



Erweiterte Medienmitteilung

Zürich, 6. April 2020

Risiko «Algorithmus»: Mangelndes Wissen, Verunsicherung und Kontrollwunsch in der Schweiz

Obwohl Schweizer Onliner täglich Internetdienste nutzen, die algorithmische Selektion einsetzen, wissen sie wenig über deren Rolle und Funktion. Das führt zu Verunsicherung, Ohnmachtsgefühlen und dem Wunsch nach mehr Kontrolle. Dies zeigt eine repräsentative Befragung von Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzern der Universität Zürich.

Dienste wie Google, WhatsApp, Instagram oder Netflix boomen in der Schweiz. Diese Anwendungen haben gemeinsam, dass sie auf algorithmischer Selektion basieren: Sie wählen automatisiert aus, welche Inhalte uns präsentiert werden. So entscheiden Algorithmen, welche Suchergebnisse uns auf Google angezeigt werden, welche Produkte wir in Online-Shops empfohlen bekommen oder welche Werbung uns online angezeigt wird. Aber auch im Unterhaltungsbereich üben Algorithmen Einfluss aus: Auf YouTube, Netflix und Spotify bestimmen sie unseren Konsum von Serien und Musik massgeblich mit. Auch für Fitnesstracker und Dating-Apps wie Tinder ist algorithmische Selektion zentral. Algorithmen haben unseren Alltag längst durchdrungen und beeinflussen, wie wir die Welt wahrnehmen. Nicht zuletzt können Algorithmen Einfluss auf unser Verhalten nehmen, indem sie unsere Entscheidungen prägen.

Viel Spekulation über die Macht von Algorithmen – wenig empirische Evidenz

«Über die Macht und Risiken von Algorithmen im Alltag wird in Medien und Politik viel spekuliert. Doch fehlen bislang umfassende empirische Befunde zur Bedeutung algorithmischer Selektion, auch für die Schweiz», erläutert Michael Latzer, Professor für Medienwandel & Innovation an der Universität Zürich. Wie stark nutzt die Schweiz Internetdienste, die algorithmische Selektion anwenden, und als wie wichtig erachtet sie diese? Wie gut wissen Schweizer Internetnutzer über die Funktionsweise dieser Dienste Bescheid? Erkennen Internetnutzer hierzulande, welchen Risiken sie sich aussetzen, und wie gehen sie damit um? Erstmalige Einblicke zu diesen und ähnlichen Fragen liefert eine repräsentative Befragung von Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzern von UZH-Professor Michael Latzer und seinem Team.

Die ganze Schweiz verwendet täglich algorithmische Selektionsanwendungen

So gut wie alle Onliner in der Schweiz (92% der Bevölkerung) nutzen algorithmische Selektionsanwendungen wie WhatsApp (97%), die Google-Suche (96%) oder Facebook (67%). Im Durchschnitt verbringen Schweizer Internetnutzer dreieinhalb Stunden pro Tag online. Über zwei Drittel dieser Zeit



verbringen sie mit Anwendungen, die algorithmische Selektion einsetzen (z.B. Instagram, 20min.ch oder Google-Suche). Gründe für die Nichtnutzung solcher Dienste in der Schweiz sind fehlendes Interesse oder eine als gering wahrgenommene Nützlichkeit. Auch Datenschutzbedenken spielen eine Rolle, insbesondere bei der Nichtnutzung von sozialen Medien wie Facebook.

Offline-Alternativen wird deutlich höhere Bedeutung zugewiesen als algorithmischen Selektionsdiensten

Obwohl algorithmische Selektionsanwendungen tägliche Begleiter der Schweizer Internetnutzer sind, werden sie für den Alltag in allen Lebensbereichen als vergleichsweise unwichtig eingestuft. Entgegen gängiger Spekulationen über die hohe Bedeutung von sozialen Medien als Informationsquellen schätzen Internetnutzer Offline-Alternativen wie Gespräche mit Freunden und Familie für ihre soziale und politische Meinungsbildung als wichtiger ein als alle algorithmischen Online-Alternativen. Gleichermassen verlässt sich die Mehrheit der Schweizer Internetnutzer lieber auf Empfehlungen von Freunden oder Familie als auf automatisierte Online-Empfehlungen, wenn es um Unterhaltungsangebote (72%) oder den Kauf von Produkten und Dienstleistungen (74%) geht. «Die hohe Nutzung von algorithmischen Diensten alleine sollte nicht zu voreiligen Schlüssen über deren Einfluss auf Nutzer führen. Denn diese schätzen Offline-Alternativen in allen Lebensbereichen als wichtiger ein», so Michael Latzer.

