



# Online-Privatheitskompetenz in Deutschland

*Ergebnisse von zwei repräsentativen Studien*

25. November 2015

Lehrstuhl für Medienpsychologie  
Universität Hohenheim





❖ **Herausgeber**

Lehrstuhl für Medienpsychologie

Universität Hohenheim

70599 Stuttgart

Tel.: (0711) 459-22654

Fax: (0711) 459-23746

[www.medienpsychologie.uni-hohenheim.de](http://www.medienpsychologie.uni-hohenheim.de)

❖ **Ansprechpartner**

Prof. Dr. Sabine Trepte

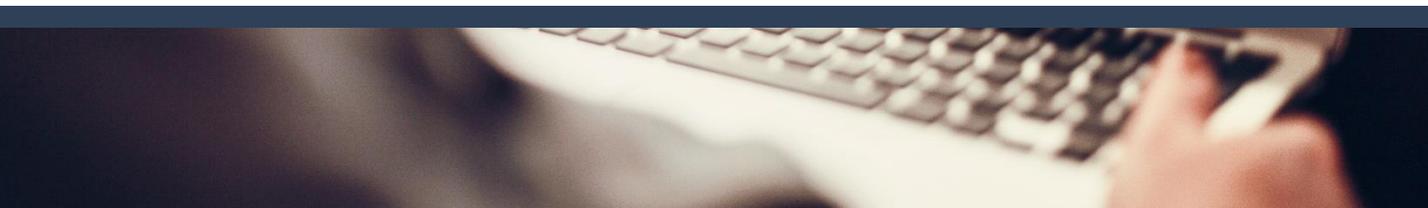
[sabine.trepte@uni-hohenheim.de](mailto:sabine.trepte@uni-hohenheim.de)

Philipp K. Masur

[philipp.masur@uni-hohenheim.de](mailto:philipp.masur@uni-hohenheim.de)

❖ **Empfohlene Zitierweise**

Trepte, S. & Masur, P. K. (2015). *Privatheitskompetenz in Deutschland. Ergebnisse von zwei repräsentativen Studien (Bericht vom 18. November 2015)*. Stuttgart: Universität Hohenheim. Online verfügbar unter: [https://www.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/psych/Team\\_MP/Berichte/Privatheitskompetenz\\_2015-11-04.pdf](https://www.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/psych/Team_MP/Berichte/Privatheitskompetenz_2015-11-04.pdf)



## Zusammenfassung

Der nachfolgende Bericht stellt Ergebnisse aus zwei Projekten vor, die sich jeweils mit der Rolle von Online-Privatheitskompetenz im Zusammenhang mit Privatheitsverhalten im Internet befassen. Wissen über Privatheit und Datenschutz im Internet wird häufig als Grundlage und notwendige Voraussetzung für informationelle Selbstbestimmung angesehen, nur wer über das notwendige Wissen und die relevanten Kompetenzen im Umgang mit Daten im Internet verfügt, ist in der Lage sich in der digitalisierten Welt zurecht zu finden.

Online-Privatheitskompetenz verstehen wir hier als eine Kombination aus deklarativem (Faktenwissen) und prozeduralem Wissen (Handlungswissen). Untersucht haben wir das Wissen über wirtschaftliche, rechtliche und technische Zusammenhänge der Datenverarbeitung im Internet, sowie die Kenntnis von individuellen Datenschutzstrategien und technischen Maßnahmen, die den Schutz von Online-Privatheit gewährleisten können (vgl. Trepte et al., 2015). Die Messung von Online-Privatheitskompetenz erfolgte dabei über einen Wissenstest.

In dem Projekt „Privatheit im Wandel“ haben wir Online-Privatheitskompetenz im Rahmen einer dreiwelligen, repräsentativen Längsschnittstudie mit 2.100 Teilnehmern untersucht (STUDIE 1, vom BMBF gefördertes Projekt „Privatheit im Wandel“).

Darüber hinaus haben wir eine Querschnittstudie mit 1.932 Teilnehmern (repräsentativ für deutsche Internetnutzer) durchgeführt. Dabei wurde einer umfangreichere Skala zur Messung von Online-Privatheitskompetenz eingesetzt (STUDIE 2, Projekt OPLIS).

Nachfolgend sind die Haupteckdaten der beiden Studien zusammengefasst:

- Online-Privatheitskompetenz ist **altersabhängig**: Die Generation der unter 18 und über 64-Jährigen verfügt über deutlich weniger Wissen über Online-Privatheit und Datenschutz, als die 20 bis 50-Jährigen.
- Deutsche mit einem **höheren Bildungsabschluss verfügen über mehr Online-Privatheitskompetenz**. Insbesondere Personen mit einer Hochschulzugangsberechtigung (Abitur) verfügen über überdurchschnittlich hohe Kompetenzen.
- Höhere **Online-Privatheitskompetenz führt im Längsschnitt nicht zu weniger Datenpreisgabe** oder einer geringeren Bereitschaft Daten im Internet preiszugeben.
- Dennoch gehen **höhere Kompetenzen in speziellen Subdimensionen** der Online-Privatheitskompetenz mit der **Umsetzung von spezifischen Datenschutzstrategien** einher.
- Insbesondere Bürger, die über **rechtliche und technische Kompetenzen verfügen**, setzen auch eher **technische Datenschutzstrategien** um.





