

PRESSEMITTEILUNG

Cookies im World Wide Web

Was es mit den „Kekschen“ im Internet auf sich hat

München/Kolbermoor – September 2020: Nicht nur das Krümelmonster hinterlässt Spuren mit Cookies. Auch Internet-User tun dies, wenn sie über verschiedene Webseiten hinweg im Netz unterwegs sind. Grund dafür sind die sogenannten Cookies, die auf nahezu allen Internetseiten im Einsatz sind. Doch was genau verbirgt sich hinter diesen „Kekschen“ im Internet? Welche Rolle spielen sie im Online-Marketing und was bedeuten sie für Betreiber von Websites? Webanalyse-Experte Michael Magura aus der SEO-Küche klärt auf.

Es ist noch gar nicht allzu lange her, da waren „Cookies“ lediglich die herrlich süßen Kekse mit Schokostückchen, weltbekannt auch als die Leibspeise des Krümelmonsters. Doch das hat sich in Zeiten des World Wide Webs geändert. Inzwischen verbirgt sich hinter dem Begriff eine Tracking-Technologie, die auf Computern oder Smartphones abgespeichert wird und Auskunft über Websitebesuche, Informationen zur Nutzungsdauer und Eingaben von Usern geben. Dabei existieren mehrere Arten von Cookies, deren Relevanz sich für Website-Betreiber und Nutzer unterscheidet.

Doch worin unterscheiden sich die Cookies und welche Bedeutung haben sie für Website-Betreiber? Was müssen Website-Betreiber in jedem Fall beachten und wie professionalisieren sie ihr Cookie-Management? Michael Magura ist Webanalyse-Experte bei der SEO-Küche und kennt sich aus. Im nachfolgenden Interview beantwortet er die offenen Fragen zum Thema Cookies.

Herr Magura, warum sind Cookies für Website-Betreiber so relevant? Welche Vorteile bieten sie?

Michael Magura: Über Cookies können Informationen zu Website-Besuchern und deren Verhalten gespeichert werden. Das hilft dem Betreiber, die Benutzerfreundlichkeit für jeden Besucher zu optimieren und das Website-Erlebnis zu individualisieren. Besuchern, die schon einmal auf der Website waren, kann somit eine individuelle Begrüßung oder ähnliches präsentiert werden. Auch Sortierungen, Filteroptionen, Spracheinstellungen u.v.m. können in Cookies gespeichert und beim nächsten Besuch direkt erneut angewandt werden.

Welche Gruppierungen von Cookies gibt es?

Michael Magura: Insgesamt kann man zwischen vier Kategorien von Cookies unterscheiden: Die notwendigen Cookies sichern eine ordnungsgemäße Funktionsweise von Webseiten und werden lediglich vom Betreiber eingesetzt. Mit den funktionalen Cookies werden personenbezogene Angaben wie Benutzernamen oder die Sprachauswahl auf Websites gespeichert. Sie können vom User jederzeit de- bzw. aktiviert werden. Damit gehören sie zu den einwilligungspflichtigen Cookies, ebenso wie die Statistik-Cookies,

diese tracken das Userverhalten, wie zum Beispiel die Nutzungsdauer, die Reihenfolge aufgerufener Seiten, verwendete Suchbegriffe oder auch Klick- und Scroll-Bewegungen. Die vierte Gruppe sind die Marketing-Cookies, welche Informationen speichern, um Usern personalisierte Werbung auszuliefern.

Warum braucht ein Unternehmen einen Cookie-Hinweis?

Michael Magura: Seitdem in Kraft getretenen BGH-Urteil vom 28.05.2020 stehen Betreiber von Websites in der Pflicht, Besucher bereits mit dem ersten Seitenaufruf über das Setzen von Cookies zu informieren. Dies beinhaltet auch die Aufzählung der einzelnen Cookies. Darüber hinaus müssen sie mithilfe von Cookie-Bannern die explizite Einwilligung der Besucher für die Platzierung von Cookies einholen. Mit dieser Regelung haben Website-Besucher die Möglichkeit, technisch nicht absolut notwendigen Cookies eigenwillig zuzustimmen oder diese abzulehnen.

Wie professionalisieren Website-Betreiber ihr Cookie-Management und worauf müssen sie besonders achten?

Michael Magura: Insbesondere in Zeiten, in denen das Erfassen von Nutzerdaten und Verhaltensweisen im Business allgegenwärtig ist, viele Nutzer jedoch auch sehr misstrauisch sind, stellt ein professionelles Cookie-Management einen wesentlichen Erfolgsgaranten dar. Website-Betreiber müssen technisch gewährleisten, dass Cookies erst dann platziert werden, wenn die explizite Einwilligung des Nutzers vorliegt. Demnach stehen sie in der Verantwortung, das Setzen von Cookies solange konsequent zu blockieren, wie die Entscheidung im Cookie-Banner unbeantwortet bleibt. Im Cookie-Banner bereits vorangekreuzte Checkboxen sind grundsätzlich verboten. Wem beim Setzen von Cookies ein Fehler passiert, dem drohen Bußgelder.

Wie setze ich das Thema am besten um?

Michael Magura: Es lohnt sich, sich vor allem mit der Cookie-Richtlinie der Europäischen Union sowie der e-Privacy-Verordnung auseinanderzusetzen. Außerdem besteht die Möglichkeit, sich bei einem Spezialisten Hilfe zu holen. So werden sie unterstützt bei der Hinweis-Erstellung und implementieren intelligente Systeme und Tools auf der Website für eine datenschutzkonforme Cookie-Einwilligung. Darüber hinaus generieren solche Dienstleister die Cookie-Überwachung und Kontrolle. Im Einzelfall kann es jedoch durchaus sinnvoll sein, eine solche Lösung selbst umzusetzen, was dann aber mit deutlichem Mehraufwand verbunden sein kann.



münchener marketing manufaktur gmbh
westendstr. 147, rückgebäude
80339 münchen
t. +49 (0)89-7 16 72 00 10
f. +49 (0)89-7 16 72 00 19
info@m-manufaktur.de

Über die SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG:

Die SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG ist eine professionelle Online-Marketing-Agentur mit insgesamt acht Standorten in Rosenheim, München, Starnberg, Dresden, Erfurt, Berlin, Bochum und Köln. 2009 in Kolbermoor gegründet, besteht die SEO-Küche inzwischen aus einem Team von über 100 Experten und gehört zu den 100 führenden Agenturen für Online-Marketing in Deutschland. Mit Fachwissen in den Bereichen SEO, Google Ads und Microsoft Advertising, Content-, Affiliate-, Email- und Social-Media-Marketing entwickelt die Agentur innovative Online-Marketing-Konzepte für ihre Kunden und hilft bei der nachhaltig erfolgreichen Umsetzung dieser Konzepte. Mehr Informationen unter: www.seo-kueche.de.

Für Rückfragen, Interviewanfragen und Bildmaterial:

Anna Beier, Münchner Marketing Manufaktur GmbH
a.beier@m-manufaktur.de, +49/89 – 7 16 72 00 15

Janine Brauner, Münchner Marketing Manufaktur GmbH
j.brauner@m-manufaktur.de, +49/89 – 7 16 72 00 13