

DELUCKS

Whitepaper zu Cookie- Bannern und Website- Datenschutz

DELUCKS GmbH · April 2023



Von: Severin Lucks



Inhalte

Hintergrund	03
Umfragegröße	04
Zusammenfassung	05
Akzeptanz von klassischen Cookie-Bannern	06
Verhalten bei Cookie-Bannern von Verlagen mit Abonnement-abhängigen Cookies	08
Persönliche Einstellung und Maßnahmen zum Datenschutz	11
Maßnahmen-Empfehlung für Website-Betreiber	13

Hintergrund

Seit der Einführung der DSGVO im Jahr 2016 hat sich für Website-BetreiberInnen einiges geändert. Sie sind nun verpflichtet, ihren Besucherinnen und Besuchern transparent Analyse- und Marketing-Tools aufzulisten, welche auf der Website eingesetzt werden. Auch müssen sie sicherstellen, dass Cookies erst nach Einverständnis der Nutzerinnen und Nutzer geladen werden, was durch ein sogenanntes Cookie-Banner geschieht. Die DSGVO schreibt außerdem vor, dass eine Weitergabe von Nutzerdaten ohne deren Einverständnis nicht mehr möglich ist.

Während diese Änderungen zweifellos dazu beigetragen haben, den Schutz der Privatsphäre im Internet zu verbessern, haben sie auch Auswirkungen auf die Erfassung von Website-Statistiken. Durch das Opt-In werden nicht mehr alle Nutzerinnen und Nutzer statistisch erfasst, was zu einer Verzerrung der Daten führen kann. Wie stark dieser Einfluss ist, ist allerdings bislang unklar und es gibt keine offiziellen oder neutralen Zahlen dazu.

Um diese Lücke in der Forschung zu schließen, haben wir eine eigene Umfrage gestartet. In diesem Whitepaper präsentieren wir Ihnen die Ergebnisse unserer Studie und zeigen auf, welchen Einfluss Cookie-Banner auf die Erfassung von Website-Statistiken haben. Überdies geben wir Empfehlungen, wie Website-BetreiberInnen mit diesem Thema umgehen können, um den Schutz der Privatsphäre zu gewährleisten und gleichzeitig aussagekräftige Daten zu erhalten.

Umfragegröße



Zeitpunkt
13.02.2023



Fehlerquote
+/- 4,264%



Teilnehmer
550 Personen



Ort / Land
Deutschland

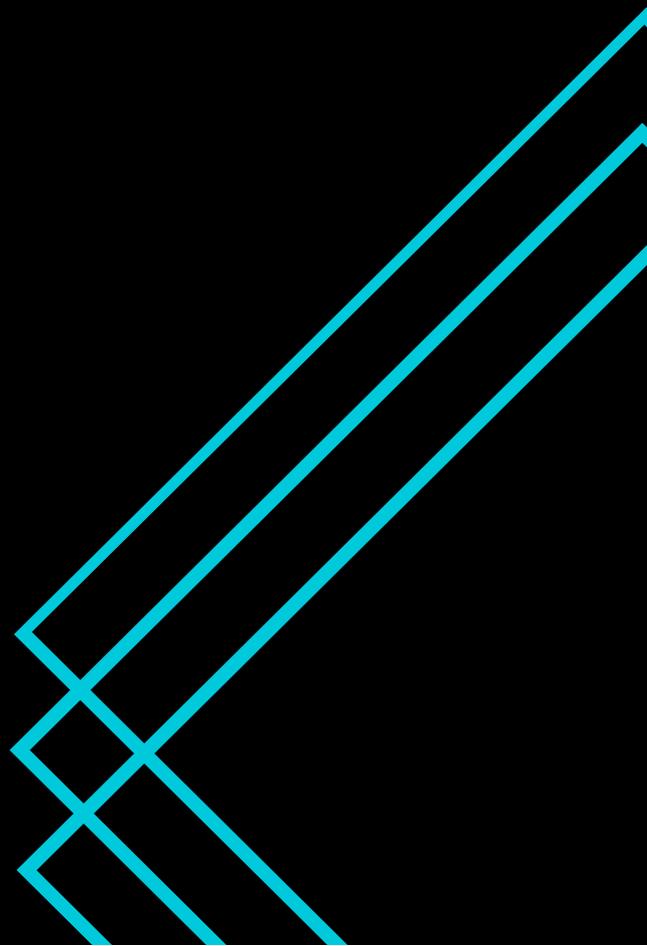
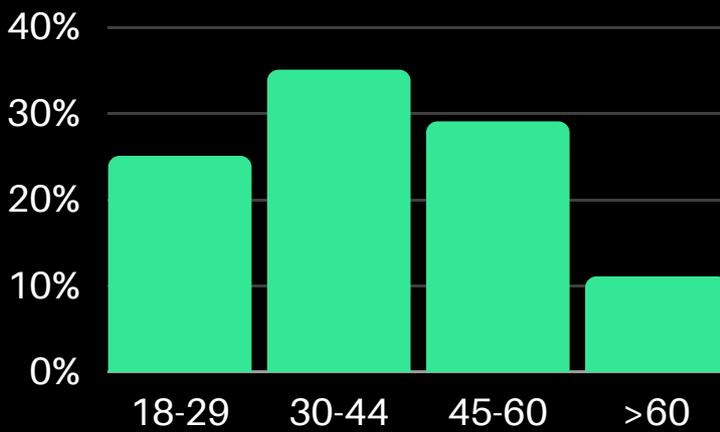


Tool
Monkey Survey



Geschlecht
50% W / 50% M

Alter der TeilnehmerInnen



Zusammenfassung

Obwohl 43 % Befragten angeben, dass sie ihnen Datenschutz wichtig ist, lehnen tatsächlich nur 32 % Cookies ab ("Opt-Out-Quote") oder passen die Einstellungen an. Diese Abweichung ist bei Ökonomen als Privacy-Paradox bekannt und trifft wohl auch bei Cookie-Bannern zu.

