

Welche Rolle spielen Privacy und Security bei der Messenger-Nutzung und -Wechsel arabischsprachiger Nutzer:innen

*Leen Al Kallaa, Konstantin Fischer, Annalina Buckmann,
Franziska Herbert und Martin Degeling*

Zusammenfassung

Instant Messenger gehören zu den am häufigsten installierten und genutzten Apps auf modernen Smartphones. Die Wahl des Messengers ist daher aus Datenschutz- wie Datensicherheitssicht brisant. Im Alltag der Nutzer:innen spielen diese Aspekte allerdings häufig nur eine nachgelagerte Rolle. Anfang 2021 waren die Datennutzungspraktiken von Facebook und WhatsApp im Rahmen einer Änderung der Datenschutzerklärung in den Fokus der Öffentlichkeit geraten. Im Rahmen einer fragebogenbasierten Online-Studie haben wir untersucht, welchen Wert Datenschutz bei der Auswahl von Messenger hat und wie sich die Aufmerksamkeit um diese Frage bei Whatsapp auf das Nutzungs- und insbesondere Wechselverhalten ausgewirkt hat. Der Fokus unserer Untersuchung liegt auf arabischsprachige Nutzer:innen in Deutschland, die in vorherigen Studien unterrepräsentiert sind. Unsere Studie zeigt, dass eine Mehrheit das die Änderung der Nutzungsbedingungen von Whatsapp nicht wahrgenommen hat. Nur 8 % der Befragten gaben an den Messenger wechseln und Whatsapp nicht weiter nutzen zu wollen. Gleichzeitig hatten über 10 % in den vergangenen Monaten einen weiteren Messenger installiert. Insgesamt bestätigt unsere Studie Ergebnisse aus vorherigen Arbeiten wie etwa, dass die Gründe für die Nicht-Nutzung von sichereren Messenger unter anderem in der Fragmentierung der Nutzergruppen liegt. Bei der Wahl eines Messengers steht an erster Stelle die Frage, wie viele Bekannte man damit erreichen kann.

1. Einleitung

Instant Messenger gehören zu den am häufigsten genutzten Apps auf modernen Smartphones. Sie unterstützen die multimediale Kommunikation durch Text, Bild und Video und erlauben auch Audio- und Videogespräche zwischen Einzelpersonen und in Gruppen. Bei ihrer Nutzung fallen (Meta-)Daten an, die umfangreiche personenbezogene Daten enthalten

und zum Profiling genutzt werden können. Die Wahl des Messengers ist also aus Datenschutz- wie Datensicherheitssicht brisant. Sogar die marktführenden Apps aus dem Facebook-Konzern, WhatsApp und Facebook Messenger, bieten teilweise Sicherheitsfeatures wie Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, räumen aber gleichzeitig Facebook weitreichende Rechte bei der Auswertung der Daten ein.

Im Alltag vieler Nutzenden spielen diese Aspekte allerdings häufig nur eine nachgelagerte Rolle. Zwar gibt es eine Reihe Messenger, die besonderen Wert auf Datenschutz und Datensicherheit legen, wie Threema oder Signal. Jedoch zweifeln Nutzer:innen teilweise grundsätzlich daran, dass Verschlüsselung sie schützen kann (Dechand et al. 2019). Im Frühjahr 2021 waren die Datennutzungspraktiken von Facebook im Rahmen einer Änderung der Datenschutzerklärung in den Fokus der Öffentlichkeit geraten. In den Medien wurde ausführlich berichtet, sodass Facebook mehrfach zusätzliche Erklärungen veröffentlichte und die Umsetzung der neuen Richtlinien verschob (Mehner 2021). Zusätzlich hat WhatsApp ein neues Pop-up-Fenster entworfen, das die Aktualisierung der AGB verständlicher erklärt. Für Nutzer:innen aus der EU waren die Änderungen überwiegend redaktionell (Whatsapp 2021). Für Nutzer:innen in Ländern außerhalb der EU enthielten die neuen Klauseln zusätzliche Möglichkeiten, die Daten von verschiedenen Diensten des Mutterkonzerns (heute Meta) zusammenzuführen.

Parallel zur Diskussion um die Datenschutzerklärung von WhatsApp stiegen die Nutzer:innenzahlen bei anderen Messengern wie Signal (Tremmel 2021). Auch Threema und Telegram meldeten steigende Nutzer:innenzahlen, obwohl es sich bei Threema um einen kostenpflichtigen Dienst handelt und Telegram über keine automatische Ende-zu-Ende-Verschlüsselung verfügt (Abu-Salma, Krol et al. 2017).

Um besser zu verstehen, welchen Wert Datenschutz bei der Auswahl von Messenger-Apps hat, und wie sich die Aufmerksamkeit um diese Frage bei WhatsApp auf das Nutzungs- und insbesondere Wechselverhalten ausgewirkt hat, haben wir eine fragebogenbasierte Online-Studie durchgeführt.

Vorherige Befragungen fanden mit Fokus auf Nutzer:innen in bestimmten Ländern statt.¹ Der Fokus unserer Untersuchung liegt auf arabischspra-

1 Vgl. etwa Akgul et al. (2006) und Luca et al. (2016) für die USA; Abu-Salma, Sasse et al. (2017) und Abu-Salma et al. (2018) für UK; Dechand et al. (2019) und Schreiner and Hess (2015) für Deutschland; McKenna et al. (2021) für Finnland und Zengyan et al. (2009) für China.

chigen Nutzer:innen in Deutschland, die in vorherigen Studien bisher nicht untersucht wurden. Unsere Annahme hierbei ist, dass das Nutzungsverhalten von Diaspora-Gemeinschaften auch durch Diskurse und Praktiken in den jeweiligen Herkunftsländern geprägt wird. Vorherige Befragungen haben sich zudem immer auf hypothetische Szenarien zum Wechsel bezogen. Ausgangspunkt dieser Untersuchung ist die (negative) mediale Aufmerksamkeit um die geänderten Nutzungsbedingungen von WhatsApp im Frühjahr 2021. In dieser Arbeit präsentieren wir die Ergebnisse einer Online-Befragung von 212 Nutzer:innen die im April 2021 durchgeführt wurde. Die Teilnehmer:innen beantworteten Fragen zu Smartphone- und Messengernutzung, zur Möglichkeit und Gründen des Messengerwechsels, sowie Erfahrungen mit Überredungsversuchen.

Die Ergebnisse zeigen, dass etwa die Hälfte (46 %) der Nutzenden die Informationen zur Änderung der Nutzungsbedingungen wahrgenommen hat. Der Anteil ist innerhalb der kleinen Gruppe (8 %) derjenigen, die gewechselt hat, nur unwesentlich größer. Das Gründe der arabischsprachiger Nutzer:innen WhatsApp weiter zu verwenden unterscheidet sich darüber hinaus nicht von anderen Populationen. Wesentlicher Grund zum Verbleib ist die hohe Verbreitung unter Bekannten (96 %), hier spielt auch der Kontakt mit Familienangehörigen und Freund:innen in anderen Ländern eine Rolle. Höchste Zustimmung unter den Wechselnden fanden Aussagen zur möglichen Überwachung durch den Facebook-Konzern. Unsere Ergebnisse bestätigen, dass Datenschutz und Datensicherheit bei der Entscheidung für oder gegen einen Messenger eine, wenn auch untergeordnete Rolle spielen, wesentlich für die Wechselbereitschaft sind die bestehenden Netzwerke und Wechselkosten. Die negative Medienaufmerksamkeit für die Änderung der Nutzungsbedingungen von WhatsApp hat zu keiner Änderung geführt.

2. Stand der Forschung

In verschiedenen Forschungsarbeiten wurde bereits untersucht, welche Faktoren die Wahl von Kommunikationswerkzeugen beeinflussen.

Zengyan et al. (2009) untersuchten 2009 welche Faktoren den Wechsel zwischen Sozialen Netzwerken beeinflussen. Die Ergebnisse zeigen, dass Unzufriedenheit mit den Regularien (*PushFaktor*) eines Sozialen Netzwerks und der Empfehlungen von Freunden und Bekannten (*Pull Faktor*) den größten Einfluss auf die Wechselbereitschaft der Nutzer:innen haben.