# Inhalt

Zusammenfassung ..... 3

Inhalt ..... 4

**Studie 1: Privatheit im Wandel ..... 5**

1 Wie kompetent sind deutsche Internetnutzer? ..... 6

2 Online-Privatheitskompetenz in verschiedenen Altersgruppen ..... 7

3 Online-Privatheitskompetenz und Geschlecht ..... 9

4 Online-Privatheitskompetenz und Bildung ..... 10

5 Online-Privatheitskompetenz und Datenpreisgabe im Internet. .... 11

6 Online-Privatheitskompetenz und Selbstoffenbarung. .... 12

7 Untersuchungsdesign: Studie 1. .... 13

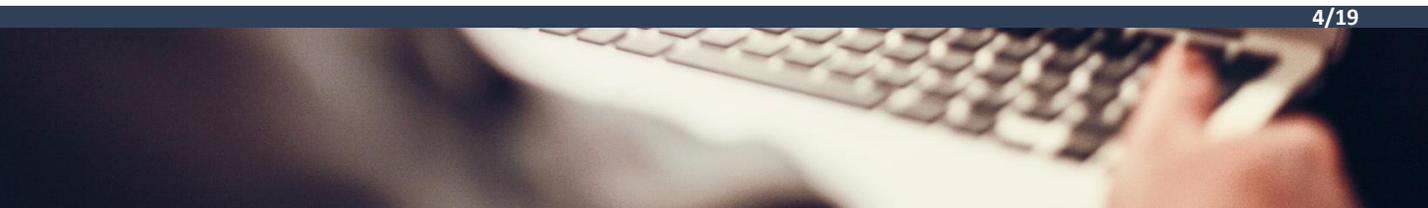
**Studie 2: Online Privacy Literacy Scale. .... 14**

8 Umsetzung von Datenschutzstrategien. .... 15

9 Online-Privatheitskompetenz und Datenschutzstrategien. .... 16

10 Untersuchungsdesign: Studie 2. .... 18

Weitere Publikationen zum Thema Privatheit ..... 19





# Studie 1: Privatheit im Wandel

*Repräsentative Längsschnittstudie*



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

## 1 | Wie kompetent sind deutsche Internetnutzer?

In STUDIE 1 wurde Online-Privatheitskompetenz in je drei Wellen mit 10 Wissensfragen erhoben. Teilnehmende mussten in einem Wissenstest 10 Fragen zu allen vier Dimensionen der Online-Privatheitskompetenz beantworten: Wissen über institutionelle Praktiken der Datensammlung, -auswertung und -weitergabe, Wissen über technische Aspekte des Datenschutzes, Wissen über Datenschutzrecht und Wissen über konkrete Datenschutzstrategien. Nachfolgend berichten wir jeweils den Anteil der Personen, die die folgenden Beispiel-Items nicht richtig beantworten konnten.



**36%** der Deutschen wissen nicht, dass Betreiber sozialer Netzwerke (z. B. Facebook) auch Informationen von Personen sammeln und verarbeiten, die diese Netzwerke überhaupt nicht nutzen.



**34%** der Deutschen denken fälschlicherweise, dass die National Security Agency (NSA) nur auf Nutzerdaten zugreift, die öffentlich und für jedermann zugänglich sind.



**44%** der Deutschen wissen nicht, dass sie laut deutschem Gesetz einen Anspruch darauf haben als Nutzer von Online-Anwendungen, die personenbezogene Daten erheben und verarbeiten, die über sie gespeicherten Daten einzusehen.



**22%** der Deutschen wissen nicht, dass die Weiterleitung anonymisierter Nutzerdaten zu Marktforschungszwecken in der EU gesetzlich erlaubt ist.



**50%** der Deutschen wissen nicht, dass das Nachverfolgen der eigenen Internetnutzung durch das regelmäßige Löschen von Browserinformationen (Cookies, Cache, Browserverlauf) erschwert werden kann.



**49%** der Deutschen können auf die Frage was ein „Cookie“ ist, keine richtige Antwort geben.

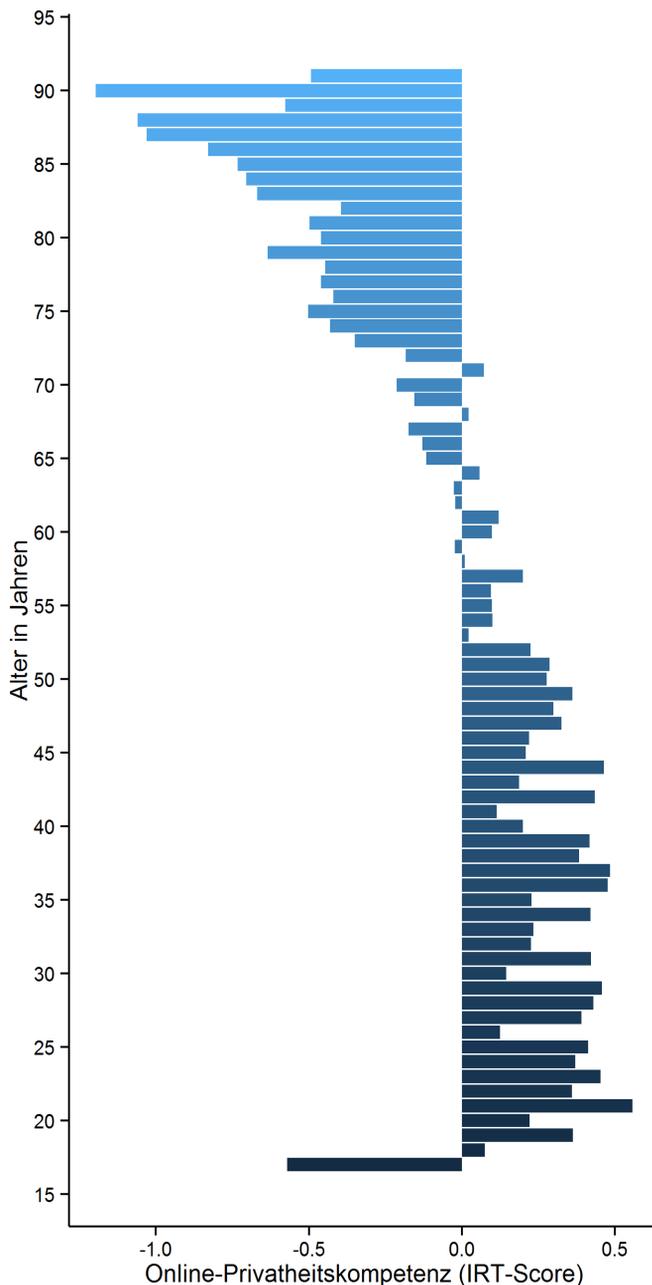


**23%** der Deutschen wissen nicht, dass Unternehmen Daten, die auf verschiedenen Websites im Internet hinterlassen werden, kombinieren und daraus Nutzerprofile zusammenstellen.