Die Akzeptanz von Cookie-Bannern und die Einstellung zum Datenschutz im Allgemeinen hängen nicht von der Bildung ab.

Die Altersgruppe der 30- bis 44-jährigen Menschen zeigt mit 76 % jedoch eine deutlich höhere Akzeptanz ("Opt-In-Quote") als jüngere oder ältere Menschen, obwohl deren Einstellung zum Datenschutz nahezu identisch ist. Bei Menschen über 45 Jahren liegt die Opt-In-Quote bei maximal 60 %.

Ein etwas konträreres Bild zeigt sich bei Social-Media-NutzerInnen: Diese stimmen tendenziell zu 82 % Cookie-Bannern zu, wogegen Newsletter-AbonentInnen nur zu 58 % zustimmen.

Bei Verlags-Websites, deren Cookies meist nur durch Abschluss eines kostenpflichtigen Abonnements abgelehnt oder reduziert werden können, zeigt sich ein noch extremeres Bild: Hierbei tendieren nur 52 % der Menschen, Cookies zu akzeptieren. 26 % der Leute wechseln stattdessen in den Inkognito-Modus oder verlassen die Website sofort.

Abschließend müssen wir darauf hinweisen, dass alle Fragen online und über SurveyMonkey erhoben worden sind. Dadurch, dass die Befragten dort registriert sein und dem Datenschutz zugestimmt haben müssen, könnte eine grundsätzlich positivere Einstellung zum Datenschutz angenommen werden als bei Menschen, welche sich für solche Dienste aus Datenschutzgründen gar nicht erst registrieren.

Akzeptanz von klassischen Cookie-Bannern

Wir schätzen Ihre Privatsphäre

Indem Sie auf „Alle Cookies akzeptieren“ klicken, stimmen Sie der Speicherung von cookies auf Ihrem Gerät und der damit verbundenen Datenverarbeitung zu, um die Website-Navigation zu verbessern, die Website-Nutzung zu analysieren und unsere Marketing- und Leistungsbemühungen zu unterstützen. Sie können Ihre Einwilligung jederzeit über die Schaltfläche „Einstellungen verwalten“ in unserer Cookie Mitteilung widerrufen.

Cookie Hinweis [Einstellungen verwalten](#)

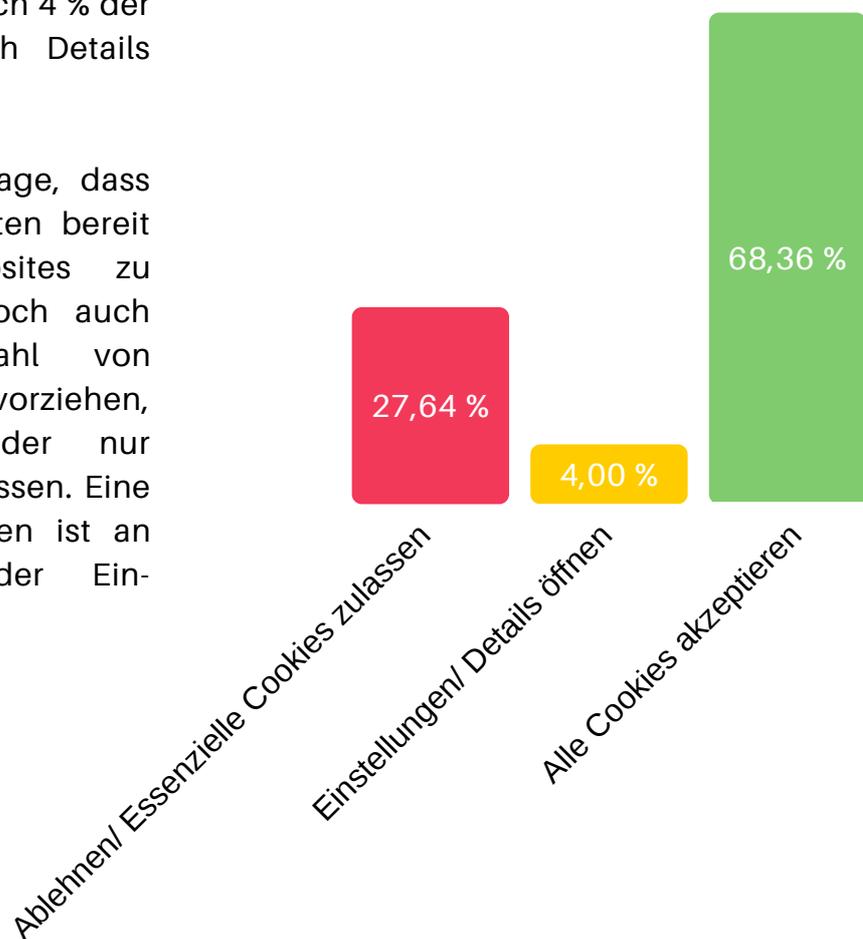
Cookies ablehnen

Alle Cookies akzeptieren

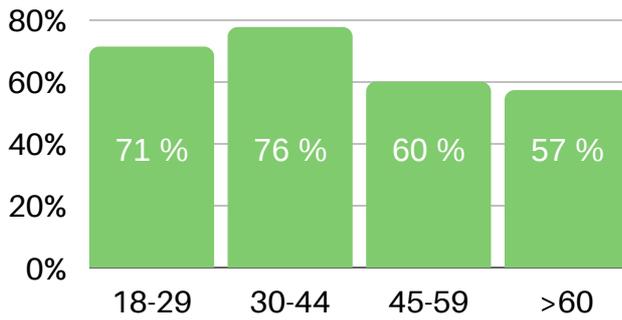
Die Umfrageergebnisse zeigen, dass rund 68 % der Befragten bereit sind, alle Cookies auf einer Website mit „klassischem“ Cookie-Banner zu akzeptieren. 28 % der Befragten lehnen Cookies ab. Lediglich 4 % der Befragten gaben an, sich Details anzeigen zu lassen.