Mit der selben Methodik untersuchten McKenna et al. (2021) das Wechselverhalten bei Messaging-Apps und zeigten, dass drei Faktoren

von besonderer Bedeutung für die Nutzer:innen sind: Der Kontext der Kommunikation (z.B. Nachrichten am Arbeitsplatz, private Nutzung), der Inhaltstyp (Bild-, Audio oder Textnachrichten), sowie weitere Features der Applikation (u.A. Verschlüsselung, Kosten, Durchsuchbarkeit).

Luca et al. (2016) zeigten, dass unabhängig von der technischen Expertise der Nutzer:innen Datenschutz- und Sicherheitsaspekte nur eine untergeordnete Rolle bei der Wahl von Messengeranwendungen spielen. In ihrer Studie ist der Einfluss von anderen Nutzer:innen (Peers) der wichtigste Faktor.

Von Kulyk et al. (2020) wurde gezeigt, dass Nutzer:innen das Sicherheitsniveau eines Tools anhand von Unternehmensmarke und -größe (Trust) bewerten, und nicht anhand der eingesetzten Sicherheitsmaßnahmen.

Es gibt eine Vielzahl an Arbeiten, die sich mit dem Verständnis der Nutzenden von Ende-zu-Ende (E2E)-Verschlüsselung beschäftigen (Abu-Salma et al. 2018; Akgul et al. 2006; Dechand et al. 2019; Gerber et al. 2018). Auch beim Einsatz von E2E-Verschlüsselung fühlen sich die Nutzer:innen unsicher und glauben, dass die Regierung oder kompetente Hacker:innen ihre Kommunikation mitlesen können.

Abu-Salma, Sasse et al. (2017) untersuchten 2017 im Rahmen einer Interviewstudie welche Faktoren die Nutzung von sicheren Kommunikationstools beeinflussen. Sie stellten fest, dass Nutzer:innen häufig nicht verstehen, was der Zweck von E2E-Verschlüsselung ist und falsche Vorstellungen von sicherer Kommunikation haben. Für die Wahl von Messenger-Diensten sind häufig Merkmale wie Größe der Nutzer:innenbasis, Servicequalität und Kosten des Dienstes wichtiger als Sicherheitskriterien.

Aufbauend auf den vorherigen Arbeiten ist das Ziel der vorliegenden Studie zu verstehen,

- inwiefern die von Zengyan et al. ermittelte Unzufriedenheit mit den Regularien eines Dienstes, im konkreten Fall der Änderung der WhatsApp-Datenschutzrichtlinie, tatsächlich die Wechselbereitschaft fördert und
- ob die übrigen Einflussfaktoren sich in der Gruppe der arabischsprachigen Nutzer:innen ebenso zeigen.

3. Studiendesign

Im Folgenden wird die Entwicklung des Fragebogens und dessen Aufbau beschrieben. Der Fragebogen besteht, abhängig von den gegebenen Ant-

worten, aus drei oder vier Teilen, die die aktuelle Messengernutzung sowie die Wechselwilligkeit bzw. Gründe für den Wechsel oder Nicht-Wechsel betreffen. Zudem werden demografische Daten abgefragt. Der Fragebogen wurde von den Autor:innen auf Englisch entwickelt und anschließend ins Arabische übersetzt.

3.1 Smartphone- und Messengernutzung

Im ersten Teil wurden die Teilnehmer:innen gefragt, welches Betriebssystem sie benutzen und welche Messenger seit wann und wie oft verwendet werden. Dieser Teil enthielt zusätzlich eine Fünf-Punkte-Likert-Skala-Frage (“stimme voll zu” bis “stimme gar nicht zu”) zu möglichen Gründen der Messengernutzung, z. B. zur Studiums- oder Arbeitskoordination, für Eins-zu-eins-Kommunikation oder solche in Gruppen.

3.2 Untersuchung zum Wechsel des Messengers

Der zweite Teil der Umfrage beschäftigt sich mit Fragen zum Wechsel des Messengers und gegebenenfalls der Gründe für den Wechsel. Unter anderem wurden die Teilnehmer:innen gefragt, ob sie die Nachricht zu den neuen Nutzungsbedingungen von WhatsApp bemerkt haben.

Falls die Teilnehmer:in angaben, den Messenger nicht gewechselt zu haben, folgten fünf Aussagen zu möglichen Gründen gegen einen Messengerwechsel, wie zum Beispiel: “Die meisten meiner Freund:innen benutzen WhatsApp.” Die Zustimmung/Ablehnung wurde mit einer Fünf-Punkte-Likert-Skala abgefragt.

Falls die Teilnehmer:innen angaben, den Messenger gewechselt zu haben, bestand der folgende Block aus Fragen zum derzeitigen Haupt-Messenger. Die Liste enthielt acht bekannte Messenger-Apps und solche, die in den Vorabinterviews erwähnt wurden. Ein freies Eingabefeld erlaubte es, zusätzliche Messenger zu nennen. Falls die Teilnehmer:innen hauptsächlich Facebook-Messenger oder Telegram für ihre Kommunikation nutzten, wurden sie gefragt, ob sie den geheimen Chat-Modus verwenden. Darauf folgend sollten 18 Aussagen über mögliche Gründe zum Wechsel zu einer anderen Messenger-App auf einer Likert-Skala bewertet werden. Mit vier Aussagen wurde abgefragt, was vor der Installation einer anderen Messenger-App unternommen wurde, etwa um sich über Alternativen zu informieren. Anschließend wurde abgefragt, ob die Teilnehmer:innen ver-

sucht haben, ihre Kontakte zu überzeugen, ebenfalls zu der anderen App zu wechseln. Abhängig von der Antwort wurde weiter gefragt, wie diese Überzeugungsarbeit aussah und ob sie erfolgreich war. Die Fragengruppe zum Messengerwechsel schloss mit Fragen zur Nachhaltigkeit des Wechsels. Etwa dazu ob WhatsApp gelöscht wurde oder andere Maßnahmen ergriffen wurden, um einen bestimmten Messenger häufiger zu nutzen.

3.3 Pretest

Die Entwicklung des Fragebogens wurde begleitet von 15 Interviews mit deutsch- und englischsprachigen Nutzer:innen, welche bereits einen zweiten Messenger installiert hatten und nutzten, oder von WhatsApp komplett auf einen anderen Messenger gewechselt waren. Zu diesem Zweck wurde ein Interviewleitfaden benutzt, welcher offene Fragen zur Messengernutzung und zu Gründen für einen Wechsel bzw. Nicht-Wechsel enthielt. Abhängig von den Antworten wurden Nachfragen zu möglichen Anstrengungen, andere Kontakte zu einem Messengerwechsel zu überzeugen, gestellt. Die offenen Interviews dauerten jeweils 30-45 Minuten. Die Inhalte der Interviews erlaubten uns Antwortmöglichkeiten zu Gründen für und gegen einen Messengerwechsel für den Fragebogen zu formulieren. Nach der Übersetzung wurde die arabischsprachige Version mit drei Signal-Nutzer:innen getestet. Die Online-Umfrage wurde mithilfe des Onlinebefragungstool *SoSci-Survey* erstellt.

Mitte April 2021 wurde der Link zur Umfrage per Messenger und E-Mail an persönliche Kontakte der Autor:innen geschickt, mit der Bitte, ihn vor allem unter arabischsprachigen Nutzer:innen in Deutschland zu verbreiten (Schneeball-Sampling). Der Befragungszeitraum betrug eine Woche. Insgesamt nahmen 212 arabischsprachige Personen an der Befragung teil.

3.4 Ethik

Das Einverständnis aller Teilnehmenden der Pretests und Interviews wurde vor dem Start der Aufnahmen eingeholt.