Basis: Alle Befragten der STUDIE 1 ( $n = 2.100$ )



## 2 | Online-Privatheitskompetenz in verschiedenen Altersgruppen



Basis: Alle Befragten der STUDIE 1 ( $n = 2.100$ )

Als erstes betrachten wir **Online-Privatheitskompetenz in Abhängigkeit des Alters**.

Zu diesem Zweck wurden die Antworten des Wissenstests auf Basis der Item-Response-Theorie (Probabilistische Testtheorie) zu einem Testscore verrechnet. Dieser IRT-Score ermöglicht eine genauere Bestimmung der Kompetenz, da die unterschiedliche Güte (Trennschärfe) der einzelnen Testfragen bei der Verrechnung berücksichtigt werden.

Der IRT-Score repräsentiert die Kompetenz im Umgang mit Online-Privatheit auf einer Skala von ca. -3 bis +3. Werte unterhalb von 0 stehen für eine unterdurchschnittliche Kompetenz. Werte über 0 bedeuten entsprechend eine überdurchschnittliche Kompetenz.

In der linksstehenden Grafik sind die IRT-Scores für jedes Alter visualisiert.

Dabei steht der Wert Null für die durchschnittliche Fähigkeit der Deutschen im Umgang mit Privatheit und entspricht **ca. 12 richtigen Antworten** in dem Wissenstest mit 30 Fragen. Detaillierte Interpretationen der einzelnen Altersstufen finden sie auf der nächsten Seite.

## 2 | Online-Privatheitskompetenz in verschiedenen Altersgruppen

Allgemein lässt sich festhalten, dass die Online-Privatheitskompetenz mit steigendem Alter geringer ist. Die Korrelation zwischen Alter und Online-Privatheitskompetenz beträgt  $r = -.14$  ( $p < .001$ ). Konkret lassen sich jedoch einige Unterschiede in den jeweiligen Altersgruppen feststellen:

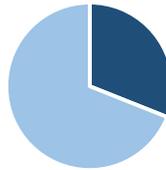
- Die Generation der über 80-Jährigen verfügt über das geringste Wissen über Privatheit und Datenschutz im Internet. Sie konnten im Durchschnitt nur 7 Fragen richtig beantworten.
- Die zurzeit 20-Jährigen verfügen über die höchste Kompetenz im Umgang mit Daten und Privatheit im Internet. Insgesamt haben 20 bis 50-Jährige eine überdurchschnittliche Online-Privatheitskompetenz.

- Jugendliche unter 18 Jahren verfügen über unterdurchschnittliche Kompetenz im Umgang mit Privatheit und Datenschutz im Internet. In dem Wissenstest mit 30 Fragen konnten sie im Durchschnitt nur 9 Fragen richtig beantworten.



**57% der Jugendlichen unter 18 Jahren wussten nicht, dass sie als Nutzer einen Anspruch darauf haben, die über sie gespeicherten Daten einzusehen.**

- Auffallend ist ebenso, dass die Generation 65 bis 80-Jährigen über unterdurchschnittliches Wissen mit Bezug zu Online- Privatheit verfügen. Ein Drittel dachte zum Beispiel fälschlicherweise, dass die National Security Agency (NSA) nur auf Daten zugreift, die öffentlich und für jedermann zugänglich sind.



**Nur 31% der über 65 Jahren wussten, dass die eigene Identifizierung durch die Nutzung von Pseudonymen erschwert werden kann.**

- Die Grafik aus S. 7 zeigt deutlich, dass es massive Unterschiede in den Generationen gibt. Auf der einen Seite verfügen Personen im Alter von 20 bis 50 Jahren über ein überdurchschnittliches Wissen, auf der anderen Seite haben Deutsche im Alter von 75 Jahren oder älter deutlich weniger Kenntnisse.