Ein Drittel der Internetnutzer verlassen sich für Gesundheitsdaten auf Fitnesstracker

Für jeden dritten Internetnutzer (31%) sind Fitnesstracker oder Apps bedeutsam, die den Gesundheits- oder Fitnessstatus überwachen oder Aktivitäten automatisch aufzeichnen. Mehr als ein Drittel der Nutzer solcher Geräte (36%) verwendet ihre Fitnesstracker oder Apps täglich. Die Schweiz zeichnet mit deren Hilfe vor allem Daten im Fitness- und Sportbereich (79%) sowie den eigenen Schlaf (28%) oder die Ernährung (16%) auf.

Vier von zehn würden ihre Fitness-Trackingdaten Versicherungen für monetäre Vorteile zugänglich machen – Risikobewusstsein und Vertrauen in Dienste sind dabei gering

42% der Nutzer von Fitnesstrackern wären bereit, persönliche Daten (z.B. die tägliche Anzahl Schritte) mit ihrer Versicherung zu teilen, wenn sie als Gegenleistung finanzielle Vorteile wie Prämienvergünstigungen erhielten. Dieser Anteil ist unter jüngeren Nutzern noch höher (55% bei 26- bis 35-Jährigen). Gleichzeitig ist das Bewusstsein über damit einhergehende Risiken tief und das Vertrauen in die Trackingdienste gering. So gibt die grosse Mehrheit der Trackingnutzer (72%) an, den Informationen ihres Trackers nicht blind zu vertrauen. «Gerade im Gesundheitsbereich, wo wir es mit sensiblen Daten zu tun haben, ist die hohe Bereitschaft, persönliche Daten für verhältnismässig geringe finanzielle Vorteile mit Versicherungen zu teilen, bedenklich», betont Michael Latzer. «Angesichts der Intransparenz, mit der Unternehmen Daten sammeln und weitergeben können, stellen sich hier wichtige Datenschutzfragen». Es zeigt sich, dass Nutzer, die besorgt darüber sind, was mit ihren Fitnessdaten passiert, etwas weniger bereit sind, ihre Daten mit einer Versicherung zu teilen (32%).

Algorithmen werden in der Schweiz viel genutzt, nur von einem Teil erkannt und wenig verstanden

Die meisten Internetnutzer sind täglich mit algorithmischer Selektion konfrontiert – aber nur ein Teil davon erkennt das. So nehmen zwei Drittel (66%) wahr, dass Inhalte, die ihnen online angezeigt wer-



den, denen ähnlich sind, die sie in der Vergangenheit betrachtet haben. Die Hälfte (54%) hat manchmal das Gefühl, Suchergebnisse seien spezifisch für sie sortiert. Hochgebildete und jüngere Internetnutzer geben deutlich öfter an, während ihrer Internetnutzung solche Erfahrungen mit Algorithmen zu machen. «Bei hoher täglicher Nutzung herrscht erstaunliches Unwissen. Jeder Dritte weiss beispielsweise nicht, dass Google-Suchen mit den gleichen Suchbegriffen bei verschiedenen Personen zu unterschiedlichen Resultaten führen können», erläutert Michael Latzer. «Jeder zehnte Internetnutzer ist sich nicht bewusst, dass Online-Dienste die angezeigten Inhalte personalisieren können», ergänzt er.

Acht von zehn Internetnutzern wissen nicht, dass auf Facebook und ähnlichen Diensten News Feeds durch Algorithmen und nicht von dafür angestellten Personen selektiert werden

Ähnliches zeigt sich bei algorithmischer Selektion im Bereich von Online-Shopping: 27% der Internetnutzer wissen nicht, dass Online-Werbung personalisiert sein kann und einem Drittel (35%) ist unbekannt, dass Firmen im Internet Bots für die Kommunikation mit Kunden einsetzen.