Dem Fragebogen war eine Informationsseite vorangestellt, die über Zweck und Dauer des Fragebogens sowie Betroffenenrechte aufklärte. Es wurde auch darauf hingewiesen, dass die Teilnahme zu jedem Zeitpunkt abgebrochen werden kann. Alle Fragen außer den offenen Eingabefeldern

mussten beantwortet werden, jedoch bot jede Frage die Antwortmöglichkeit “Ich möchte diese Frage nicht beantworten.” Mit dem Start der Umfrage willigten die Teilnehmenden in die Datenerhebung ein.

4. Ergebnisse

Im folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse der Befragung zusammengefasst. Der Fokus liegt auf der Darstellung der Gründe, die gegen und für einen Messengerwechsel sprechen. Von den 212 befragten gaben 18 Teilnehmer:innen einen weiteren Messenger installiert zu haben. Diesen wurden zusätzliche Fragen zum Wechsel gestellt. Insgesamt zeigt sich, dass die Berichterstattung um die neuen Nutzungsbedingungen nur eine untergeordnete Rolle spielt, Privatheits- und Sicherheitsaspekte allen Befragten zwar wichtig sind, das Benutzen einer Messenger-App aber vor allem davon abhängt, dass Freund:innen und Bekannte diese auch nutzen.

4.1 Datenaufbereitung

Die Umfrage wurde am 13. April 2021 veröffentlicht. Es wurden 212 Fragebögen innerhalb einer Woche vollständig ausgefüllt von denen 208 valide und auswertbar waren. Die Bearbeitungsdauer des Fragebogens betrug im Durchschnitt 4 Minuten und 30 Sekunden, entsprechend der Mindestbearbeitungsdauer der Pretests. Bei Likert-Skala-Fragen wurden Mittelwert, Median und Standardabweichung errechnet, wobei “stimme voll zu” mit 1 und “stimme gar nicht zu” mit 5 bewertet wurde. In der Darstellung der Ergebnisse wurden die Antworten teilweise gruppiert, um die Auswertung zu vereinfachen. Dabei wurden jeweils die Optionen “stimme voll zu” und “stimme zu” sowie “stimme gar nicht zu” und “stimme nicht zu” summiert. Die Option “weder noch” wurde als unentschieden interpretiert. Da nur ein geringer Teil der Befragten tatsächlich den Messenger gewechselt hat konnte keine weitergehenden statistischen Hypothesentests durchgeführt werden. Die Ergebnisse sind daher überwiegend deskriptiv dargestellt.

4.2 Demografische Daten

In Tabelle 1 und 2 werden die demografischen Daten der Teilnehmer:innen zusammengefasst. Die Mehrheit der Teilnehmer:innen war weiblich (54 %) und jünger als 45 Jahre (96 %).

Die Teilnehmer:innen hatten überwiegend einen hohen formalen Bildungsgrad (39 % mit Hochschulabschluss und weitere 24 % gaben bei der offenen Frage zu ihrem Fachgebiet an, dass sie einen Bachelorabschluss anstreben). 17 Teilnehmer:innen (8 %) gaben an, dass sie IT-Sicherheit studieren oder studiert haben. Unter den Teilnehmer:innen befanden sich aber auch Ärzt:innen, Apotheker:innen, Ingenieur:innen und Architekt:innen. Die höhere Bildung der Teilnehmenden lässt sich auf das Schneeball-Sampling zurückführen. Es liegen keine genauen Daten zum Einschätzen der Repräsentativität der Daten vor. Zum Vergleich wurden Informationen aus dem Statistikportal des Bundes für in Deutschland lebende Menschen mit einer Staatsangehörigkeit von Ländern, in denen arabisch Amtssprache ist, herangezogen. Hier zeigt sich, dass in unserer Stichprobe der Anteil sich weiblich identifizierender und jüngerer Personen größer ist als in der Vergleichsgruppe².

Tabelle 1: Demografische Daten der Teilnehmenden (n = 208).

Geschlecht		Alter	
Weiblich	54 %	bis 18	5 %
Männlich	45 %	18-24	47 %
Nicht binär	0 %	25-34	39 %
Keine Angabe	1 %	35-44	5 %
		45-54	1 %
		55-64	2 %

Tabelle 2: Höchster Bildungsabschluss der Teilnehmenden (n = 208).

Bildung	
Keine Schulbildung abgeschlossen	3 %
Abitur	45 %
Ausbildung	7 %
Universitätsabschluss	39 %
Andere	4 %
Keine Angabe	1 %

2 Vergleichsdaten des statistischen Bundesamtes, abrufbar unter <https://www-genesis.destatis.de/genesis//online/?operation=table&code=12411-0009>; letzter Zugriff 10.05.2022

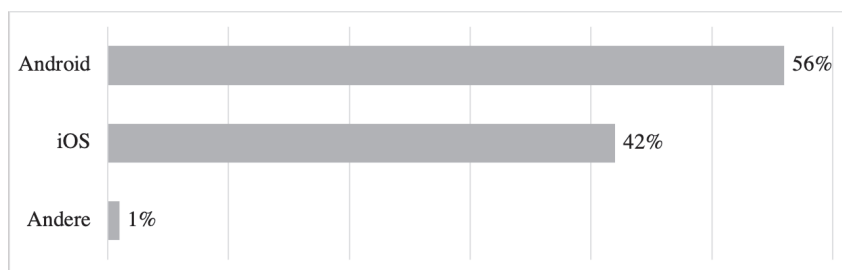


Abbildung 1: Benutzte Betriebssysteme ($n = 208$).

4.3 Smartphone- und Messengernutzung

Im Folgenden werden die Ergebnisse des ersten Teils der Umfrage über die allgemeine Nutzung von Messengern dargestellt.

Abbildung 1 zeigt, dass die Mehrheit der Teilnehmer:innen Android (56%) benutzte, mit einer geringen Differenz zur Menge der IOS-Nutzer:innen (42%).

Im Vergleich zum Marktanteil der Betriebssysteme in Deutschland, der mit 69% Android und 30,0% iOS angegeben wird³, liegt die Nutzung von iOS bei den Teilnehmenden deutlich darüber.

Abbildung 2 zeigt, dass *WhatsApp* von fast allen Teilnehmer:innen seit mehr als 12 Monaten benutzt (96%) wird. Nur 2% der Teilnehmer:innen hatten WhatsApp kürzlich neu installiert. *Signal* wurde im Vergleich dazu nur von 15% benutzt, davon benutzte die große Mehrheit den Messenger mehr als einen, aber weniger als sechs Monate, dies wurde also vermutlich durch die neuen Nutzungsbedingungen von WhatsApp angeregt. Nur 5% aller Teilnehmer:innen benutzten *Signal* seit mehr als sechs Monaten. Weiter verbreitet war die Nutzung von *Telegram*. 61% gaben an, diesen Messenger zu nutzen, bei 45% aller Teilnehmenden lag die Installation bereits mehr als 12 Monate zurück. Der *Facebook-Messenger* wurde von 87% der Teilnehmer:innen seit mehr als 12 Monaten verwendet. Nur 2% hatten *Facebook-Messenger* erst vor kurzem installiert. Insgesamt 29% der Teilnehmer:innen verwendeten *iMessage* seit mehr als sechs Monaten und nur 1% verwendete es seit mehr als einem Monat. *Viber* wurde von 19% der Teilnehmer:innen seit mehr als sechs Monaten benutzt. In den Vorabinterviews wurde zudem der Messenger *Imo* von arabischsprachigen Nut-

3 Siehe <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/256790/umfrage/marktanteile-von-android-und-ios-am-smartphone-absatz-in-deutschland/> Zugriff 25.02.2022

zer:innen erwähnt. 27 % benutzten ihn seit mehr als sechs Monaten und 2 % nutzten ihn seit kurzer Zeit.

Viber und *Imo* sind in Deutschland weniger verbreitete Messaging-Anwendungen, haben global aber nach Eigenangaben jeweils mehr als 200 Mio. Nutzer:innen. In den Interviews gaben Teilnehmer:innen an, dass sie *Imo* verwenden, um mit ihren Verwandten in anderen Ländern zu kommunizieren, weil die Qualität der Videoanrufe besser sei als bei anderen Apps, oder weil andere Apps in diesen Ländern blockiert seien. Allerdings bieten diese Apps keinen Schutz etwa durch E2E-Verschlüsselung oder Möglichkeiten, Internetblockaden zu umgehen. Beide Apps sind bereits 2016 zusammen mit anderen Messengern in einigen Ländern blockiert worden (Kelly et al. 2016).