Insgesamt zeigt die Umfrage, dass eine Mehrheit der Befragten bereit ist, Cookies auf Websites zu akzeptieren. Es gibt jedoch auch eine signifikante Anzahl von NutzerInnen, die es vorziehen, Cookies abzulehnen oder nur essenzielle Cookies zuzulassen. Eine Minderheit der NutzerInnen ist an zusätzlichen Details oder Einstellungen interessiert.

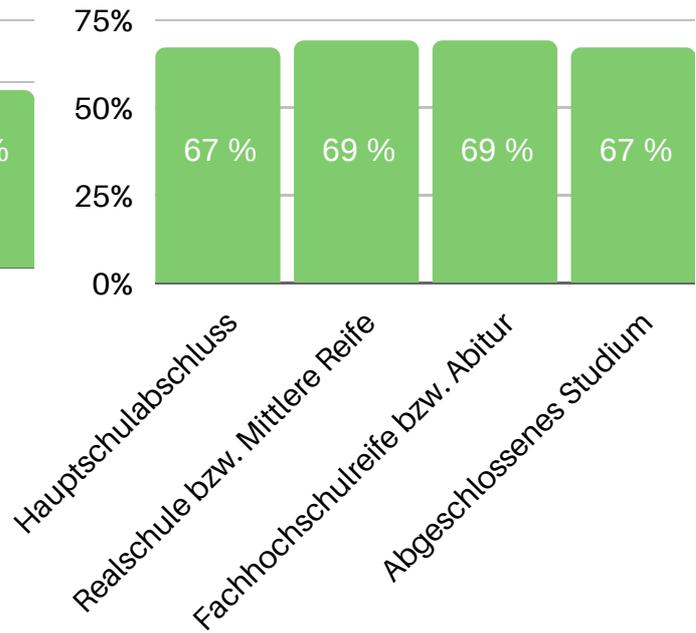
Welche Option wählen Sie meistens bei Cookie-Bannern?



