

## **Google revidiert Cookie-Plan: Nutzer entscheiden jetzt selbst**

Google ändert seinen Kurs zu Cookies in Chrome: Nutzer können künftig aktiv entscheiden, welche Cookies sie zulassen.

Eine kürzliche Entscheidung von Google hat weitreichende Implikationen für das Online-Werbewesen und den Datenschutz der Nutzer. Der Technologiekonzern hat seine ursprünglichen Pläne über Bord geworfen, Drittanbieter-Cookies in seinem populären Webbrowser Chrome zu blockieren. Stattdessen wird nun den Nutzern die Möglichkeit eingeräumt, diese Cookies selbst zu deaktivieren.

### **Die Rolle der Cookies**

Cookies sind kleine Datensätze, die auf den Computern und Smartphones der Nutzer gespeichert werden. Sie ermöglichen es Websites, Nutzer zu erkennen und deren Besuchserfahrung zu personalisieren. Drittanbieter-Cookies stammen jedoch nicht von der besuchten Seite selbst, sondern werden beispielsweise von Werbefirmen gesetzt. Diese Technik erlaubt es den Anbietern, Nutzer über verschiedene Webseiten hinweg zu verfolgen und individuell zugeschnittene Werbeanzeigen zu schalten.

### **Der Widerstand der Branche**

Der Schritt von Google kommt nicht überraschend, da der Konzern in den letzten Jahren erheblichem Druck von Werbeanbietern und Regulierungsbehörden ausgesetzt war. Der

Marktanteil von Chrome liegt bei über 60 Prozent, was zur Sorge führte, dass die vollständige Eliminierung von Drittanbieter-Cookies Googles Werbekonkurrenten schädigen könnte. In der Vergangenheit waren Browser wie Safari von Apple und Firefox durch das Standardblockieren dieser Cookies bereits einen Schritt weiter gegangen.

## **Regulierungen und Bedenken**

Seit 2021 stehen britische Aufsichtsbehörden der ursprünglichen Google-Planung skeptisch gegenüber und untersuchen mögliche Wettbewerbsverzerrungen im digitalen Werbemarkt. Es gibt Befürchtungen, dass die geplante Änderung den Wettbewerb zugunsten von Googles eigenen Werbetricks fördern könnte, was zu einer Monopolisierung des Marktes führen könnte.

## **Blick in die Zukunft**

Im Rahmen der neuen Strategie betont Google die Bedeutung einer „bewussten Entscheidung“ der Nutzer in Bezug auf Cookies, was bedeutet, dass jedem Nutzer verdeutlicht werden soll, welche Daten er erheben und wie diese verwendet werden. Das Unternehmen hat angekündigt, weiterhin Gespräche mit Regulierungsbehörden zu führen, um den Vorschlag in eine breitere Datenschutzstrategie zu integrieren.

Die Entwicklungen bei Google reflektieren einen bedeutenden Trend im Umgang mit Privatsphäre und Online-Datenschutz. Nutzer und Regulierer verfolgen aufmerksam, wie sich dies auf den digitalen Werbemarkt auswirken wird, da der Druck auf Unternehmen, transparent zu arbeiten und das Vertrauen der Verbraucher zurückzugewinnen, stetig wächst.

- **NAG**

**Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://n-ag.de)**