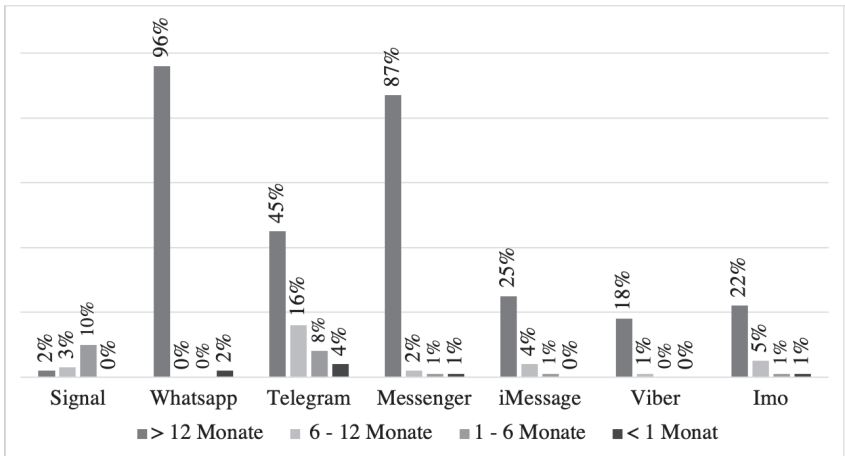


Abbildung 2: Wie lange wird der jeweilige Messenger bereits benutzt? (n = 208).

Abbildung 3 zeigt, wie oft die Messenger von den Teilnehmer:innen verwendet wurden. Alle nutzten *WhatsApp* täglich, wobei 43 % den Messenger mehrere Male pro Stunde nutzten, was zeigt, dass *WhatsApp* eine wesentliche Rolle im Alltag der Teilnehmer:innen spielt. *Facebook-Messenger* wird von 35 % der Befragten täglich genutzt, 26 % nutzten ihn einmal pro Woche und 26 % weniger als einmal pro Woche. An dritter Stelle liegt *Telegram* mit 14 % täglicher Nutzung und 21 % der Befragten, die Telegram wöchentlich nutzen. *Signal* wurde von den meisten Teilnehmenden weniger als einmal pro Woche verwendet (10%). Nur 2 % nutzten ihn mehrmals am Tag. Ähnlich sieht das Nutzungsverhalten von *Imo* aus: 12 % gaben an, *Imo* weniger als einmal pro Woche zu nutzen, allerdings nutzten

10 % ihn einmal pro Woche genutzt, und 2 % nutzen *Imo* mehrmals am Tag. Dies lässt sich möglicherweise durch die gezielte Nutzung für Videoanrufe erklären.

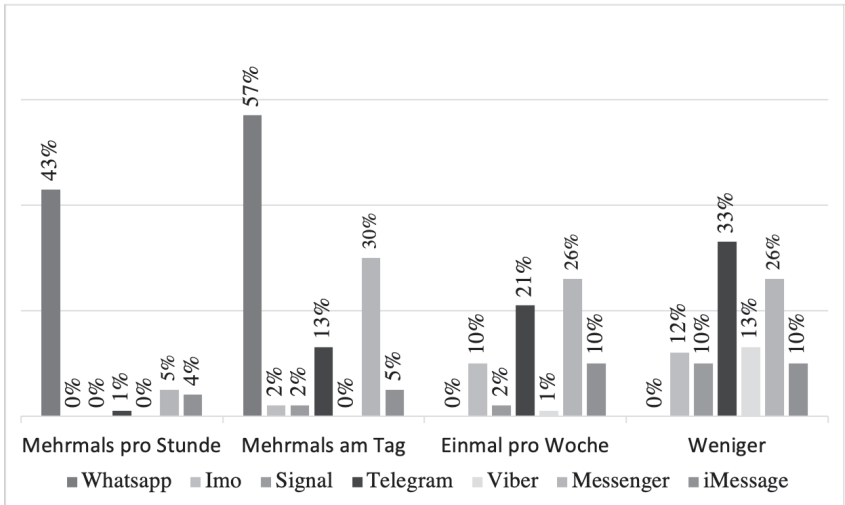


Abbildung 3: Angaben, wie oft die unterschiedlichen Messenger genutzt werden (n = 208).

Tabelle 3: Wie oft werden die unterschiedlichen Messenger benutzt? (n = 208).

	zustimmend	widersprechend	unentschieden	Mittelwert	Median	Standardabweichung
Kommunikation mit Bekannten	94 %	4 %	2 %	1,57	1	0,78
Gruppenchats	75 %	8 %	17 %	2,18	2	0,86
Geschäftliche Nutzung	61 %	17 %	22 %	2,47	2	0,93
Private Nutzung	91 %	3 %	6 %	1,7	2	0,73
Zum Lernen	84 %	7 %	9 %	1,88	2	0,9

Tabelle 3 veranschaulicht die Angaben der Teilnehmer:innen über die Gründe für die Nutzung von Messenger-Apps. Die größte Zustimmung mit 94 % fand die Aussage “Ich verwende Messenger-Apps hauptsächlich,

um Textnachrichten an Personen zu senden, die ich kenne.” Der Median für diese Aussage betrug 1 (stimme voll zu). Eine ähnliche Zustimmungsrate (91 %) hatte die Aussage “Ich benutze Messenger-Apps hauptsächlich für die private Kommunikation.” 75 % gaben an, die Apps außerdem für Gruppenkommunikation zu nutzen. Die geschäftliche Nutzung ist für die Teilnehmenden weniger relevant, 17 % der Teilnehmer:innen haben der Aussagen widersprochen, dass sie “Messenger-Apps hauptsächlich für Geschäftskommunikation” verwenden. Aufgrund des hohen Anteils Studierender unter unseren Teilnehmenden messen wir eine zu erwartende höhere Nutzung der Messenger zur “Lernkommunikation” (84 % Zustimmung).

4.4 Untersuchung zum Wechsel von WhatsApp zu anderen Messengern

Abbildung 4 fasst die Angaben der Teilnehmer:innen zur Frage zusammen, ob sie die Informationen von WhatsApp zu den bevorstehenden Änderungen der Datenschutzbestimmungen bemerkt haben. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer:innen gab an, dass sie das Pop-Up wahrgenommen haben, das für eine Zeit auf der Übersichtsseite der App als Band angezeigt wurde, bis die neuen Bedingungen von den Nutzenden akzeptiert wurden.

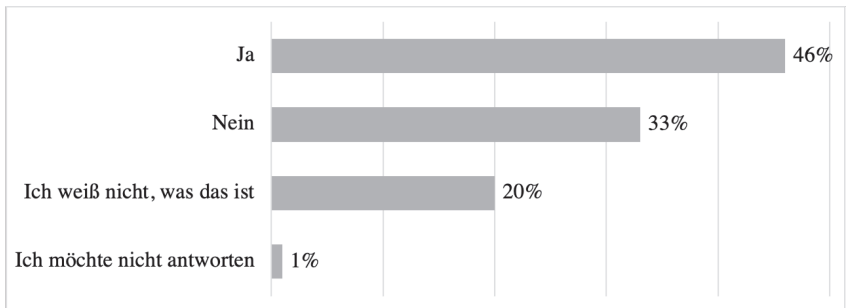


Abbildung 4: Wahrnehmung des Pop-Ups von WhatsApp durch die Nutzenden (n = 208).

Auf die Frage, ob sie bisher von WhatsApp zu einem anderen Messenger gewechselt sind oder planen zu wechseln, antworteten 8 % mit “Ja.” Ein ähnlich großer Anteil (7 %) gab an, sich über die Frage noch keine Gedanken gemacht zu haben (siehe Abbildung 5).