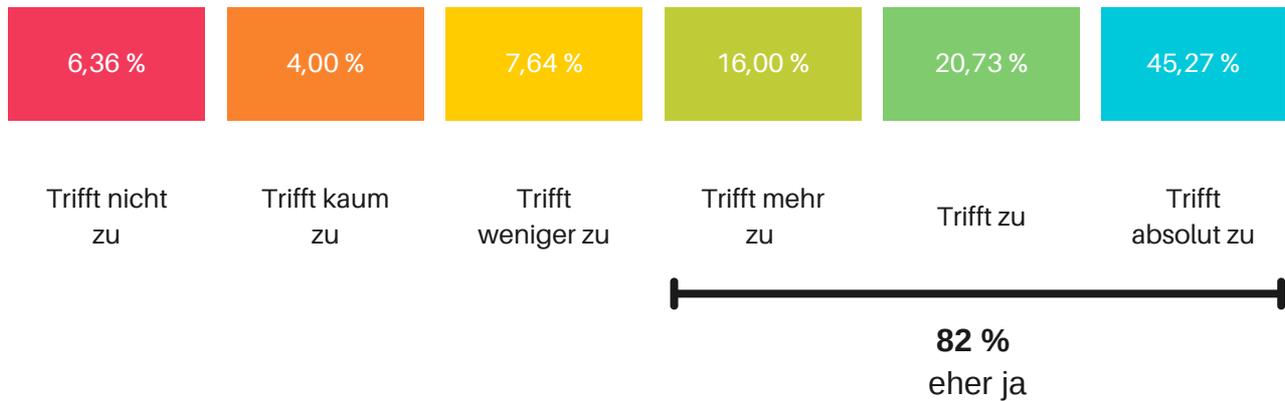
Akzeptanz von Cookies nach Alter



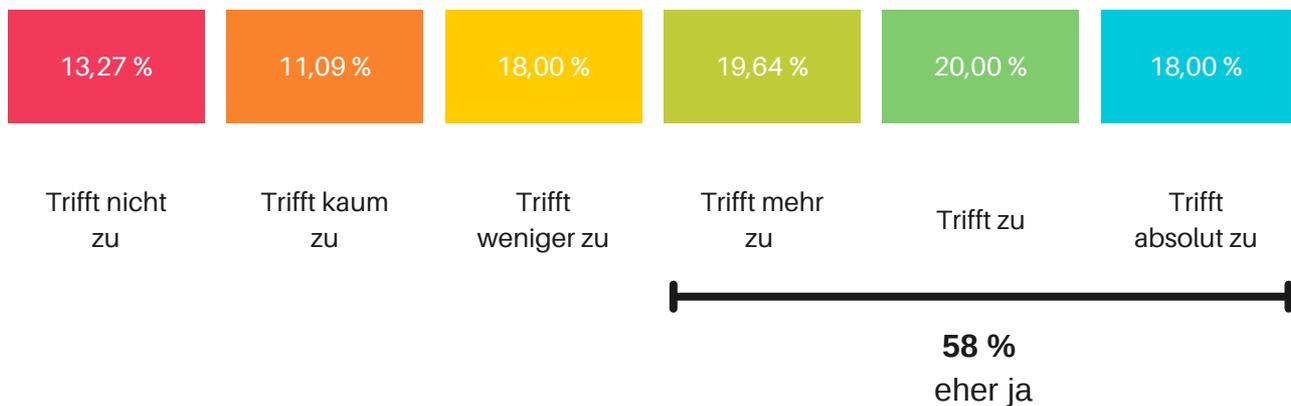
... nach Abschluss



... nach Social-Media-Nutzung



... nach Newsletter-Nutzung



Verhalten bei Cookie-Bannern von Verlagen mit Abonnement-abhängigen Cookies

Datenschutz und Nutzungserlebnis auf **www.zeitung.de**

Ohne Tracking und Cookies* nutzen

Nutzen Sie **www.zeitung.de** ohne Tracking, Cookies und personalisierte Werbung für 3,99 EUR/Monat (rabattiert für **www.zeitung.de**-Abonnenten 2,99 EUR/Monat). Informationen zur Datenverarbeitung im **www.zeitung.de**-Abo finden Sie in unserer [Datenschutzerklärung](#) und in den [FAQ](#).

Wenn Sie **www.zeitung.de** abonnieren, können Sie die auf **www.zeitung.de** verfügbaren Inhalte ohne Tracking und Cookies* lesen. Sofern Sie bereits **www.zeitung.de** Abonnent sind und **www.zeitung.de** zusätzlich abonnieren, können Sie auch die **www.zeitung.de**-Inhalte ohne Tracking und Cookies* lesen.

* In **www.zeitung.de** werden keine einwilligungspflichtigen Datenverarbeitungen vorgenommen und nur solche Cookies und ähnliche Technologien verwendet, die zur Erbringung dieses Dienstes unbedingt erforderlich sind.

Jetzt **www.zeitung.de abonnieren**

Sie haben bereits ein **www.zeitung.de** Abo? [Jetzt anmelden](#)

Mit Tracking und Cookies nutzen

Sie können unser Angebot auch nutzen, ohne einen Vertrag abzuschließen. Wir übermitteln in diesem Fall personenbezogene Daten an [Drittanbieter](#), die uns helfen, unser Webangebot zu verbessern und zu finanzieren. In diesem Zusammenhang werden auch Nutzungsprofile (u.a. auf Basis von Cookie-IDs) gebildet und angereichert, auch außerhalb des EWR verarbeitet. Hierzu übermitteln wir an diese Drittanbieter auch Ihre Privatsphäreinstellungen bzw. Präferenz in Form einer codierten Zeichenfolge (so. TC-String). Hierfür und um bestimmte Dienste zu nachfolgend aufgeführten Zwecken verwenden zu dürfen, benötigen wir Ihre Einwilligung. Indem Sie "Alle akzeptieren" klicken, stimmen Sie diesen (jederzeit widerruflich) zu. Dies umfasst auch Ihre [Einwilligung in die Übermittlung bestimmter personenbezogener Daten in Drittländer, u.a. die USA](#), nach Art. 49 (1) (a) DSGVO. Sie können Ihre Auswahl jederzeit unter "Widerruf Tracking" am Seitende mit Wirkung für die Zukunft widerrufen.

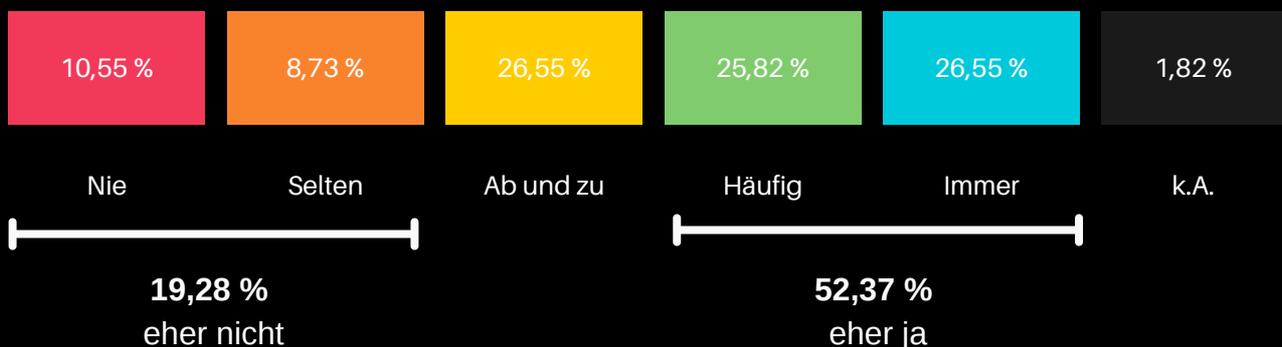
- ▶ Informationen auf einem Gerät speichern und/oder abrufen
- ▶ Personalisierte Anzeigen und Inhalte, Anzeigen- und Inhaltsmessungen, Erkenntnisse über Zielgruppen und Produktentwicklungen
- ▶ Fremdinhalte anzeigen (Soziale Netzwerke, Videos)
- ▶ Verwendung und Weitergabe von Nutzerkennungen zu Werbezwecken

