

1. Vorgehensweise bei der Öffentlichkeitsarbeit

Die Anwendung von Algorithmen für Preissetzungen online ist von medialem Interesse, allerdings von vielen Unsicherheiten und mangelndem Wissen geprägt. Das Projektteam startete das Projekt deshalb mit einer Presseaussendung zur Ankündigung des Vorhabens und Sensibilisierung der Öffentlichkeit. Die Ergebnisse sowie das Folgeprojekt wurden in einer weiteren Aussendung veröffentlicht.

Neben der allgemeinen Öffentlichkeit ist das Thema für die wissenschaftliche Community von Interesse. In dem Zusammenhang wurden viele Gespräche mit anderen Forschenden geführt. Ebenso wurde der Kontakt mit Stakeholdern hergestellt bzw. gepflegt. Das betrifft zum einen VerbraucherInnenschutz-Organisationen, aber auch Interessensvertretungen des Online-Handels sowie auch Wettbewerbsbehörden.

Es wurde als zusätzliches Element zudem ein Video mit Expertinnen und Experten aus dem Team und einem externen Experten der Preisvergleichsplattform Geizhals gedreht. In diesem wurden die Ergebnisse des Projekts besprochen und analysiert – das Gespräch wurde in kurze Clips geschnitten, die unterstützen sollen, dass die Ergebnisse eine breite Öffentlichkeit erreichen.

2. Aktivitäten

1	<i>Presseaussendungen</i>	Dezember 2018, Jänner 2020
2	<i>Medienberichte</i>	ACR-Newsletter, die Presse, Salzburger Nachrichten
3	<i>Interview</i>	Louise Horvath, zitiert in „Überwacht im Netz – Warum wir für ein gerechtes Internet kämpfen müssen“ – Ingrid Brodnig
4	<i>Gespräche mit Stakeholdern</i>	VertreterInnen der britischen, deutschen und österreichischen Wettbewerbsbehörde, Arbeiterkammer Wien und Niederösterreich, Handelsverband, Antidiskriminierungsstelle des Bundes, Geizhals, Wirtschaftskammer
5	<i>Gespräche mit Forschenden</i>	Christo Wilson (Berkman Klein Center for Internet & Society, Harvard University), Aniko Hannak (Complex Systems, Wien), Andrea Grisold (WU Wien), Emilio Calvano (Universität Bologna)
6	<i>Blogbeiträge</i>	netidee/preiswert
7	<i>Videoanalyse der Studienergebnisse</i>	netidee/preiswert
8	<i>Transferworkshop</i>	Arbeiterkammer Wien/NÖ, WU Wien, Wirtschaftskammer und Ciuvo.

3. Learnings

Manche Forschungsthemen wie jenes von dem vorliegenden Projekt erregen großes Aufsehen, sind aber auch aufgrund großer Forschungslücken anfällig für verzerrende und falsche Berichterstattungen. Die Gestaltung von Preisen durch Algorithmen beunruhigt Konsumentinnen und Konsumenten, wenn sie das Gefühl bekommen dies diskriminiere sie oder sei nicht transparent. Es wurde deshalb in preis.wert versucht eine Kommunikationsstrategie zu wählen, die nicht vorschnell unzureichend erforschte Erkenntnisse verbreitet. Dies war über Presseaussendungen gut möglich, zum anderen erwies sich der Austausch mit anderen Forschenden und Stakeholdern in diesem Bereich als ein guter Weg Information über das Projekt nach außen zu tragen.