Bei den Wechsler:innen und Wechselwilligen gab eine knappe Mehrheit (53 %) an, das Pop-Up bemerkt zu haben. Der Wert liegt höher als bei der Gesamtheit der Befragten, ein statistisch signifikanter Zusammenhang konnte zwischen diesen Positionen allerdings nicht festgestellt werden.

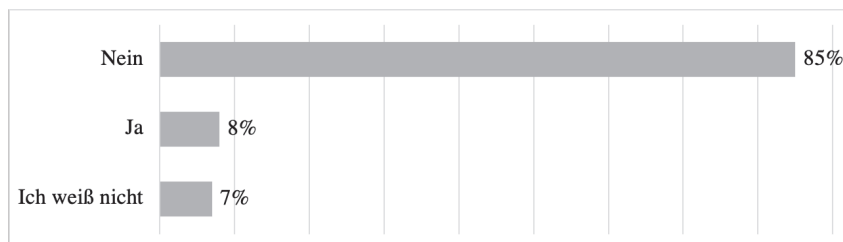


Abbildung 5: Absicht der Nutzer von WhatsApp zu einem anderen Messenger zu wechseln ($n = 208$).

Tabelle 4 zeigt die Auffassungen der Teilnehmer:innen zu fünf verschiedenen Aussagen über mögliche Gründe zu ihrem Verbleib bei *WhatsApp*. Die Nutzung von *WhatsApp* durch eine Mehrheit der Freund:innen/Kontakte erfuhr die größte Zustimmung (96 %, Median 1). Gleichzeitig haben nur 40 % Vertrauen in *WhatsApp*. Eine Zustimmungsrate von 71 % hatte die Aussage “Ich sehe keinen Grund, warum ich meine Kommunikation von *WhatsApp* auf eine andere App umstellen sollte.” Dabei gibt es eine signifikant positive Korrelation zwischen dieser Aussage und dem Vertrauen in *WhatsApp* ($p < 0,01$, $r = 0,52$). Teilnehmer:innen, die keinen Grund für einen Wechsel sehen, vertrauten *WhatsApp* mehr, als andere. Die Nutzung von Gruppenchats ist für Teilnehmer:innen ein weiterer Grund, *WhatsApp* weiter zu nutzen (64 % Zustimmung), wobei dieser Wert deutlich unter dem der direkten Kommunikation liegt. Etwas mehr als die Hälfte (55 %) der Teilnehmer:innen, die nicht planen zu wechseln, stimmte der Aussage zu “keine sensiblen Daten auf *WhatsApp*” zu teilen. Dieses Item wurde auf Basis von Forschungsliteratur (Abu-Salma et al. 2018) die zeigt, dass Nutzer:innen häufig angeben, keine sensiblen oder wichtigen Daten auf Online-Tools zu teilen, weil sie überhaupt kein Vertrauen in Online-Kommunikation haben.

Die Teilnehmer:innen hatten die Möglichkeit, ihre eigenen Gründe zum Verbleib bei *WhatsApp* in einem offenen Eingabefeld zu nennen. Tabelle 5 listet die Angaben der Teilnehmer:innen nach der Kodierung in elf verschiedene Kategorien. Die Kodierung wurde durch die Erstautorin durchgeführt. Am häufigsten (38 %) wurde Bequemlichkeit und der hohe

Aufwand, den ein Wechsel mit sich bringt, als Grund für den Verbleib genannt. Die große Nutzer:innenbasis von *WhatsApp* war der am zweit häufigsten genannte Grund (16 %).

Tabelle 4: Angaben über ihre Gründe zum Verbleib bei *WhatsApp* (n = 191).

	zustimmend	widersprechend	unentschieden	Mittelwert	Median	Standardabweichung
Verwendung durch Peers	96 %	2 %	2 %	1,5	1	0,67
Kein Grund für Wechsel	71 %	8 %	20 %	2,15	2	0,92
Vertrauen in <i>WhatsApp</i>	40 %	20 %	39 %	2,74	3	0,95
Verwendung durch Gruppen	64 %	20 %	15 %	2,41	2	1,11
Keine sens. Daten	55 %	17 %	28 %	2,48	2	1,01

Tabelle 1.5: Gründe zum Verbleib bei *WhatsApp* aus dem Eingabefeld (n = 27).

Klarstellungen von <i>WhatsApp</i> zum Datenschutz	6 %
Keine wichtige Daten, die gestohlen werden können	6 %
Features von <i>WhatsApp</i>	9 %
Bequemlichkeit	38 %
große Nutzer:innenbasis	16 %

4.5 *WhatsApp*-Alternative

Abbildung 6 zeigt, zu welchen Messengern die Teilnehmer:innen gewechselt sind. Die Mehrheit der 18 Wechselnden nutzt nun *Telegram* (8, 44 %) und *Facebook-Messenger* (4, 22 %). Da *Telegram* und der *Facebook Messenger* optional einen “secret chat” Modus anbieten, welcher potentiell positiven Einfluss auf die Privatheit der Nutzer:innen haben könnte, befragten wir die Teilnehmer:innen zusätzlich nach der Nutzung dieses “secret chat” Modus, wenn sie angaben *Telegram* oder den *Facebook Messenger* zu verwenden. Keiner der Befragten antwortete hier mit “Ja.” Neun (75 %) verneinten die Frage oder gaben an, nicht zu wissen was das sei (3). Nur vier Befragte (22 %) sind zu *Signal* gewechselt. Bezüglich der demografischen

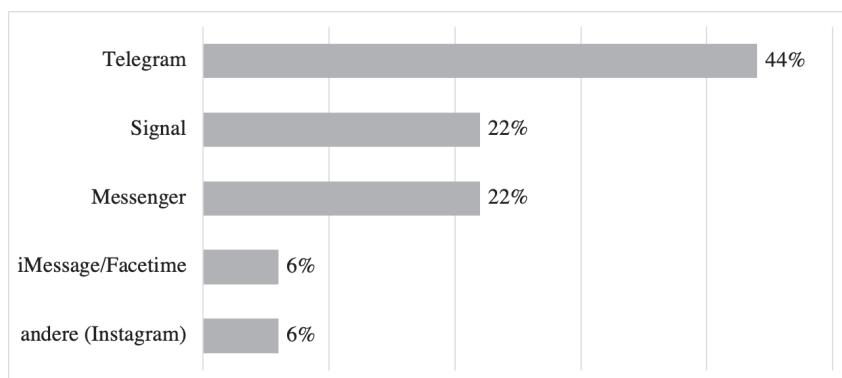


Abbildung 6: Messenger, zu dem die Teilnehmer:innen gewechselt sind ($n = 18$).

Daten wie Alter und Bildungsniveau unterscheiden sich die Wechselnden nicht deutlich von der Gesamtheit der Befragten.

In einer 5-Punkte-Likert-Matrix konnten unsere Teilnehmenden ihre Zustimmung zu verschiedenen Aussagen angeben. Die Frage enthielt 18 Aussagen über mögliche Gründe zum Wechsel weg von *WhatsApp*. Diese wurden in die drei Kategorien "Sicherheitsorgen," "Peer- und Medieneinfluss" und "Features" unterteilt.

Tabelle 6 gibt einen Überblick über die Zustimmung der Teilnehmenden zu verschiedenen Antwortmöglichkeiten zum Thema Sicherheit und Privatsphäre. Die höchste Zustimmungsrates (83 %) erhielt die Aussage "Ich möchte nicht, dass Facebook meine Nachrichten ausspioniert." Gleichzeitig befürchteten 72 % "dass [ihre] persönlichen Daten nicht sicher sind, wenn [sie] *WhatsApp* verwende[n]." Der Aussage "Ich möchte nicht, dass Facebook weiß, wem ich schreibe, anhand meiner Metadaten" stimmten 78 % zu und wurde nur von 6 % widersprochen.

Die Hälfte der Teilnehmer:innen informierte sich bei Bekannten, bevor sie die App wechselten. Und sie nehmen an, dass "die andere App [...] persönliche Daten nicht [verwendet]" (72 %) und "mehr Sicherheit bietet als *WhatsApp*" (67 %). Es ist bemerkenswert, dass zwei der Teilnehmer:innen von *WhatsApp* gewechselt sind, obwohl sie den Aussagen zur Sicherheit der neuen App widersprochen haben, jeweils 17 % und 22 % konnten sich bei den Aussagen nicht entscheiden.