Alle akzeptieren

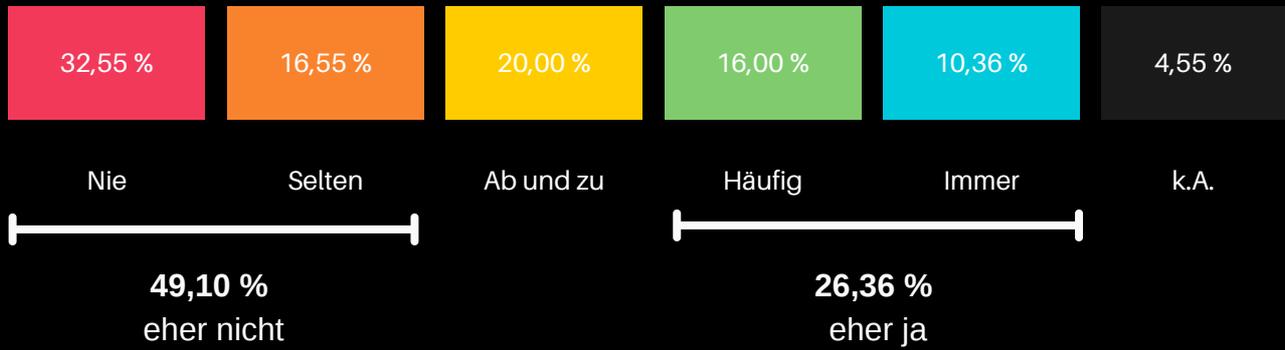
Details dazu finden Sie im [Privacy Center](#).

[FAQ](#) | [Datenschutzerklärung](#) | [Impressum](#)

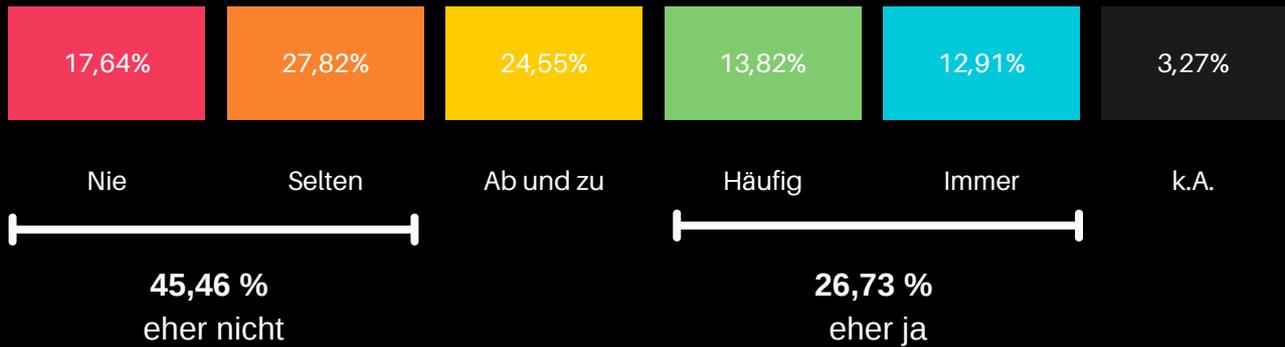
Es gibt einen Sonderfall für Cookie-Banner von Verlagen. Diese können sich auf das „berechtigte Interesse“ im Datenschutzrecht berufen, um Cookies abhängig von Abo-Status ihrer LeserInnen zu setzen. Auf die Frage, ob NutzerInnen Cookies akzeptieren, um das Verlagsangebot kostenlos zu nutzen, antworteten diese:



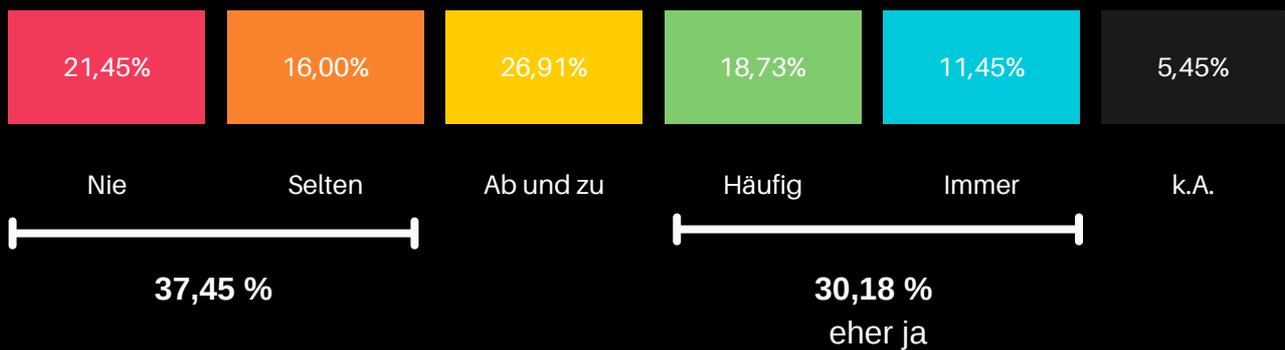
„Ich wechsele in den Inkognito-Modus meines Browsers, um die Cookies zu akzeptieren und das Verlagsangebot kostenlos zu nutzen.“