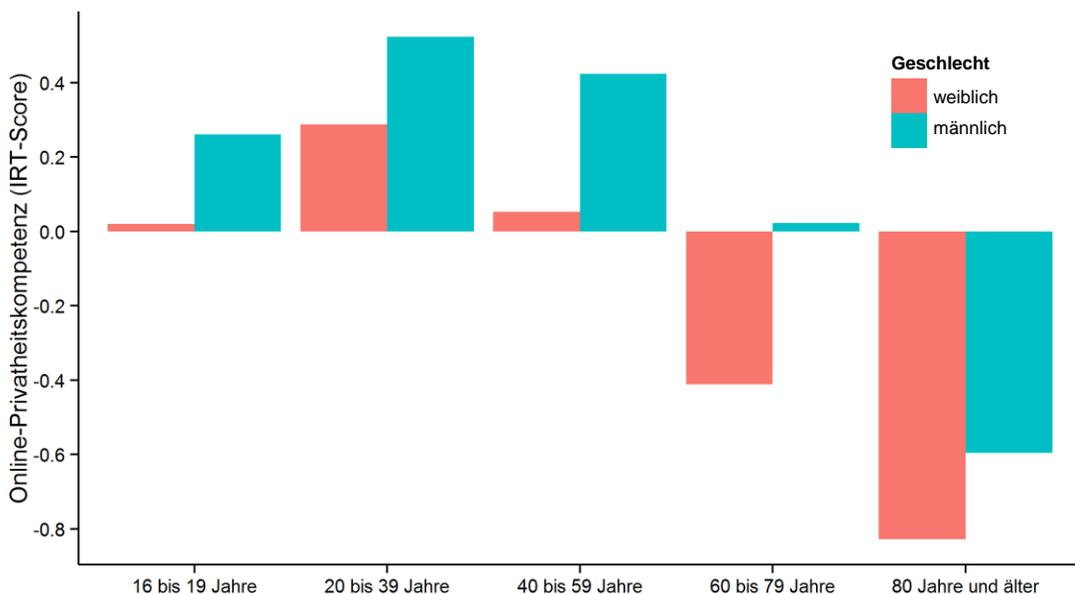


**68% der 20 bis 50-Jährigen konnten die Frage, was ein Cookie ist, richtig beantworten.**

### 3 | Online-Privatheitskompetenz und Geschlecht

Nun betrachten wir **die Online-Privatheitskompetenz in Abhängigkeit des Geschlechts** und typischer Altersgruppen in der deutschen Bevölkerung. Es zeigt sich deutlich, dass Frauen grundsätzlich über weniger Online-Privatheitskompetenz verfügen als Männer. Wieder wurden zu diesem Zweck die Antworten des Wissenstests auf Basis der Item-Response-Theory zu einem Testscore verrechnet (vgl. Erläuterung auf S. 7).

- Bei den Jugendlichen unter 20 Jahren verfügen Männer über eine überdurchschnittliche Kompetenz im Umgang mit Daten und Privatheit im Internet
- Frauen in dieser Altersgruppe haben dagegen ein durchschnittliches Wissen über Datenschutz und Privatheit
- Bei den 40- bis 59-Jährigen, als auch bei den 60- bis 70-Jährigen ist dieser Unterschied zwischen den Geschlechtern am stärksten ausgeprägt
- In der Altersgruppe der 60- bis 79-Jährigen verfügen Männer über eine eher durchschnittliche Kompetenz, während Frauen deutlich unter dem Durchschnitt liegen
- Am schlechtesten schnitten die über 80-Jährigen in dem Wissenstest ab. Sowohl für Männer, als auch für Frauen ist der Wert weit unter dem Durchschnitt



Basis: Alle Befragten der STUDIE 1 ( $n = 2.100$ )

## 4 | Online-Privatheitskompetenz und Bildung

Betrachtet man **Online-Privatheitskompetenz im Zusammenhang mit den unterschiedlichen Bildungsgruppen**, so wird deutlich, dass ein höherer Schulabschluss auch mit höherer Online-Privatheitskompetenz einhergeht.

Wieder wurden zu diesem Zweck die Antworten des Wissenstests auf Basis der Item-Response-Theory zu einem Testscore verrechnet (vgl. Erläuterung auf S. 7).

- Schülerinnen und Schüler verfügen über eine überdurchschnittliche Kompetenz im Umgang mit Privatheit und Datenschutz im Internet.
- Bei Personen, die über keinen Schulabschluss verfügen, ist die Online-Privatheitskompetenz dagegen am geringsten ausgeprägt.
- Personen, die einen Hauptschulabschluss besitzen verfügen allerdings nur über wenig mehr Kompetenz und sind ebenso weit unter dem Durchschnitt der Deutschen.
- Personen mit einem Realschulabschluss haben eine durchschnittliche Kompetenz im Umgang mit Privatheit und Datenschutz im Internet.
- Über das meiste Wissen zum Thema Online-Privatheit verfügen Personen mit Abitur. Höhere formale Bildung bedeutet also höhere Online-Privatheitskompetenz.

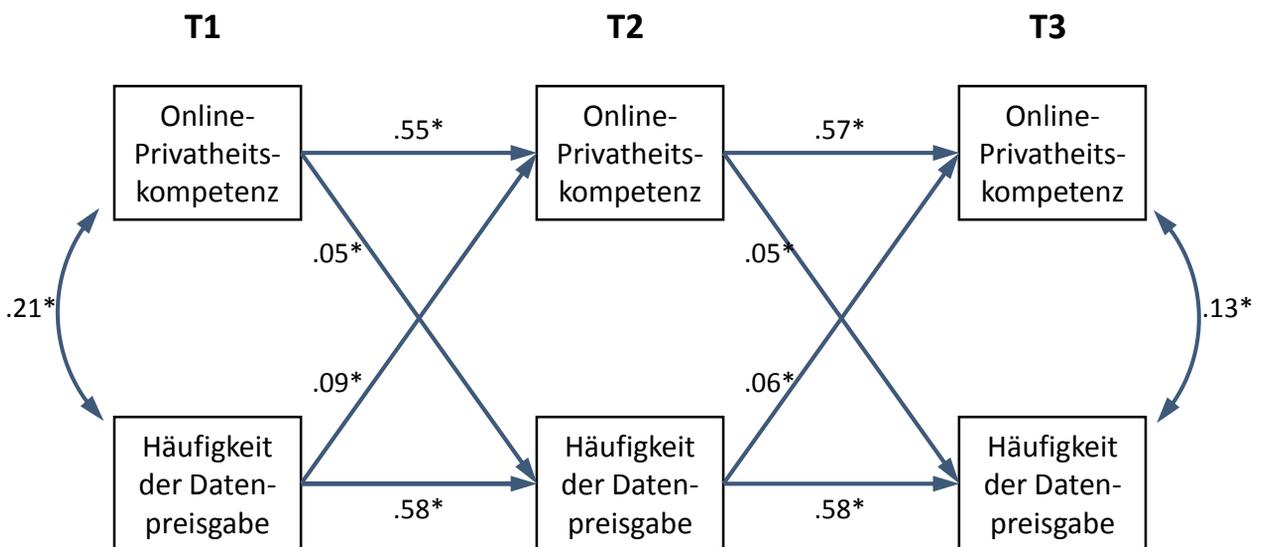


Basis: Alle Befragten der STUDIE 1 ( $n = 2.100$ )

## 5 | Online-Privatheitskompetenz und Datenpreisgabe im Internet

Als nächstes betrachten wir den Einfluss der Online-Privatheitskompetenz auf die **Häufigkeit, mit der personenidentifizierende Daten im Internet preisgegeben** werden. Es wurde konkret abgefragt, wie häufig Informationen wie z.B. Name, Adresse, Telefonnummer, E-Mailadresse oder Finanzinformationen im Internet angegeben werden.