Aussagen, die auf eine Ablehnung der neuen Datenschutzbestimmungen von *WhatsApp* und Facebook hinweisen, erhalten ebenfalls eine hohe Zustimmung (61 %). Drei Teilnehmende widersprachen dieser Aussage,

haben also unabhängig von der Änderung der Nutzungsbedingungen gewechselt.

Tabelle 6: Teilnehmerangaben über ihre Gründe zum Wechsel von WhatsApp in der Kategorie "Sicherheitssorgen" (n = 18).

	zustimmend	Widersprechend	unterschieden	Mittelwert	Median	Standardabweichung
Ich fragte die Person, der ich in techn. Angelegenheiten vertraue, ob ich wechseln sollte	50 %	17 %	33 %	2,56	2,5	0,92
Ich möchte nicht, dass Facebook meine Nachrichten ausspioniert	83 %	6 %	11 %	1,83	2	0,86
Ich möchte nicht, dass Facebook weiß, wem ich schreibe, anhand meiner Metadaten	78 %	6 %	17 %	1,83	2	0,92
Die andere App bietet mehr Sicherheit als WhatsApp	67 %	11 %	22 %	2,06	2	1,06
Ich weiß nicht, was der Grund ist	22 %	44 %	33 %	3,33	3	1,41
WhatsApp ändert seine Datenschutzerklärung auf eine Weise, die ich nicht gut heiÙe	61 %	17 %	22 %	2,28	2	1,07
Die Nutzungsbedingungen von Facebook wurden geändert	61 %	11 %	28 %	2,28	2	0,96

Tabelle 7 zeigt die Angaben der Teilnehmer:innen über ihre Gründe zum Wechsel, der durch Einfluss von Freund:innen oder Massenmedien angeregt wurde. Im Allgemeinen hat diese Kategorie keine hohe Zustimmungsrates. Die drei Aussagen "Die meisten meiner Freunde benutzen diese andere App," "Ich musste jemandem schreiben, der WhatsApp nicht verwendet" und "Die Person, der ich in technischen Angelegenheiten vertraue, sagte mir, dass ich wechseln sollte" haben dieselbe Zustimmungsrates (44 %) und zeigen den direkten Einfluss von Freund:innen auf das Wechselverhalten. Nur ein geringer Anteil (17 %, n=3) hat das Gefühl, dass "alle wechseln." Die größte Zustimmungsrates hat die Aussage "Ich habe einen Nachrichtenartikel gelesen" mit 56 % und einen Median von 2 ("stimme zu").

Tabelle 7: Teilnehmerangaben über ihre Gründe zum Wechsel von WhatsApp unter der Kategorie "Peer- und Massenmedieneinfluss" (n = 18).

	zustimmend	Widersprechend	unentschieden	Mittelwert	Median	Standardabweichung
Die meisten meiner Freunde benutzen diese andere App	44 %	44 %	11 %	2,89	3	1,13
Ich musste jemandem schreiben, der WhatsApp nicht verwendet	44 %	33 %	22 %	2,78	3	1,06
Die Person, der ich in technischen Angelegenheiten vertraue, sagte mir, dass ich wechseln sollte	44 %	22 %	33 %	2,78	3	1,17
Ich habe einen Nachrichtenartikel gelesen	56 %	28 %	17 %	2,61	2	1,04
Alle Leute wechseln von WhatsApp	17 %	33 %	50 %	3,17	3	0,92

In Tabelle 8 werden die Angaben der Teilnehmer:innen über die drei Aussagen, die in Bezug zur Servicequalität des Messengers und seinen Features stehen, zusammengefasst. Weder eine besondere Funktion, noch die Erwartung von Werbung oder zusätzlichen Kosten zeigen sich hier als von der Mehrheit angegebenen Gründe für einen Wechsel.

Tabelle 8: Angaben über ihre Gründe zum Wechsel von WhatsApp unter der Kategorie "Features" (n = 18).

	zustimmend	Widersprechend	unentschieden	Mittelwert	Median	Standardabweichung
Die andere App bietet eine spezielle Funktion	44 %	11 %	44 %	2,56	3	0,86
Ich habe gehört, dass WhatsApp in Zukunft Werbung zeigen wird	44 %	33 %	22 %	2,83	3	1,15
Ich habe gehört, dass WhatsApp nicht kostenfrei bleiben wird	33 %	44 %	22 %	3,06	3	1,16

4.6 Verhalten vor dem Wechsel weg von WhatsApp

In Tabelle 9 werden die Antworten zu Recherche über alternative Apps zusammengefasst. Eine knappe Mehrheit (56 %) fand nur die Aussage "Ich habe einige Artikel darüber recherchiert, welche Messenger-Apps am Besten zum Datenschutz geeignet sind" gefolgt von 44 % für die Aussage "Ich habe durch Zufall einen Artikel über bessere Alternativen zu WhatsApp

gehört oder gelesen.” Die Aussagen, die auf eine eigene Recherche der Befragten hinweisen, liegen dabei vor jenen, bei denen Informationen von Freund:innen oder die Kosten einer App eine besondere Rolle spielen.

Tabelle 9: Angaben darüber, wo Informationen über alternativen Apps bezogen wurden (n = 18).

	zustimmend	Widersprechend	unterschieden	Mittelwert	Median	Standardabweichung
Freund:in mit Expertise	39 %	39 %	22 %	3	3	1,08
Freund:in mit Expertise	44 %	33 %	22 %	2,89	3	1,08
Kostenlose App	28 %	44 %	28 %	3,22	3	0,94
Eigene Recherche	56 %	33 %	11 %	2,72	2	1,18

4.7 Weitere Gründe für die Installation eines neuen Messengers

Tabelle 10 veranschaulicht die Angaben der Teilnehmer:innen über die konkreten Gründe, die sie zum Installieren des neuen Messengers bewegt haben. Da der vorherige Block bereits gezeigt hat, dass die meisten der 18 Wechsler:innen selbst Alternativen recherchiert haben, findet keine der Aussage eine mehrheitliche Zustimmung. Beim Vergleich der Angaben zur Aussage “Ein:e Freund:in sagte es mir” mit denen zur Aussage “Ein sachkundiger Freund empfiehlt es” ist zu sehen, dass die Meinung von Expert:innen einen höheren Einfluss hat. Die geringste Zustimmung hat die Aussage “Weil ein Social-Media-Influencer es empfohlen hat.”

Tabelle 10: Angaben zu weiteren Gründen für die Installation eines neuen Messengers (n = 18).

Empfehlung durch Freund:in	22 %	33 %	44 %	3,11	3	0,76
Empfehlung durch sachkundige:n Freund:in	39 %	33 %	28 %	2,94	3	0,87
Verpflichtung durch Arbeitgebern	28 %	44 %	28 %	3,11	3	1,13
Verschiebung eines Gruppenchats	28 %	44 %	28 %	3,06	3	1,21
Durch Artikel überzeugt	33 %	44 %	22 %	3,11	3	0,9
Influencer:in	6 %	72 %	22 %	3,78	4	0,94

4.8 Überzeugung von Freunden:innen und Bekannten zum Wechsel

Nur ein Drittel der Wechsler:innen hat versucht, Freund:innen und Bekannte dazu zu überreden, ebenfalls eine neue Messenger-App zu installieren. Dies war zu erwarten, da die Mehrheit keine spezifischen Gründe für den Wechsel nennen konnte. Alle Teilnehmer:innen haben mit ihren Freund:innen persönlich über die Messengernutzung gesprochen, aber nur die Hälfte gab an, aktive Überzeugungsarbeit versucht zu haben. Datenschutzargumente wurden von zwei Teilnehmenden angeführt, eine Person gab an, individuelle Nachrichten geschickt zu haben und eine weitere hat die Einladefunktion der App genutzt. In den Vorabinterviews gaben die Befragten an, sich zu scheuen, im weiteren Umfeld für eine bestimmte App zu werben und vor allem enge Freund:innen oder Familienmitglieder dazu einzuladen.

