aber generell können wir entscheiden welchen Personen es wir erlauben, durch die Einstellungen der Privatsphäre der jeweiligen App.

Achtung: Die Eigentümer dieser Apps (Facebook ist Besitzerin von Instagram und Whatsapp; Google aber auch Amazon, Apple oder Epic Games) haben Zugriff zu unseren Daten und in einigen Fällen haben sie auch das Recht diese zu verkaufen oder sie an Drittpersonen weiterzugeben, zum Beispiel zu Werbezwecken.

Sind unsere persönlichen Daten wertvoll? Wie viel sind sie wert?

Wir tendieren dazu zu glauben, dass unsere Daten wenig interessant seien und keinen ökonomischen Wert haben. Dies ist aber nicht so! Wenn unsere Daten im Zusammenhang mit den Daten von anderen stehen und zur Werbezwecke verwendet werden, können diese einen großen Wert bekommen (siehe den Financial Times Rechner unten)

Großteil des Umsatzes der digitalen Kolosse wie Facebook und Google (die zu den wertvollsten Börsenaktien Unternehmen der Welt gehören) entsteht nämlich durch Werbung.

Warum funktioniert online Werbung?

Wenn wir sie mit der traditionellen Werbung vergleichen (wie z.B. Werbetafeln) ist die online Werbung gezielter und sortiert die Benutzer aus. d.h., dass man mit einer geringeren Investition eine größere Menge an Interessenten erreichen kann.

Nutzen alle digitalen Unternehmen unsere persönlichen Daten, um Werbung zu machen?

Nein, zum Glück existieren auch andere Unternehmensmodelle! In vielen Fällen können wir Alternativen wählen, die nicht auf die Ausnutzung unserer persönlichen Daten basieren.

- *Duckduckgo.com* ist eine Suchmaschine, die anders als Google, die Suchverläufe der Nutzer nicht aufzeichnet und kein Profiling macht. Hier sind weitere Beispiele:
- *Firefox* ist ein Browser von *Mozilla*, eine Stiftung, die keine Daten verkauft und durch Spenden finanziert wird;
- *Signal* ist ein Nachrichtenübermittlungsdienstleister, der als Alternative zu *Whatsapp* verwendet werden kann; er wird von einer Stiftung geleitet und durch Spenden finanziert;
- Auch *Telegram* ist ein Nachrichtenübermittlungsdienstleister, der keine persönlichen Daten zu Werbezwecke nutzt. Es handelt sich um ein privates Unternehmen.

- Kostenpflichtige Dienstleistungen wie Netflix oder Videospiele auf Abonnementbasis verkaufen normalerweise keine Daten an Inserenten, weil sie eben durch Abos oder den Kauf in-app Geld verdienen.

Es ist aber klar, dass wir so viele persönliche Daten auf sozialen Netzwerken stellen, dass die Versuchung, diese für Werbezwecke zu nutzen sehr stark ist...

Klassenaktivitäten

Welche Werbungen sehen wir?

Die Schüler eine Klasse sind oft untereinander durch soziale Netzwerke vernetzt, sprechen mehrheitlich dieselbe Sprache, wohnen in der Nähe und (vielleicht in Gruppen) haben die gleichen Interessen. Oft ist ihnen aber nicht klar, dass sie sich in derselben "Blase" auf sozialen Netzwerken befinden, weil sie dieselben Annoncen sehen.

Es könnte interessant sein, die Werbungen, die sie online während einer Woche sehen zu sammeln (vielleicht könnte man auch andere Lehrer und/oder Eltern durch die Schüler miteinbeziehen) um zu sehen wie viele es sind, aber auch um diese zu vergleichen und zu sehen wie effizient die Profiling Algorithmen sind.

Wie viel Geld ist in Umlauf?

Es könnte nützlich sein sich ein Bild zu machen über den Umsatz der großen digitalen Kolosse, die wir täglich verwenden. Facebook – dem auch Instagram und WhatsApp gehören – hatte 2020 einen Umsatz von 86 Milliarden US\$ erzielt. 95% dieser Zahl wird durch Werbung erzielt. Facebook ist nämlich als Werbeunternehmen und nicht an der Börse notiert. Google hatte 2020 einen Umsatz von 182 Milliarden US\$, davon wurden circa 85% durch Werbung erzielt. Um zu vergleichen, das BIP von Portugal hat den gleichen Wert. Um einen weiteren Vergleich zu machen, das Budget des Kanton Tessins ist circa 4 Milliarden pro Jahr. Das jährliche Wachstum dieser Unternehmen in den letzten Jahren war um 20%.

Wie funktionieren Anpassungsalgorithmen?

Diese Lernaktivitäten, die vom Projekt MAPAW geplant wurden und eine Unterrichtsstunde dauern, ermöglichen es "Google zu werden" und die Suchergebnisse, die mit demselben Wort von unterschiedlichen Nutzern gemacht wurden, auszusortieren. So können wir sehen, welche Effekte unsere digitalen Profile auf die von uns verwendeten online Dienstleistungen haben.

<https://www.protectyourdata.ch/2021/05/30/attivita-toro/> (ita)

Wie wertvoll sind meine Daten?



Persönliche Daten haben also einen wichtigen ökonomischen Wert. Dieser Wert steigt, wenn der Nutzer seltene Eigenschaften hat, wie ein spezielles Familienverhältnis, eine Krankheit, usw. Der *Financial Times* hat 2016 einen Rechner, der den Wert der Nutzerdaten je nach ihren Eigenschaften berechnet, veröffentlicht.

Die Werte sind veraltet, aber man kann sich ein Bild machen, wie der Wert unserer Daten variieren kann:

<https://www.protectyourdata.ch/2021/01/14/how-much-is-your-personal-data-worth/>