Wir modellieren die Zusammenhänge in einem sogenannten Cross-Lagged-Modell. Dieses Pfadmodell ermöglicht es die Richtung des Zusammenhangs bei gleichzeitiger Berücksichtigung der auto-regressiven Pfade festzustellen.



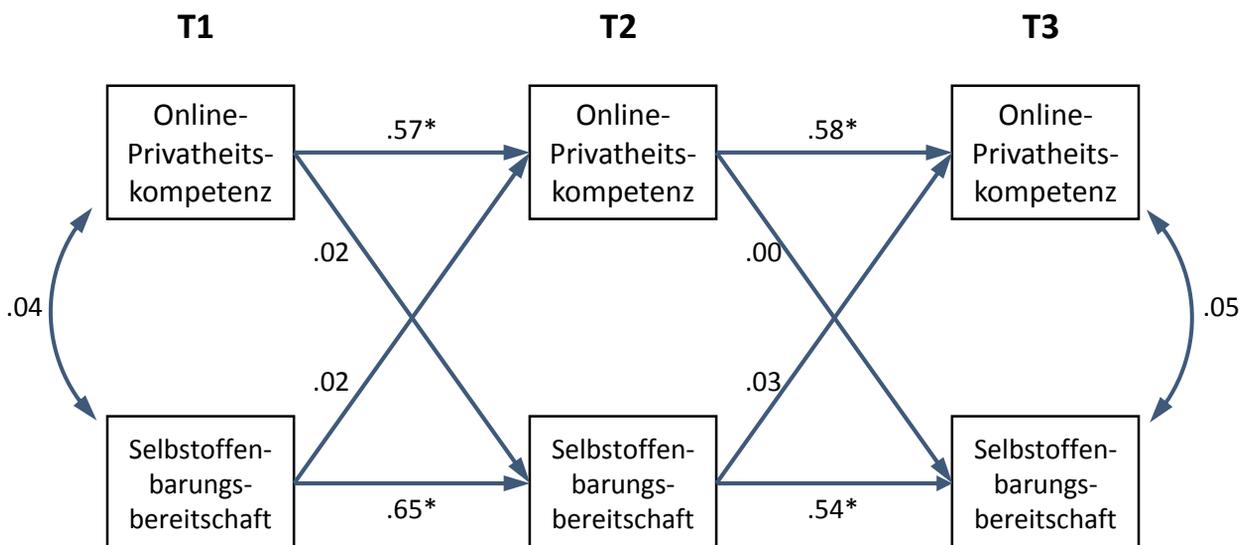
*Anmerkung:* Die Pfade repräsentieren  $\beta$ -Koeffizienten, die als Maß der Zusammenhangsstärke interpretiert werden können (0 = kein Zusammenhang; 1 = perfekter Zusammenhang). Alle Pfade sind signifikant auf einem Niveau von  $\alpha = .05$ . Basis: Alle Befragten der STUDIE 1, die das Internet nutzen (n = 1.524)

- Im Längsschnitt führt mehr Online-Privatheitskompetenz auch zu mehr Datenpreisgabe
- Umgekehrt führt auch eine häufigere Datenpreisgabe zu mehr Online-Privatheitskompetenz
- Dieser Zusammenhang lässt sich über mehrere Wellen hinweg bestätigen
- Dieses Ergebnis steht damit im Gegensatz zur Annahme, dass mehr Online-Privatheitskompetenz zu weniger Datenpreisgabe führen sollte

## 6 | Online-Privatheitskompetenz und Selbstoffenbarung

Hier betrachten wir den Einfluss der Online-Privatheitskompetenz auf **Bereitschaft persönliche und intime Informationen auf sozialen Netzwerken** einem breiteren Publikum mitzuteilen (z. B. in Form von Statusupdates). Es wurde konkret abgefragt, wie bereit man ist, Dinge wie z.B. die persönlichen Gewohnheiten, die tiefsten Gefühle, oder was man an sich mag.

Wir modellieren die Zusammenhänge wieder in einem sogenannten Cross-Lagged-Modell um die Richtung der Zusammenhänge feststellen zu können.



*Anmerkung:* Die Pfade repräsentieren  $\beta$ -Koeffizienten, die als Maß der Zusammenhangsstärke interpretiert werden können (0 = kein Zusammenhang; 1 = perfekter Zusammenhang). Nur die Pfade mit einem \* sind signifikant auf einem Niveau von  $\alpha = .05$ . Basis: Alle Befragten der STUDIE 1, die soziale Netzwerke nutzen (n = 544)