Die Teilnehmer:innen wurden zusätzlich gefragt, wie viele Personen sie versucht haben zu überzeugen. Der Mittelwert lag bei 10,83 Personen mit einem Minimum von 2 und einem Maximum von 40 Personen.

Abbildung 7 fasst die Selbsteinschätzung der Teilnehmer:innen zum Erfolg ihrer Überzeugungsversuche zusammen. Bis auf eine Person gaben alle an, einige bis alle kontaktierten Personen überzeugt zu haben.

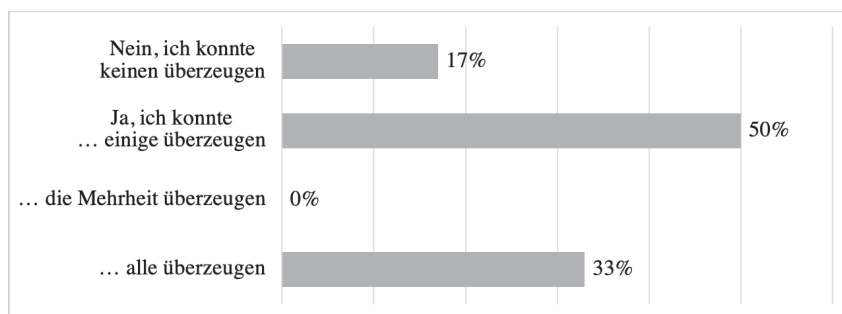


Abbildung 7: Erfolgsquote der Überzeugungsversuche ($n = 6$).

4.9 Teilnehmer:innen, die WhatsApp gelöscht haben

Abschließend wurden die Teilnehmer:innen gefragt, ob sie nach ihrem Wechsel *WhatsApp* gelöscht haben (siehe Abbildung 8). Eine Person stimmte zu und zwei Weitere gaben an dies zu planen. Um weiter mit Freund:innen und Bekannten in Kontakt bleiben zu können, lassen die meisten Teilnehmenden *WhatsApp* trotz alternativer Apps installiert. In

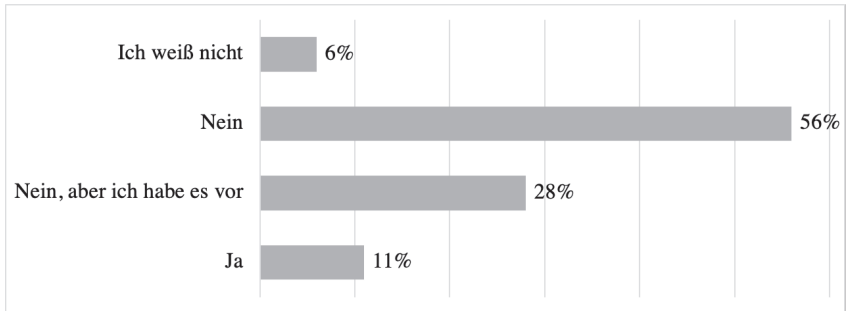


Abbildung 8: Angaben der Teilnehmer darüber, ob sie WhatsApp gelöscht haben ($n = 18$).

den Vorabinterviews gab eine Person an, dass der Partner *Signal* installiert und *WhatsApp* gelöscht habe, aber nach 10 Tagen die Entscheidung rückgängig gemacht habe, da keine weiteren Kontakte zur neuen App gefolgt waren.

4.10 Maßnahmen, um den neuen Messenger mehr zu nutzen

Am Ende der Umfrage wurden die Teilnehmer:innen gefragt, ob sie bestimmte Maßnahmen ergriffen haben, um den neuen Messenger mehr zu nutzen und so die Verhaltensänderung zu unterstützen. Sie konnten bei dieser Frage mehrere Optionen wählen. Insgesamt 63 % der Teilnehmer:innen ($n = 18$) haben angegeben, dass sie das App-Symbol an eine prominente Stelle des Startbildschirms verschoben haben und 63 % haben Personen mitgeteilt, dass sie es bevorzugen, über den neuen Messenger benachrichtigt zu werden. Niemand hat Personen auf der anderen App blockiert, damit sie keine Nachrichten mehr senden können. In den Vorabinterviews hatte eine Person angegeben, das gegenseitige und einvernehmliche Blockieren von Kontakten zur Unterstützung der Gewohnheitsänderung vollzogen zu haben.

5. Diskussion

Ausgangspunkt für die vorgestellte Studie war die breite Medienberichterstattung über die Änderung der Nutzungsbedingungen von *WhatsApp*. Verschiedene alternative Messenger berichteten im Zuge der öffentlichen

Debatte über steigende Nutzer:innenzahlen. Mit einer Befragung von Nutzer:innen wollten wir untersuchen, ob dieses Ereignis tatsächlich zu einem Wechsel der hauptsächlich genutzten Messaging-App geführt hat, welche Gründe die Nutzer:innen für den Wechsel angeben, und wie die Probleme des Netzwerk-Effekts (also der fehlenden Nutzung durch viele andere) angegangen werden. Trotz vieler Berichte und negativer Grundeinstellung gegenüber WhatsApp zum Zeitpunkt der Einführung der neuen Nutzungsbedingungen haben nur wenige Befragte den Messenger gewechselt, noch weniger haben WhatsApp tatsächlich deinstalliert.

Unsere Studie richtete sich zudem speziell an arabischsprachige Nutzer:innen in Deutschland, um zu untersuchen, ob hier Unterschiede zu bekannten Ergebnissen existieren was etwa den Stellenwert von Sicherheitsfragen bei der Wahl des Messengers angeht. Da insgesamt nur wenige Nutzer:innen einen weiteren Messenger installiert haben kann im Rahmen dieser Studie keine Hypothesentests zu weiteren Faktoren durchgeführt werden. Insgesamt scheint auch bei diese Nutzer:innengruppe die Verbreitung eines Messengers im Bekanntenkreis wesentlicher Faktor für die Nutzung zu sein. Zwar sind auch weniger populäre Messenger wie *Viber* oder *Imo* verbreitet, die zum Beispiel zur Kommunikation mit Verwandten im Ausland genutzt werden. Hierbei steht die Qualität von Videochats oder die Nutzbarkeit innerhalb zensurierter Netzwerke im Vordergrund. Keiner der Messenger ist allerdings auf das Umgehen von Netzwerksperren ausgelegt.

Dieses spezielle Nutzungsverhalten bzw. die Bedürfnisse an die Funktionalität bieten einen möglichen Ansatzpunkt, durch gezielte Berücksichtigung und Ansprache die *Pull*-Faktoren innerhalb dieser Gemeinschaft zu fördern. Dadurch bietet sich das Potential, sowohl die Privatsphäre arabischsprachiger Menschen innerhalb Deutschlands, aber auch derjenigen, zu denen sie in Kontakt stehen, zu erhöhen.

In Bezug auf WhatsApp konnten wir feststellen, dass eine Mehrheit (54 %) das Informations-Pop-Up von WhatsApp nicht bemerkt hat. Nur 8 % der Befragten gaben an, den Messenger wechseln und WhatsApp nicht weiter nutzen zu wollen. Gleichzeitig hatten über 10 % in den vergangenen Monaten einen weiteren Messenger installiert. Als neu installierte Messenger werden vor allem Signal und Telegram genannt.