Im Allgemeinen weisen jüngere, männliche und höhergebildete Internetnutzer höhere Fähigkeiten im Umgang mit algorithmischen Online-Diensten auf und wissen mehr über die dahinterliegenden Prozesse. «Es gibt auch hinsichtlich algorithmischer Fähigkeiten in der Schweiz Ungleichheiten, also Digital Divides. Dies ist insbesondere hervorzuheben, da Internetnutzer mit mehr Wissen und höherem Bewusstsein über Algorithmen auch ein höheres Risikobewusstsein aufweisen und sich öfter selbst schützen», so Latzer.

Hohes, diffuses Risikobewusstsein über Algorithmen im Internet – doch nur wenige schützen sich

Obwohl viele Schweizer Internetnutzer nicht genau wissen, wie Algorithmen funktionieren und welche Rolle ihnen in den vielgenutzten Anwendungen zukommt, ist ein diffuses Bewusstsein über Risiken weit verbreitet. Generell denken höhergebildete und ältere Internetnutzer – v.a. angeregt durch mass mediale Berichterstattung – häufiger über Risiken im Zusammenhang mit algorithmischer Selektion nach. Die meisten potentiellen Gefahren der Internetnutzung sind heute auf den Einsatz von Algorithmen zurückzuführen oder werden dadurch zumindest begünstigt: Personalisierte Empfehlungen, die bei Diensten wie YouTube mittels Autoplay auch noch automatisch abgespielt werden, und ständige Push-Benachrichtigungen tragen zu digitalem Überkonsum bei und die Möglichkeiten geräte- und dienstübergreifender Auswertung und Nutzung persönlicher Datenspuren sind im algorithmischen Zeitalter deutlich gestiegen.

Dabei zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen den wahrgenommenen Gefährdungen durch Risiken und den individuell gesetzten Schutzmassnahmen: Beinahe alle Schweizer Internetnutzer (94%) – jüngere dabei besonders oft – machen sich Gedanken darüber, zu viel Zeit online zu verbringen. Dennoch versuchen nur 46% aller Internetnutzer aktiv, das Internet weniger zu nutzen. Schweizer Internetnutzer machen sich auch sehr oft Gedanken dazu, im Internet einseitig oder verzerrt informiert zu werden (93%). Dennoch prüft nur ein Viertel (25%) der Social Media Nutzer die Richtigkeit von Nachrichten, die in ihrem News Feed erscheinen, indem sie zusätzliche Quellen konsultieren. 95% denken zumindest gelegentlich über mögliche Verletzungen der Privatsphäre im Internet nach und 79% wissen, dass ihre persönlichen Daten für Unternehmen wie Google oder Facebook von Interesse sind. Trotzdem passen nur 32% ihre Datenschutzeinstellungen bei bestimmten Diensten an. Nur die Hälfte der Internetnutzer (50%) verweigert ausserdem Apps bestimmte Rechte auf ihren mobilen Geräten oder löscht Cookies oder ihren Browserverlauf (47%). Bei der Google-Suche gibt die



Hälfte der Nutzer (55%) an, dass sie nicht auf Suchergebnisse klicken, die als Werbung gekennzeichnet sind. Allerdings ignoriert die Mehrheit der Internetnutzer (70%) automatisierte, personalisierte Online-Empfehlungen häufig oder immer, wenn sie algorithmische Selektionsanwendungen verwenden. Latzer dazu: «In Zeiten, in denen Begriffe wie Filter Bubbles und Dataveillance den öffentlichen Diskurs dominieren, denken Schweizer Internetnutzer oft über solche Risiken nach. Gleichzeitig wissen sie wenig über die Funktionsweise algorithmischer Selektion und schützen sich selten».