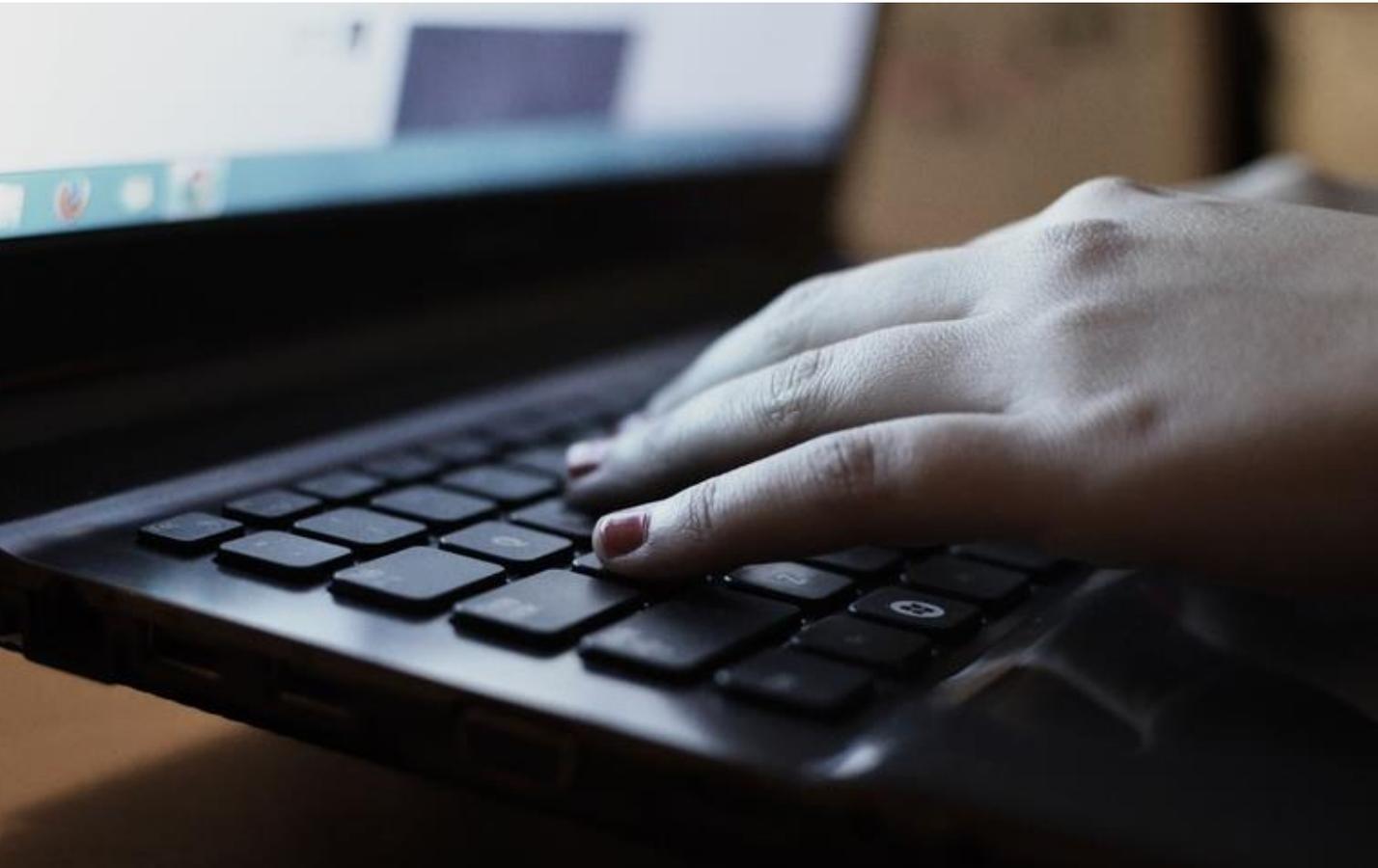
- Im Längsschnitt wie auch im Querschnitt gibt es keine Zusammenhänge zwischen Online-Privatheitskompetenz und der Selbstoffenbarungsbereitschaft auf sozialen Netzwerken
- Menschen mit höherer Privatheitskompetenz sind entsprechend genauso bereit, persönliche Informationen preiszugeben wie Personen mit geringerer Privatheitskompetenz.

## 7 | Untersuchungsdesign der Studie 1

Die Daten der ersten Studie basieren auf den ersten drei Wellen einer dreijährigen Längsschnittstudie, die im Rahmen des Projektes „Privatheit im Wandel“ durchgeführt wird. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert das Projekt (PI: Prof. Dr. Sabine Trepte). Innerhalb des Projektes wird analysiert, wie Personen Privatheit zu verschiedenen Zeitpunkten und unter unterschiedlichen Bedingungen wahrnehmen, bewerten und gestalten. Das Projekt läuft vom 01. November 2013 bis zum 31. Oktober 2017. Es ist angesiedelt im Konsortium Forum Privatheit – Selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt ([www.forum-privatheit.de](http://www.forum-privatheit.de)). Die Laufzeit der Längsschnittstudie beträgt insgesamt 3 Jahre. Die Befragten werden fünfmal befragt.

<b>Auswahlverfahren:</b>	Telefonisches Screening: ADM-Mastersample
<b>Stichprobe:</b>	Deutsche Bevölkerung ab 16 Jahren (repräsentative, proportionale Stichprobe aus der ADM-Auswahlgrundlage für Telefonstichproben)
<b>Stichprobengröße:</b>	2.100 Befragte (Status Mai 2015)
<b>Erhebungsmethode:</b>	Schriftlich-postalisch und online
<b>Erhebungszeitraum:</b>	Mai 2014 bis Mai 2017





# Studie 2: Online Privacy Literacy Scale

*Repräsentative Querschnittsanalyse*

## 8 | Umsetzung von Datenschutzstrategien

In STUDIE 2 wurden neben einer umfangreicheren Erfassung der Online-Privatheitskompetenz auch die Umsetzung konkreter Datenschutzmaßnahmen erfasst. Dazu wurde abgefragt, ob die folgenden konkreten Strategien schon einmal umgesetzt wurden