Insgesamt bestätigt unsere Studie Ergebnisse vorheriger Studien mit anderen Nutzer:innen, wie etwa, dass die Gründe für die Nicht-Nutzung von sichereren Messengern unter anderem in der Fragmentierung der Nutzergruppen liegt (Abu-Salma, Sasse et al. 2017). Bei der Wahl eines Messengers steht an erster Stelle die Frage, wie viele Bekannte man damit erreichen kann. In unserer Umfrage gaben 64 % der Befragten an, dass zumin-

dest Teile ihrer Kommunikation nur über WhatsApp möglich seien, zum Beispiel weil bestimmte Netzwerke im Beruf oder Studium nur darüber gepflegt werden. Gleichzeitig stimmten 55 % der Aussage zu, dass sie keine sensiblen Informationen über WhatsApp teilen. Hierzu hatten Abu-Salma, Krol et al. (2017) in einer qualitativen Studie festgestellt, dass Ausweichstrategien genutzt würden, wie etwa sensible Informationen nur in Sprachanrufen mitzuteilen.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Befragung der Wechselwilligen. Die 18 Teilnehmer:innen, die WhatsApp verlassen wollten, wurden unter anderem gefragt, was die Gründe für einen Wechsel sind und inwiefern sie andere Nutzer:innen zum Wechsel überreden würden. Den größten Einfluss haben hier Bekannte und Expert:innen, die einen Wechsel empfohlen haben. Nur 6 Teilnehmende versuchten nach dem Messengerwechsel, ihre Kontakte ebenfalls zu einem zu Wechsel überreden.

Im Ergebnis zeigt die Studie, dass arabischsprachige Nutzer:innen im Bezug auf Datenschutz und Datensicherheit zwar die Bedenken teilen, die für andere Nutzer:innengruppen aus der Literatur bekannt sind, aber auch hier führt der Netzwerkeffekt dazu, dass auf besonders häufig genutzte Messenger nicht verzichtet werden kann. Nichtsdestotrotz hat unter anderem die Aufmerksamkeit für die Änderung der Datenschutzbedingungen bei WhatsApp dazu geführt, dass ein Teil der Befragten ihr Nutzungsverhalten überdacht und teilweise zusätzliche Messenger installiert hat.

Interessant ist auch hier der Einfluss, den (sachkundige) Bekannte ausüben, und die eigene Zurückhaltung, andere zu überzeugen. Diese Lücke könnte durch gezielte Medienstrategien, die für Zielgruppen relevante Social-Media-Influencer miteinbezieht, adressiert und so die Nutzer:innen von eigener Überzeugungsarbeit geleistet werden. Soziale Nähe scheint ein wesentlicher Faktor im Nutzungs- und Wechselverhalten zu sein, der von bisherigen Strategien kaum berücksichtigt wird. Social-Media-Influencer simulieren diese Nähe, hatten aber zumindest bei unseren Teilnehmer:innen kaum Einfluss. Hier bietet sich also ein mögliches Potential, Privatsphäre in der Messenger-Kommunikation und darüber hinaus an die Zielgruppen heranzutragen. Diaspora-Gemeinschaften können hier eine besondere Rolle spielen, da sie in ihrem Nutzungsverhalten nicht nur durch andere Diskurse und Praktiken beeinflusst werden, sondern diese auch mitbeeinflussen können. Hier ist weitere Forschung notwendig, um spezielles Nutzungsverhalten sowie Informationskanäle zu erheben.

Bei den Teilnehmenden, welche von WhatsApp zu einem anderen Messenger wechselten, spielten Sicherheit und die Vertraulichkeit der Nachrichteninhalte ebenfalls eine große Rolle. Bei der Aufklärung von Endnutzenden zur Messengerwahl sollten die Punkte Sicherheit und Privatheit

also im Vordergrund stehen. Klare Empfehlungen von Expert:innen aus der Forschung hätten gegebenenfalls die Migration zu Ende-zu-Ende verschlüsselten und datensparsamen Messengern wie Signal erhöhen können. Stattdessen beobachten wir eine Abkehr von WhatsApp zu einer beliebigen Alternative, wie z. B. Telegram, dessen Sicherheit und Privatheit von Expert:innen oft als geringer eingeschätzt wird.

Literatur

- Abu-Salma, Ruba, Kat Krol u.a. (Apr. 2017): „The Security Blanket of the Chat World: An Analytic Evaluation and a User Study of Telegram“. In: *Proceedings 2nd European Workshop on Usable Security*. doi: 10.14722/eurosec.2017.23006.
- Abu-Salma, Ruba, Elissa M. Redmiles u. a. (Aug. 2018): „Exploring User Mental Models of End-to-End Encrypted Communication Tools“. In: *8th USENIX Workshop on Free and Open Communications on the Internet (FOCI 18)*. Baltimore: USENIX. <https://www.usenix.org/conference/foci18/presentation/abu-salma> (besucht am 18. 05. 2022).
- Abu-Salma, Ruba, M. Angela Sasse u.a. (2017): „Obstacles to the Adoption of Secure Communication Tools“. In: *2017 IEEE Symposium on Security and Privacy (SP)*, S. 137–153. doi: 10.1109/SP.2017.65.
- Akgul, O. u.a. (2006): „Secrecy, Flagging, and Paranoia Revisited: User Attitudes Toward Encrypted Messaging Apps“. In: *Proceedings of the 2006 Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI 2006*. doi: 10.1145/1124772.1124862.
- Dechand, Sergej u.a. (2019): „In Encryption We Don't Trust: The Effect of End-to-End Encryption to the Masses on User Perception“. In: *2019 IEEE European Symposium on Security and Privacy (EuroSecP)*, S. 401–415. doi: 10.1109/EuroSP.2019.00037.
- Gerber, Nina u.a. (Aug. 2018): „Finally Johnny Can Encrypt: But Does This Make Him Feel More Secure?“ In: *Proceedings of the 13th International Conference on Availability, Reliability and Security (ARES 2018)*. Hamburg: ACM. doi: 10.1145/3230833.3230859.
- Kelly, Sanja u.a. (2016): *Freedom on the Net 2016: Silencing the Messenger: Communication Apps Under Pressure*. Freedom House. url: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2016/silencing-messenger-communication-apps-under-pressure> (besucht am 18. 05. 2022).
- Kulyk, Oksana, Kristina Milanovic und Jeremy Pitt (2020): „Does My Smart Device Provider Care About My Privacy? Investigating Trust Factors and User Attitudes in IoT Systems“. In: *Proceedings of the 11th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Shaping Experiences, Shaping Society*. New York: ACM. doi: 10.1145/3419249.3420108.

- Luca, Alexander De u.a. (Juni 2016): „Expert and Non-Expert Attitudes towards (Secure) Instant Messaging“. In: *Twelfth Symposium on Usable Privacy and Security (SOUPS 2016)*. Denver: USENIX, S. 147–157. <https://www.usenix.org/conference/soups2016/technical-sessions/presentation/deluca> (besucht am 18. 05. 2022).
- McKenna, Brad, Petri Mäkinen und Tuure Tuunanen (2021): „Switching Behaviour in Smart Phone Messaging Services – It’s a Question of Context, Content, and Features of the Service“. In: *Proceedings of the 54th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS 2021*, S. 1222–1231.
- Mehner, Matthias (13. Mai 2021): WhatsApp AGB Anpassungen 2021 – Was du wirklich wissen musst! <https://www.messengerpeople.com/de/whatsapp-agb-anpassungen-2021-was-du-wirklich-wissen-musst> (besucht am 18. 05. 2022).
- Schreiner, Michel und Thomas Hess (Aug. 2015): „Examining the Role of Privacy in Virtual Migration Examining the Role of Privacy in Virtual Migration: The Case of WhatsApp and Threema“. In: *AMCIS 2015 Proceedings*. <https://aisel.isinet.org/amcis2015/ISSecurity/GeneralPresentations/33> (besucht am 18. 05. 2022).
- Tremmel, Moritz (14. Jan. 2021): Signal verfünffacht Nutzerzahl in kürzester Zeit. <https://www.golem.de/news/weg-von-whatsapp-signal-verfuenfacht-nutzer-in-kuerzester-zeit-2101-153403.html> (besucht am 18. 05. 2022).
- Whatsapp (Jan. 2021): Antworten auf Fragen zur Aktualisierung der WhatsApp Datenschutzrichtlinie im Januar 2021. <https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/answering-your-questions-about-whatsapps-privacy-policy> (besucht am 18. 05. 2022).
- Zengyan, Cheng, Yang Yiping und J. Lim (2009): „Cyber Migration: An Empirical Investigation on Factors that Affect Users’ Switch Intentions in Social Networking Sites“. In: *Proceedings of the 42nd Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS 2009*, S. 1–11. doi: 10.1109/HICSS.2009.140.