

## **Thema: Das „Privacy Paradox“ im Kontext des Metaverse**

Betreuerin: Hanna Roider (hanna.roider@uni-passau.de)  
Datum: ab sofort  
Typ: Bachelorarbeit/Masterarbeit  
Sprache: Deutsch/Englisch

### **Motivation:**

Nutzer:innen geben in vielen Kontexten ihre personenbezogenen Daten preis, um Vorteile zu erhalten, wie etwa den kostenlosen Zugang zu (personalisierten) Online-Diensten. Nutzer:innen äußern dabei einerseits häufig starke Bedenken in Bezug auf Privatsphäre und Schutz ihrer persönlichen Daten, geben andererseits aber bereitwillig Daten preis, um die Dienste nutzen zu können. In der Privacy Forschung wird diese Diskrepanz zwischen erklärten Datenschutzbedenken und tatsächlichem Datenpreisgabe-Verhalten als „Privacy Paradox“ bezeichnet. Dieses Phänomen wurde bereits in unterschiedlichen Bereichen untersucht, jedoch noch nicht genauer im Kontext des Metaverse betrachtet.

Im Anwendungsfeld des Metaverse gibt es im Vergleich zur „herkömmlichen“ Datenpreisgabe (z.B. durch Web-Formulare) einige Besonderheiten im Datenpreisgabeprozess von Individuen. Das Metaverse ist eine virtuelle, dreidimensionale Welt, in die sich Nutzer:innen mithilfe der VR-Technologie begeben können. Dort werden viele Aktivitäten des sozialen Lebens abgedeckt, u. a. Freizeitaktivitäten, Arbeitsumgebungen, Tourismus usw. Durch Sensoren in den verwendeten Devices (z.B. HMDs & Controller) wird den Nutzer:innen ein immersives Erlebnis ermöglicht. Dafür wird aber auch eine große Menge an heterogenen und detaillierten Daten erhoben, aus denen Provider z.B. Nutzerprofile erstellen können.

Im Rahmen dieser Abschlussarbeit soll zunächst die bestehende Forschung zum Thema „Privacy Paradox“ zusammengefasst werden, um dann mithilfe einer Datenerhebung zu explorieren, wie das Phänomen bei Nutzer:innen des Metaverse im Vergleich zu anderen in der Literatur untersuchten Kontexten ausgeprägt ist. Aus den Ergebnissen sollen Implikationen für Theorie und Praxis abgeleitet werden.

### **Ziel:**

Im Rahmen dieser Abschlussarbeit soll

- mittels einer strukturierten Literaturrecherche ein aktueller Überblick über das Phänomen des Privacy Paradox in der bestehenden Forschung geschaffen werden,
- darauf aufbauend in einer Umfrage oder in Experteninterviews mit Nutzer:innen untersucht werden, ob bzw. wie das Privacy Paradox bei der Datenpreisgabe im Metaverse zutrifft.
- Können die Ergebnisse aus der Literatur übertragen werden? Gibt es kontextspezifische Besonderheiten?

### **Literatur:**

- Alashoor, T., Keil, M., Smith, H. J., & McConnell, A. R. (2023). Too tired and in too good of a mood to worry about privacy: explaining the privacy paradox through the lens of effort level in information processing. *Information Systems Research*, 34(4), 1415-1436.
- Dincelli, E., & Yayla, A. (2022). Immersive virtual reality in the age of the Metaverse: A hybrid-narrative review based on the technology affordance perspective. *The Journal of Strategic Information Systems*, 31(2), 101717. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jsis.2022.101717>
- Norberg, P. A., Horne, D. R., & Horne, D. A. (2007). The privacy paradox: Personal information disclosure intentions versus behaviors. *Journal of consumer affairs*, 41(1), 100-126.
- Wang, Y., Su, Z., Zhang, N., Xing, R., Liu, D., Luan, T. H., & Shen, X. (2022). A survey on metaverse: Fundamentals, security, and privacy. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25, 319-352.