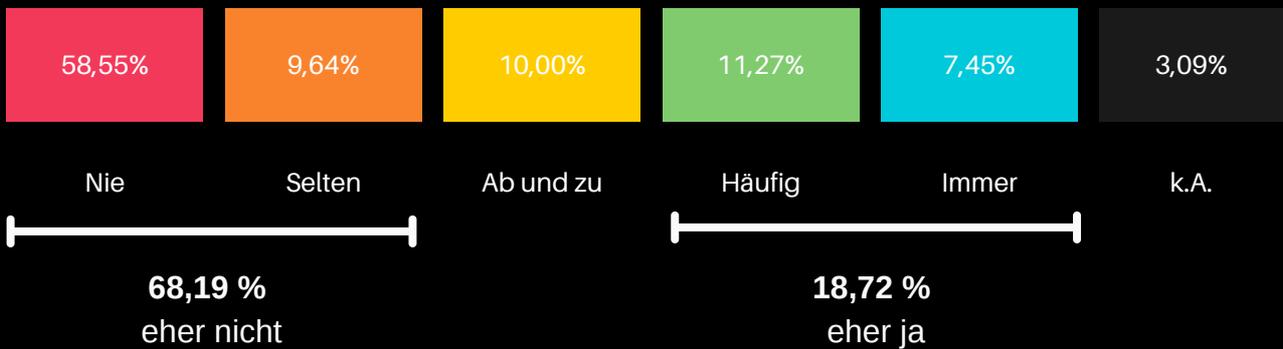
„Ich verlasse die Website sofort.“



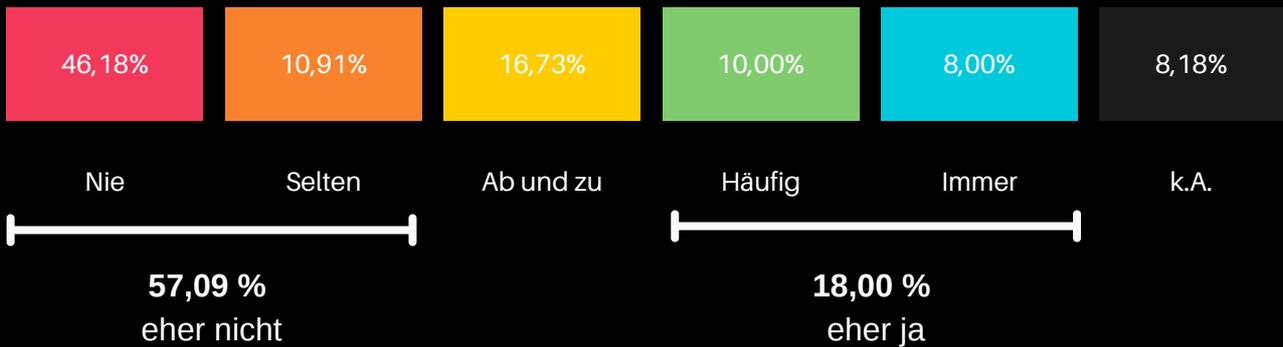
„Ich versuche das Cookie-Banner zu umgehen.“



„In manchen Fällen schließe ich deswegen ein kostenpflichtiges Abo ab, um das Verlagsangebot ohne Marketing-Cookies zu nutzen.“



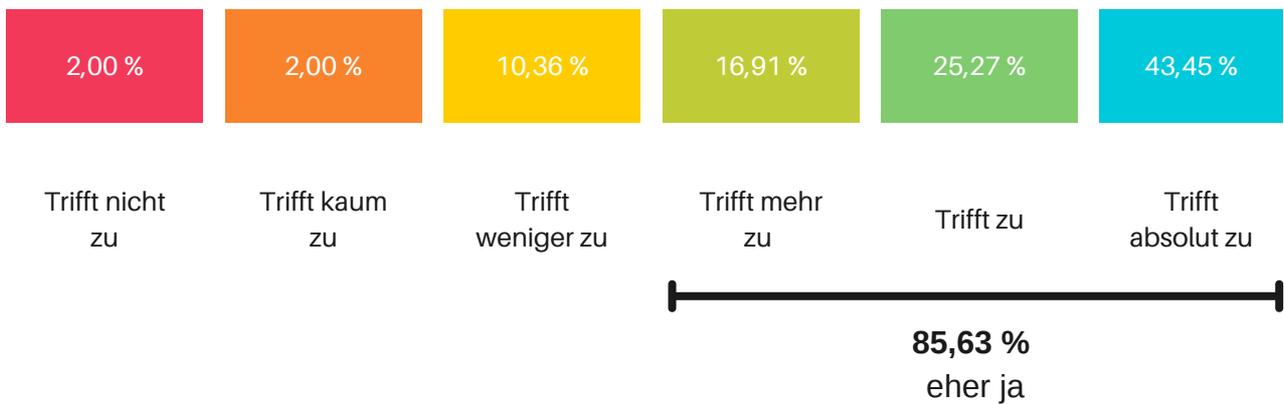
„Meine Entscheidung, ein kostenpflichtiges Abonnement abzuschließen, hängt mit den Cookies zusammen.“



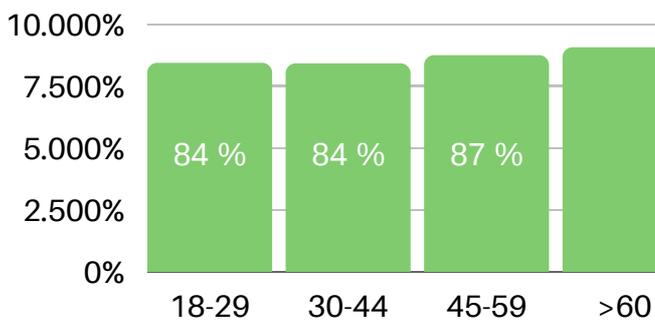
Persönliche Einstellung und Maßnahmen zum Datenschutz

Um die NutzerInnen besser kennenzulernen und herauszufinden, was sie zum Schutz ihrer persönlichen Daten unternehmen, haben wir abgefragt, inwiefern sie auf folgende Punkte zustimmen:

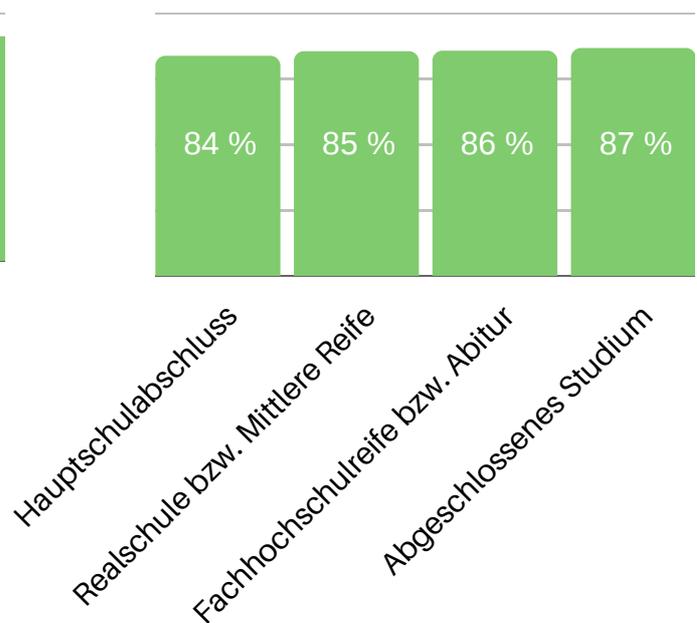
Mir ist Datenschutz wichtig.



