

## **Google überdenkt Cookies: Nutzer sollen Kontrolle über Daten erhalten**

Google ändert Kurs bei Cookies in Chrome: Nutzer sollen aktiv entscheiden, während die Werbewirtschaft auf Widerstand stößt.

In der digitalen Welt von heute spielen Cookies eine zentrale Rolle beim Surfen im Internet. Diese kleinen Dateien speichern Informationen über die Nutzeraktivitäten und ermöglichen dadurch ein personalisiertes Surf-Erlebnis. Angesichts zunehmender Kritik hat Google nun seine Strategie bezüglich der Verwendung von Drittanbieter-Cookies in seinem Browser Chrome geändert. Diese Kehrtwende könnte weitreichende Folgen für die gesamte Online-Werbewirtschaft haben.

### **Google Modifiziert seinen Ansatz zu Cookies**

Google hatte ursprünglich geplant, Drittanbieter-Cookies in Chrome schrittweise zu entfernen, um die Privatsphäre der Nutzer zu stärken. Dieser Plan ist jedoch gescheitert, nachdem massive Bedenken von Seiten der Werbebranche und von Regulierungsbehörden geäußert wurden. Anstatt die Cookies zu blockieren, wird Chrome-Nutzern nun die Möglichkeit gegeben, diese aktiv zu deaktivieren.

### **Warum Cookies so umstritten sind**

Drittanbieter-Cookies sind kleine Datensätze, die nicht von der besuchten Website selbst, sondern von Werbefirmen gesetzt werden. Sie ermöglichen es, Nutzer über verschiedene Webseiten hinweg zu verfolgen und somit zielgerichtete

Werbung zu schalten. Diese Vorgehensweise hat in den letzten Jahren vermehrt zu Kritik geführt, da viele Nutzer sich in ihrer Privatsphäre eingeschränkt fühlen. Webbrowser wie Safari und Firefox haben bereits standardmäßig Maßnahmen getroffen, um diese Cookies zu blockieren, was Google unter Druck setzte.

## **Die Reaktion der Regulierungsbehörden**

Bereits seit 2021 prüfen britische Aufsichtsbehörden, ob das ursprüngliche Vorhaben von Google den Wettbewerb auf dem Markt für digitale Werbung beeinträchtigen könnte. Der Marktanteil von Chrome übersteigt 60 Prozent, was bedeutet, dass jede Änderung weitreichende Auswirkungen auf den Werbemarkt haben könnte. Regulierer äußern die Befürchtung, dass Googles Änderungen die Konkurrenz im Bereich Werbung schwächen und die eigenen WerbETOOLS des Unternehmens bevorzugen könnten.

## **Auswirkungen auf die Werbewirtschaft und die Nutzer**

Die neue Strategie von Google zeigt, dass Unternehmen zunehmend Maßnahmen zur Wahrung der Nutzerprivatsphäre ergreifen, gleichzeitig jedoch auch den Druck spüren, die Wirtschaftlichkeit ihrer Plattformen nicht zu gefährden. Durch die gewählte Lösung können Nutzer nun ihre Entscheidung bezüglich Cookies selbst treffen, was als Schritt in eine datenschutzfreundlichere Zukunft angesehen werden kann. Google befindet sich derzeit in Gesprächen mit Regulierungsbehörden, um einen Konsens über die künftige Vorgehensweise zu erzielen.

Diese Entwicklungen eröffnen neue Diskussionen über den Umgang mit persönlichen Daten im Internet. Während Nutzer mehr Kontrolle über ihre digitalen Fußspuren verlangen, müssen Unternehmen innovative Wege finden, um weiterhin effektiv Werbung zu schalten, ohne die Privatsphäre der Nutzer zu

verletzen. Die Veränderungen in Googles Politik könnten somit ein Signal für eine umfassendere Transformation im Bereich Online-Werbung und Datenschutz sein.

- **NAG**

Details

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