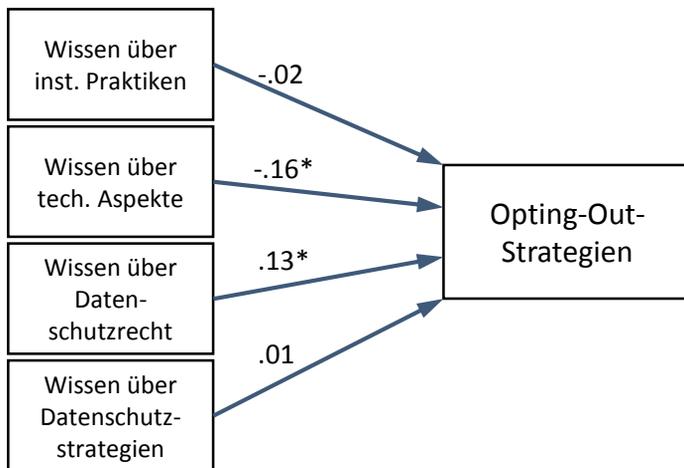
Datenschutzmaßnahme	Ja (%)	Nein (%)
<b>Opting-Out-Strategien</b>		
Aufgehört bestimmte Webseiten zu nutzen	65	35
Aus Sicherheitsbedenken einen Online-Einkauf nicht durchgeführt	57	43
Eine Online-Registrierung nicht durchgeführt, um Daten nicht angeben zu müssen	75	25
Einen Online-Dienst nicht genutzt, um die eigenen Daten nicht für kommerzielle Zwecke herzugeben	63	37
<b>Behaviorale Datenschutzmaßnahmen</b>		
Ein Pseudonym bei der Anmeldung benutzt	53	47
Eine falsche E-Mail-Adresse bei der Anmeldung benutzt	51	49
Im Internetbrowser die Cookies oder den Cache gelöscht	84	16
Den Verlauf des Internetbrowsers gelöscht	84	16
<b>Software-Lösungen</b>		
Eine Verschlüsselungssoftware benutzt	32	68
Anti-Viren-Software regelmäßig geupdatet	95	5
Nutzung von Malware-Programmen	85	15
Nutzung von Anonymisierungstools	35	65
Nutzung von Anti-Tracking-Software	32	68
<b>Rechtliche Maßnahmen</b>		
Anbieter gebeten, persönliche Daten zu löschen	36	64
Anbieter gebeten, persönliche Daten nicht weiterzugeben	40	60

Basis: Alle Befragten der STUDIE 2 ( $n = 1.932$ )

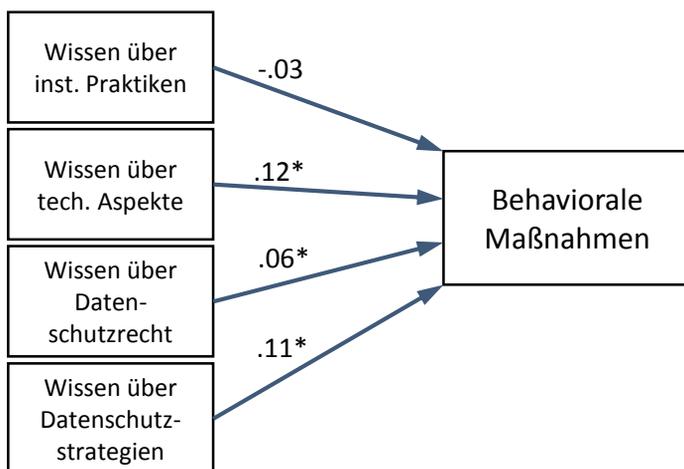


## 9 | Online-Privatheitskompetenz und Datenschutzstrategien

In einem nächsten Schritt untersuchten wir die Zusammenhänge zwischen den Subdimensionen der **Online-Privatheitskompetenz und konkreten Datenschutzmaßnahmen**. Dazu wurde ein multivariates Pfadmodell geschätzt. Die Ergebnisse sind unten in vereinfachter Form dargestellt.



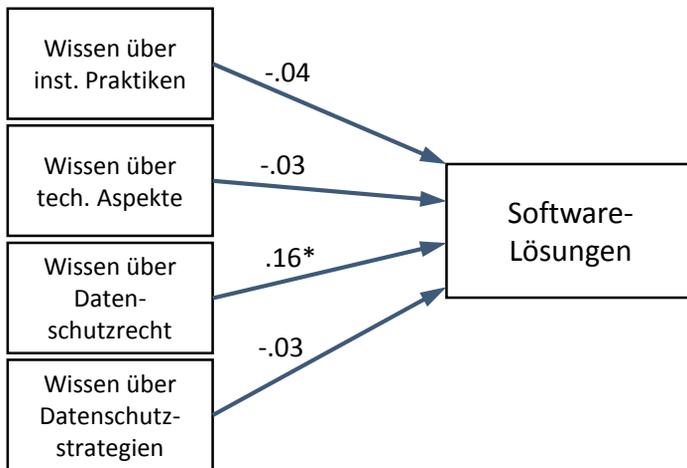
- Internetnutzer, die ein höheres Wissen im Bereich Datenschutzrecht haben, entscheiden sich häufiger, einen Dienst nicht mehr zu nutzen.
- Je mehr technisches Wissen jedoch vorhanden ist, desto weniger wahrscheinlich ist es, das diese Person einen Dienst nicht nutzt.



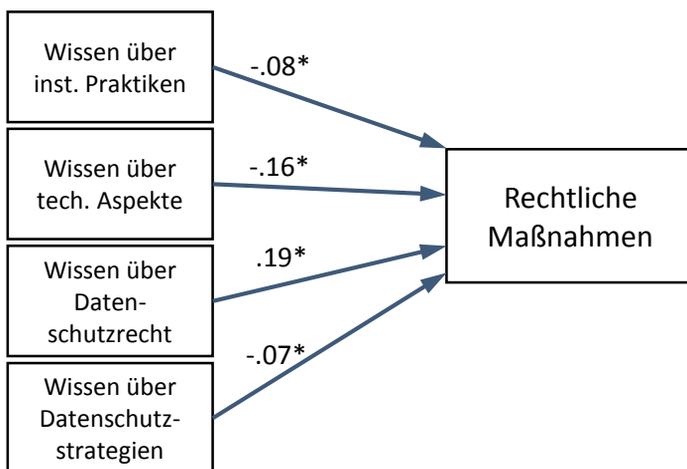
- Je höher das Wissen über technische Aspekte des Datenschutzes und Datenschutzstrategien, desto eher werden Datenschutzmaßnahmen wie das Löschen der Browserinformationen umgesetzt.