Geringes Vertrauen, Kontrollverlust und Resignation – die Schweiz wünscht sich mehr Kontrolle über algorithmische Online-Dienste

Generell ist das Vertrauen in algorithmische Online-Dienste in der Schweiz gering. Nur ein Viertel der Internetnutzer (27%) gibt an, dass sie Online-Diensten vertrauen und lediglich 14% halten die meisten Informationen im Internet für vertrauenswürdig. Wenn es nach ihnen ginge, würden sechs von zehn Nutzern (59%) sozialen Medien wie Facebook und Instagram keinen Einfluss auf für sie wichtige Themen erlauben. Eine Mehrheit würde es begrüßen, wenn besser kontrolliert werden könnte, wie soziale Medien (66%) und die Google-Suche (61%) funktionieren. Ein Drittel (34%) hat ausserdem das Gefühl, die Kontrolle über ihre Daten im Internet komplett zu verlieren. Solche negativen Einschätzungen sind tendenziell bei jüngeren Internetnutzern stärker verbreitet. Darüber hinaus zeigt sich ein bedeutender Teil der Schweizer Internetnutzer resigniert im Umgang mit algorithmischen Online-Diensten: Sechs von zehn glauben akzeptieren zu müssen, dass es im Internet sowieso keine Privatsphäre mehr gibt und 28% versuchen gar nicht mehr die Funktionsweise von Diensten wie der Google-Suche zu verstehen. Michael Latzer erläutert dazu: «Diese Ergebnisse sind Ausdruck eines in der Schweiz verbreiteten Bedürfnisses nach mehr Selbst- und Fremdkontrolle über diese Dienste».

Trotz hoher Unsicherheit und geringem Vertrauen ist der Cyberoptimismus in der Schweiz ungebrochen

Dennoch sind mehr als acht von zehn Nutzer (84%) froh, dass es das Internet gibt und zwei Drittel (67%) finden, dass das Internet eine gute Sache für die Gesellschaft ist. Cyberoptimismus ist bei Internetnutzern mit mittlerem oder hohem Bildungsniveau ausgeprägter. Männer sind zudem cyberoptimistischer als Frauen. «Die Bilanz der Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzer bleibt positiv», schliesst Michael Latzer aus den aktuellen Ergebnissen der UZH-Studie. «Dennoch ist nicht zu vernachlässigen, dass der Alltag eines typischen Schweizer Internetnutzers stark von Algorithmen geprägt ist, er aber sehr wenig darüber weiss. Dies erzeugt Unsicherheit in der Bevölkerung hinsichtlich der Macht von Algorithmen, resultiert in geringem Selbstschutz und einem Gefühl von Ohnmacht. Der dadurch entstandene Wunsch nach mehr Kontrolle und Transparenz ist ernst zu nehmen».

Über das Projekt

Ziel des Projekts «**The Significance of Algorithmic Selection for Everyday Life: The Case of Switzerland**» ist die empirische Untersuchung der Bedeutung von Online-Anwendungen, die auf algorithmischer Selektion aufbauen, für den Alltag in der Schweiz. Das Projekt evaluiert Nutzung, Wissen, Risikobewusstsein und Schutzverhalten in fünf Lebensbereichen: soziale und politische Orientierung, kommerzielle Transaktionen, soziale Interaktion, Unterhaltung und Gesundheit.

Das Projekt wird von der Abteilung Medienwandel & Innovation des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich unter der Leitung von Prof. Dr. Michael Latzer durchgeführt. Es basiert auf einer repräsentativen Online-Befragung von 1'202 Internetnutzern ab 16 Jahren, die von November 2018 bis Januar 2019 vom LINK Institut durchgeführt wurde. Gleichzeitig wurde das Internetnutzungsverhalten der Befragten mittels einer Passive Metering Software getrackt. Mitglieder des Projektteams sind Noemi Festic und Kiran Kappeler. Das Projekt wird vom Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (SNF) unterstützt.

Die vollständigen Themenberichte finden Sie unter <http://mediachange.ch/research/algosig> zum Download.



Kontakt:

Prof. Dr. Michael Latzer

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Abteilung Medienwandel & Innovation
Universität Zürich

Tel. +41 76 398 10 99

E-Mail: m.latzer@ikmz.uzh.ch

www.mediachange.ch

Twitter: @IKMZmediachange