

Was sind Third Party Cookies?

Third Party Cookies werden von Werbetreibenden genutzt, die über ihre Werbeschaltungen auf anderen Seiten mit den [Cookies](#) Nutzerinformationen sammeln. Es handelt sich dabei um Datensätze, die im [Browser](#) des Nutzers hinterlegt werden, wenn er eine Seite mit der Werbung besucht. Besucht er erneut eine Seite mit Werbung des gleichen Anbieters, wird er wiedererkannt.

Da sich mit Third Party Cookies die Wege des Nutzers im Internet verfolgen lassen, kann der Werbetreibende bei einem erneuten Besuch auf das "Profil" des Nutzers zugeschnittene Werbung ausspielen.

Unterschied zu First Party Cookies

Das Wort "Party" in First/Third Party Cookies bezieht sich auf die Domain, von der der Cookie stammt. Während ein First Party Cookie in der Regel vom Websitebetreiber selbst stammt, lassen sich Third Party Cookies auf eine andere – eben "dritte" – Person zurückführen, die ihre Cookies auf einer anderen Seite platziert.

Es ist also möglich, dass auf Ihrem Rechner nach dem Besuch einer Website sowohl Third Party Cookies als auch First Party Cookies gespeichert werden – von der Seite selbst und von einer dritten Partei, die Werbung auf dieser Seite platziert hat. Bei einem First Party Cookie kann der Nutzer nur von der Seite wiedererkannt werden, von der der Cookie stammt, nicht aber über mehrere Domains hinweg. Die Daten werden dadurch auch nicht an Dritte weitergegeben.

Third Party Cookies lassen sich technisch einfacher implementieren als First Party Cookies. Auf der Website, auf der die Cookies eingebunden werden sollen, muss kein Code hinterlegt werden. Es reicht die Werbeanzeige (Ad) vom AdServer des Drittanbieters.

Erstellung umfangreicher Nutzerprofile möglich

Third Party Cookies sammeln für Werbetreibende viele nützliche Informationen der Nutzer, u.a.:

- [Verweildauer](#)
- Seitenaufrufe
- Bewegung des Nutzers über Links

Die Gesamtheit dieser Informationen liefert ein gutes Bild zu den Interessen des Nutzers, denn hier kann nicht nur nachverfolgt werden, wofür er sich innerhalb einer Domain interessiert, sondern über mehrere Domains hinweg. Third Party Cookies erlauben damit die **Erstellung von umfangreichen Nutzerprofilen**, sodass Werbetreibende genau dazu passende Werbung ausliefern können.

Third Party Cookies – der Datenschutz

Genau das wird von Datenschützern kritisiert. Sie bemängeln, dass dieser Art der Datensammlung die Anonymität fehle, da auch über andere Seiten hinweg Daten des Nutzers gesammelt werden und Dritte Zugriff darauf haben. Es gibt zwar eine europäische Richtlinie zur Verarbeitung, Speicherung, Nutzung und Weitergabe persönlicher Daten – die **E-Privacy-Richtlinie** (auch Cookie Richtlinie genannt) – diese wurde in Deutschland jedoch noch nicht umgesetzt bzw. gibt es immer noch Unklarheiten, welche Vorschriften für deutsche Webseiten gelten. Gemäß der E-Privacy-Richtlinie muss der Nutzer ausdrücklich zustimmen, dass seine Daten getrackt werden. Die Umsetzung sollte durch die sogenannte Opt-in/Opt-out Funktion erfolgen.

Deutschland hat zwar die Richtlinie nie aktiv umgesetzt, d.h. kein Gesetz dazu erlassen, geht aber davon aus, dass die Umsetzung auch nicht notwendig gewesen wäre, weil die deutsche Rechtslage (durch das Telemediengesetz) bereits diese Vorgaben erfüllt hätte. Webseitenbesitzer begeben sich damit (momentan) auf einen rechtlich sicheren Weg, wenn Sie die **Opt-Out-Lösung gemäß der TMG** wählen.

Weiterführende Informationen:

[Google Cookie Hinweis](#)

[Aktuelle Informationen zur Evaluation der Cookie-Richtlinie](#)

Third Party Cookies – Alternativen

Third Party Cookies werden häufig durch Browser oder Sicherheitseinstellungen in der Default-Einstellung blockiert, was natürlich nachteilig für Werbetreibende ist. Langfristig gesehen werden Cookies jedoch an Bedeutung verlieren – durch die sinkende Akzeptanz, die verstärkte Nutzung von Mobilgeräten und die Default-Einstellungen von Browsern und Betriebssystemen. Das heißt aber nicht, dass bald keine Daten mehr über die Nutzer erhältlich sind, denn es gibt [eine Reihe von Alternativen](#), die einerseits die Privatsphäre besser schützen und andererseits für mobile Geräte nutzbar sind. Dazu gehört u.a. das **Fingerprinting**, bei dem ein Gerät (und entsprechend der Nutzer) anhand bestimmter, individueller Merkmale wiedererkannt wird.

Google arbeitet zur Zeit selbst an einer Third Party Cookie Alternative: **Google AdID** soll Werbetreibenden ermöglichen, anonym Daten zu sammeln. Nutzer hingegen sollen die Möglichkeit erhalten, einen privaten Modus einzuschalten, bei dem gar keine Informationen mehr übermittelt werden können.