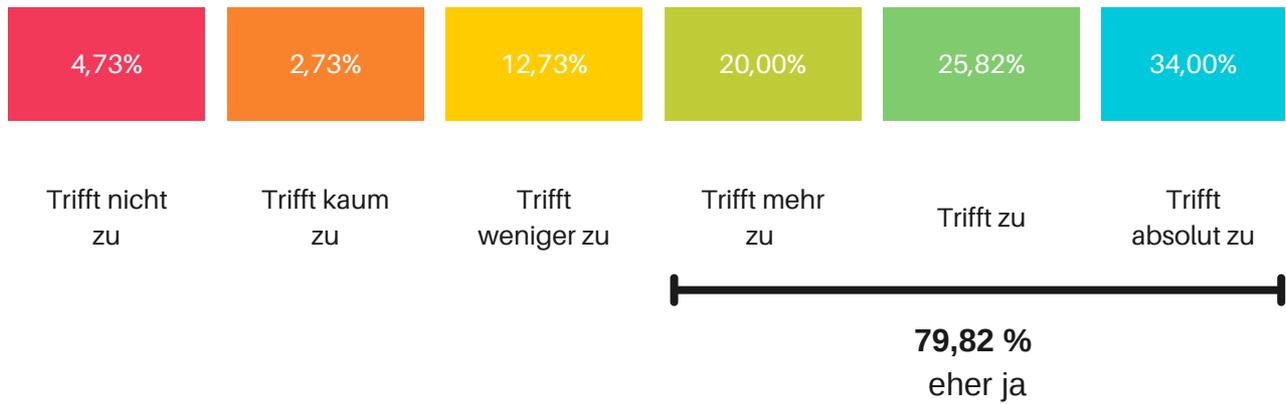
"Eher ja" nach Alter



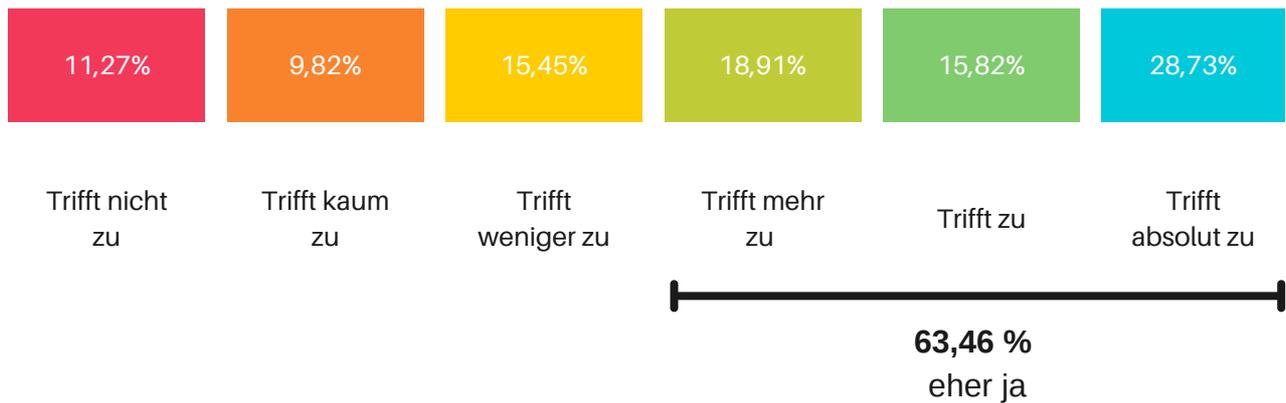
... nach Abschluss



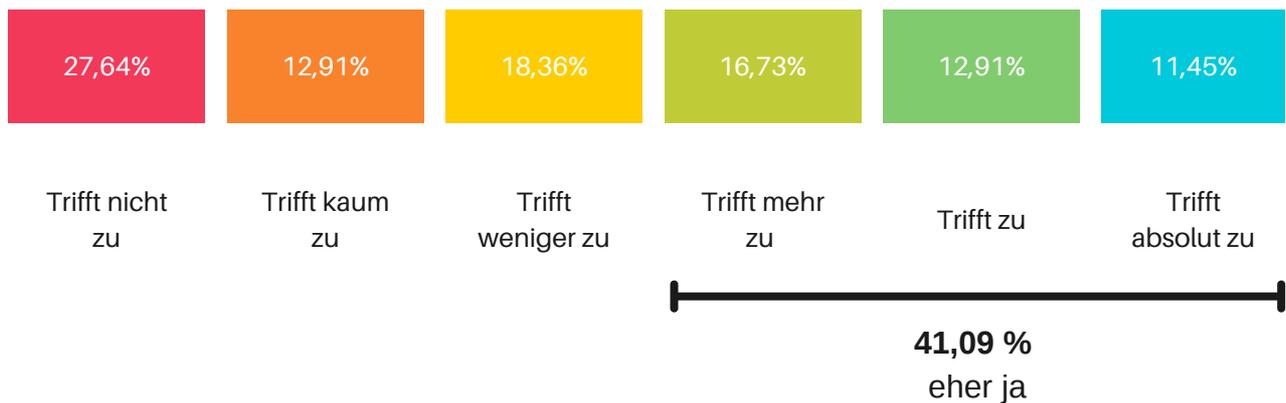
Anonyme Statistiken wären für mich OK.



