

## **The monetary value of data for users [Arbeitstitel]**

Betreuer: Victoria Fast <[victoria.fast@uni-passau.de](mailto:victoria.fast@uni-passau.de)>

Datum: ab sofort

Typ: Bachelorarbeit, Masterarbeit

### **Motivation:**

Heutzutage stellen die meisten Onlinedienste Nutzern ihre Inhalte kostenlos zur Verfügung und erzielen ihre Einnahmen stattdessen über die Sammlung und Monetarisierung von Daten. Gleichzeitig werden sich Nutzer immer mehr des Wertes ihrer Daten bewusst. Dies wird verdeutlicht durch die Entwicklung von Start-ups, die es Nutzern ermöglichen, an der Monetarisierung von Daten zu partizipieren (z.B. Datacoup). In diesem Kontext stellt sich die Frage, welchen monetären Wert Nutzer ihren Daten beimessen. In der Forschung wurde dazu untersucht, wie viel Nutzer für den Verkauf ihrer Daten verlangen (*willingness to accept, WTA*) und wie viel Nutzer bereit sind zu zahlen, um ihre Daten zu schützen (*willingness to pay, WTP*). Die Abschlussarbeit setzt an diesen Forschungsarbeiten an und gibt einen Überblick über den monetären Wert von Daten für Nutzer.

### **Ziel:**

Das Ziel der Abschlussarbeit ist es, einen umfassenden Überblick über Forschungsarbeiten zum Wert von Daten (WTA sowie WTP) zu geben. Dabei sollte auch dargelegt werden, welche Aspekte die Bewertung von Daten beeinflussen können (z.B. Datenart, Kontext). Zudem sollte dargestellt werden, welche Methoden angewandt werden, um WTA und WTP zu messen (z.B. Auktionen, Fragebögen). Inwiefern unterscheiden sich diese Methoden und welche Vor- sowie Nachteile sind damit verbunden?

### **Literatur:**

- Benndorf, V., & Normann, H. T. (2018). The willingness to sell personal data. *The Scandinavian Journal of Economics*, 120(4), 1260-1278.
- Grossklags, J., & Acquisti, A. (2007). When 25 Cents is Too Much: An Experiment on Willingness-To-Sell and Willingness-To-Protect Personal Information. *Proceedings of the 6th Annual Workshop on the Economics of Information Security* (S.1-22). Pittsburgh, USA.
- Huberman, B. A., Adar, E., & Fine, L. R. (2005). Valuating privacy. *IEEE Security & Privacy*, 3(5), 22-25.