Basis: Alle Teilnehmer der STUDIE 2, die die Fragen vollständig beantworten haben ( $n = 1.627$ )

## 9 | Online-Privatheitskompetenz und Datenschutzstrategien



- Nur Nutzer, die auch Kompetenzen im Bereich des Datenschutzrechtes haben nutzen Software-Lösungen um Ihre Privatheit im Internet zu schützen.
- Die anderen Kompetenzbereiche haben keinen Einfluss auf die Nutzung von Datenschutz-software.



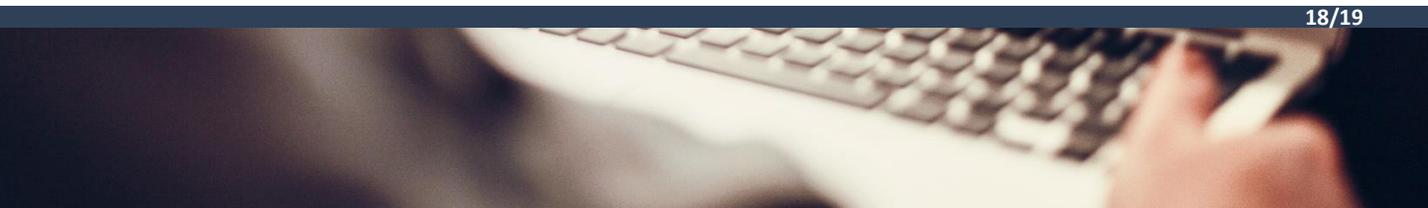
- Je höher das Wissen über die eigenen Rechte, desto häufiger werden diese Rechte auch in Anspruch genommen.
- Je höher jedoch das Wissen in den anderen Bereichen, desto seltener werden rechtliche Schritte unternommen.

Basis: Alle Teilnehmer der STUDIE 2, die die Fragen vollständig beantworten haben ( $n = 1.627$ )

## 10 | Untersuchungsdesign der Studie 2

Die Daten der zweiten Studie basieren auf einer repräsentativen Querschnittstudie, die am Lehrstuhl für Medienpsychologie durchgeführt wurden. Das Hauptziel war die Entwicklung der Online-Privatheitskompetenzskala. In der Online-Befragung wurden insgesamt 24 Wissensfragen zur Erfassung der vier Dimensionen der Online-Privatheitskompetenzskala abgefragt.

<b>Stichprobe:</b>	Deutsche Internetnutzer ab 16 Jahren (quotiert nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland)
<b>Stichprobengröße:</b>	1.932 Befragte
<b>Erhebungsmethode:</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum:</b>	Oktober 2014



## Weitere Publikationen des Lehrstuhls für Medienpsychologie zum Thema Privatheit

Bartsch, M., Dienlin, T. (in press). Control your Facebook: An analysis of online privacy literacy. *Computers in Human Behavior*.

Dienlin, T. (2014). The privacy process model. In S. Garnett, S. Half, M. Herz, & J.-M. Mönig (Hrsg.), *Medien und Privatheit* (pp. 105-122). Passau, Germany: Stutz.

Dienlin, T. (2015). Ist die politische Meinung privat oder öffentlich? Der Blick der Medienpsychologie [Are political opinions private or public? An analysis from a media psychology perspective]. In P. Richter (Ed.), *Privatheit, Öffentlichkeit und demokratische Willensbildung in Zeiten von Big Data* (pp. 111-126). Baden-Baden: Nomos

Dienlin, T., & Trepte, S. (2014). Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors. *European Journal of Social Psychology*.

Trepte, S. (2012). Privatsphäre aus psychologischer Sicht. In J. Schmidt & T. Weichert (Hrsg.), *Datenschutz. Grundlagen, Entwicklungen, Kontroversen* (S. 59-66). Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn.

Trepte, S. (2015). Social Media, privacy, and self-disclosure: The turbulences caused by social media's affordances. *Social Media + Society*, 1 (1). doi: 10.1177/2056305115578681

Trepte, S., & Dienlin, T. (2014). Privatsphäre im Internet. In T. Porsch & S. Pieschl (Eds.), *Neue Medien und deren Schatten* (pp. 53-80). Göttingen: Hogrefe.

Trepte, S., Dienlin, T., & Reinecke, L. (2013). *Privacy, self-disclosure, social support, and social network site use. Research report of a three-year panel study*. Stuttgart, Germany: University of Hohenheim.

Trepte, S., Dienlin, T., Reinecke, L. (2014). Risky behaviors—How online experiences influence privacy behaviors. In B. Stark, O. Quiring, & N. Jakob (Hrsg.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis*. Wiesbaden: UVK.

Trepte, S., Masur, P. K., Scharnow, M. & Dienlin, T. (2015). Privatheitsbedürfnisse verschiedener Kommunikationstypen on- und offline: Ergebnisse einer repräsentativen Studie zum Umgang mit persönlichen Inhalten. *Media Perspektiven*, 5, 250-257.

Trepte, S. & Reinecke, L. (Eds.) (2011). *Privacy online. Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*. Berlin: Springer.

Trepte, S. & Reinecke, L. (2011). The social web as a shelter for privacy and authentic living. In S. Trepte & L. Reinecke (Hrsg.), *Privacy online. Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web* (pp. 61-74). Berlin: Springer.

Trepte, S., & Reinecke, L. (2013). The reciprocal effects of social network site use and the disposition for self-disclosure: A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1102–1112.

Trepte, S., Teutsch, D., Masur, P. K., Eicher, C., Fischer, M., Hennhöfer & A., Lind, F. (2015). Do people know about privacy and data protection strategies? Towards the "Online Privacy Literacy Scale" (OPLIS). In S. Gutwirth, R. Leenes & P. de Hert (Hrsg.), *Reforming European Data Protection Law*. (pp. 333-365). Dordrecht: Springer





Lehrstuhl für Medienpsychologie  
Prof. Dr. Sabine Trepte  
Universität Hohenheim  
70599 Stuttgart

Tel.: (0711) 459-22654  
Fax: (0711) 459-23746

[www.medienpsychologie.uni-hohenheim.de](http://www.medienpsychologie.uni-hohenheim.de)