Ich lösche regelmäßig meinen gesamten Browser-Verlauf.



Ich nutze regelmäßig den Inkognito-Modus meiner Browser.

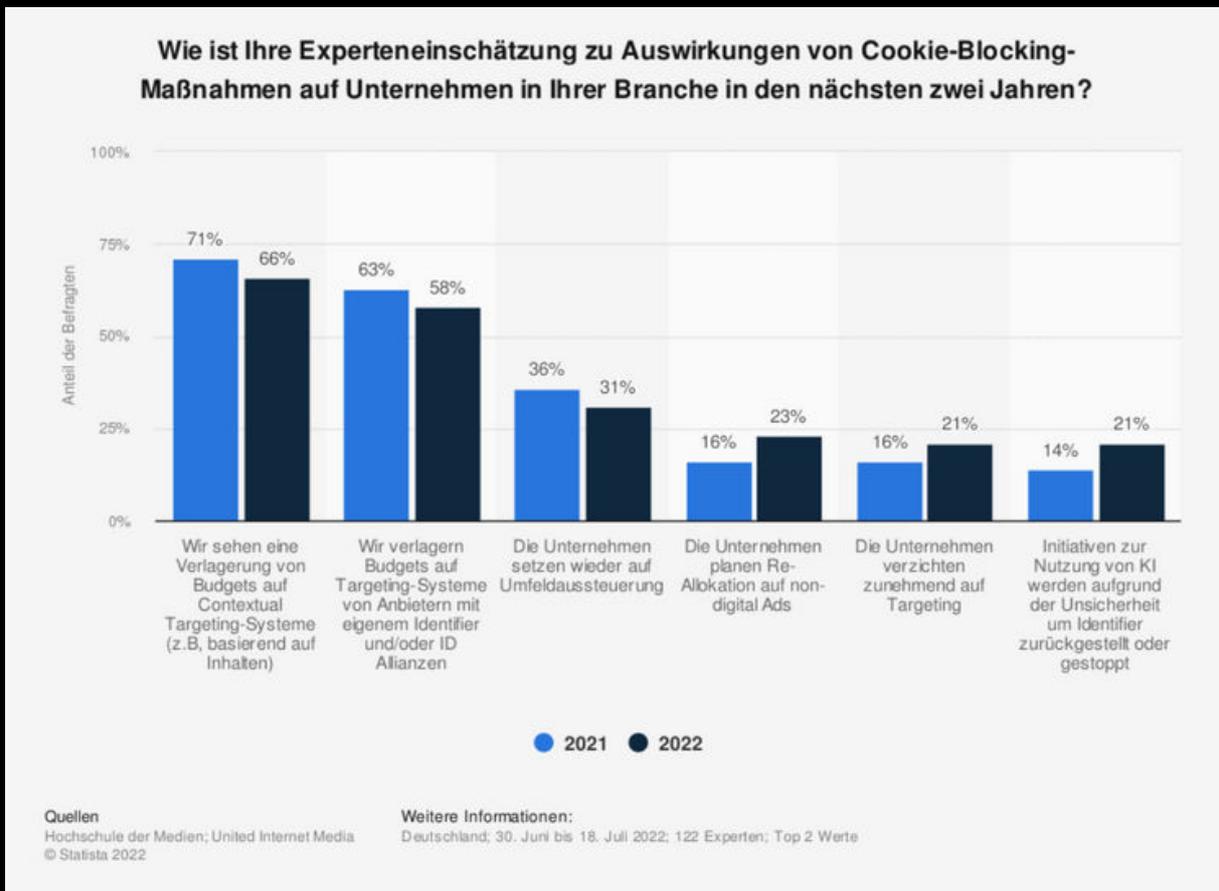


Maßnahmen-Empfehlung für Website-BetreiberInnen

Je nach Demografie der Zielgruppe müssen Marketer und Website-BetreiberInnen von stärker oder weniger starken Einschränkungen in ihren Statistiken und Tracking-Tools eingehen. Je älter das Publikum, desto sensibler wird reagiert.

Um bei der Analyse von Websites und ihrer Nutzerfreundlichkeit möglichst alle NutzerInnen zu erfassen, können Marketer und Website-BetreiberInnen anonyme und cookiefreie Statistiken einsetzen, welche keine Daten an Server außerhalb der EU und Geltung der DSGVO senden. Durch das berechtigte Interesse an der Nutzerfreundlichkeit des eigenen Internetauftritts sind die Chancen groß, dass DatenschützerInnen den Einsatz solcher Tools ohne Cookie-Banner-Opt-In erlauben.

Obwohl sich nachfolgende Befragung auf die vergangenen Jahre bezieht, werden sich auch 2023 Marketer und Website-BetreiberInnen weiterhin auf andere Werbemaßnahmen konzentrieren, die weniger Cookie-basiert sind.



Über uns

DELUCKS

Severin Lucks und sein Team unterstützen Marketing-ExpertInnen bei der Effizienzsteigerung ihrer Online-Kommunikation und -Werbung. Durch Schulungen, Beratung und Support.

Severin ist Performance-Marketing-Berater, SEO-Trainer und Software-Unternehmer



[severin.lucks](https://www.linkedin.com/company/severin-lucks)



[delucks.com](https://www.delucks.com)

