

Wahrnehmungen und Reaktionen der Endnutzer auf Cookie-Meldungen

„Diese Webseite verwendet Cookies“

Im Jahr 1994 entwickelt, um das Surferlebnis für den Endanwender angenehmer zu gestalten, werden Cookies zunehmend auch für andere Zwecke eingesetzt – oft ohne dass der Nutzer etwas davon mitbekommt. Seit dem 25. Mai 2011 schreibt die Europäische Union mit der Richtlinie 2009/136/EG vor, dass die Nutzer über den Einsatz von Cookies informiert werden müssen. Viele Webseitenbetreiber setzen dies in unterschiedlicher Form um. Ziel unserer Forschung ist es aufzudecken, wie die verschiedenen Meldungen bei den Endanwendern ankommen und interpretiert werden.

1 Einleitung

Cookies (engl. „Kekse“) sind kleine Textdateien, die beim Besuch einer Webseite im Browser zwischengespeichert werden. Auf diesem Wege kann ein Webserver auf dem Computer des Benutzers Informationen hinterlegen, zum Beispiel persönliche Einstellungen wie Nutzernamen oder Besuchsdauer [1]. Bei einem erneuten Besuch der Webseite kann der Cookie ausgelesen werden – das hat für den Benutzer den Vorteil, dass er zum Beispiel die Anmeldeinformation überspringen kann und nicht jedes Mal erneut seine E-Mail-Adresse oder seinen Nutzernamen angeben muss. Die Betreiber der Webseiten können Informationen über den Nutzer und sein Nutzungsverhalten sammeln und Profile erstellen um beispielsweise Werbung auf den Nutzer abzustimmen.

Sowohl Webseitenbetreiber als auch Dritte (zum Beispiel Werbefirmen) können Cookies auf einer Webseite setzen. Cookies, die sich nur von der Webseite auslesen lassen, die sie auch gesetzt haben, bezeichnet man auch als Standard-Cookies. Neben diesen Standard-Cookies gibt es noch sogenannte Drittanbieter-Cookies. Diese können zum Beispiel von Werbetreibern auf vielen verschiedenen Webseiten gesetzt und ausgelesen werden; dadurch kann das Unternehmen die Cookies immer dann nutzen, wenn eine der vielen verschiedenen Webseiten besucht wird. So können Werbeunternehmen Muster erstellen und ein Profil des Nutzers anlegen.

Mit der Richtlinie 2009/136/EG [2] über den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation, auch

Cookie-Richtlinie oder E-Privacy-Richtlinie genannt, schreibt die Europäische Union seit dem 25. Mai 2011 vor, dass Webseitenbetreiber Benutzer über die Cookie-Nutzung informieren müssen. Dies wird in der Praxis oft mittels einer sogenannten Cookie-Meldung umgesetzt.

In unserer Forschung evaluieren wir, wie wirksam diese Cookie-Meldungen sind, um dem Nutzer informierte Entscheidungen zu ermöglichen. Dafür führten wir eine Online-Benutzerstudie durch, um folgende Forschungsfragen zu untersuchen:

1. Wie nehmen die Nutzer die Verwendung von Cookies durch den Webseitenbetreiber wahr, wenn sie mit der Cookie-Meldung konfrontiert werden?
2. Wie reagieren die Nutzer auf die angezeigte Meldung?
3. Welche Faktoren beeinflussen die Entscheidungen der Nutzer über ihr Surfverhalten, wenn sie mit der Cookie-Meldung konfrontiert werden?

2 Studie

In diesem Kapitel beschreiben wir die durchgeführte Benutzerstudie, mit der wir Antworten auf die obengenannten Forschungsfragen finden wollten. Die Studie wurde in Form einer Online-Umfrage durchgeführt, in der die Teilnehmer mit verschiedenen Arten von Cookie-Meldungen konfrontiert wurden. Die Beispieltexte dieser Meldungen werden in Abschnitt 2.1 näher erläutert, der Verlauf der Studie in Abschnitt 2.2.

2.1 Beispieltexte für Cookie Meldungen

Im Rahmen unserer Untersuchung wurden in einem ersten Schritt die Startseiten der 50 beliebtesten Seiten Deutschlands (einzusehen auf alexa.com [3]) auf Cookie-Meldungen untersucht. Ein besonderes Augenmerk wurde dabei auf Dienstanbieter wie E-Mail-Programme, Streamingdienste, Onlinebanking und Shops wie beispielsweise Amazon gelegt; ausländische Domains wurden dabei nicht betrachtet.

Es wurden verschiedene Meldungen identifiziert, diese wiederum fünf Gruppen zugeordnet. Im Rahmen der Studie wurden den Teilnehmern zufällig je eine dieser Meldungen zugewiesen und sie wurden danach gefragt, welche Gedanken sie beim Lesen der jeweiligen Meldung hatten, ob und in welchem Kontext sie wegen der Meldung die Seite verlassen würden und ob sie nähere Informationen einholen würden.

In einem weiteren Schritt wurden allen Teilnehmern die Cookie-Meldungen von allen fünf Gruppen gezeigt. Die Teilnehmer wurden gebeten, mittels eines Rankings einzustufen, wie wahrscheinlich eine bestimmte Cookie-Meldung sie dazu bringen würde, die Website zu verlassen.

Im Folgenden eine Übersicht über die verschiedenen Cookie-Meldungen:

Die erste Gruppe enthält Cookie-Meldungen, die nur die minimal erforderlichen Informationen liefern, nämlich dass die Web-

site Cookies verwendet. Ein Beispiel hierfür ist die Cookie-Meldung auf der Webseite von amazon.de.


Die zweite Gruppe enthält solche Cookie-Meldungen, die erklären, dass Cookies verwendet werden, um die von der Website bereitgestellten Dienste zu verbessern. Ein Beispiel für eine solche Cookie-Meldung finden Sie auf der Paypal-Website.

Abbildung 2 | Cookie-Meldung von <https://paypal.com/de>

Wir nutzen Cookies, um Ihre Erfahrung mit PayPal zu verbessern. Manche Cookies sind notwendig, damit unsere Website funktioniert. Mit anderen Cookies können wir Ihnen personalisierte Angebote und Werbung zeigen, sowohl auf unserer Website als auch auf anderen Websites. Sie haben die volle Kontrolle, denn: Sie können jederzeit Ihre [Cookie-Einstellungen ändern](#).


Abbildung 2: Die Cookie-Meldungen in der **dritten Gruppe** erläutern, dass Cookies für Analysezwecke verwendet werden, wobei oft auch persönliche Ergänzungen oder andere Dienste erwähnt werden, die durch eine solche Analyse ermöglicht werden. Eine entsprechende Cookie-Meldung von dieser Gruppe findet sich auf der Microsoft-Website.

Abbildung 3 | Cookie-Meldung von <https://www.microsoft.com/de-de>

 Diese Website verwendet Cookies für Analysen, personalisierte Inhalte und Werbung. Indem Sie diese Website nutzen, erklären Sie sich mit dieser Verwendung einverstanden. [Weitere Informationen](#)

Die Cookie-Meldungen in der **vierten Gruppe** sind durch die Erwähnung von Dritten gekennzeichnet, d. h. Partnern des Website-Anbieters, bei denen die Cookies ebenfalls verwendet werden. Ähnlich wie bei den Meldungen der Gruppen 2 und 3 können die Cookie-Meldungen der Gruppe 4 auch die Erwähnung von personalisierten Anzeigen oder Serviceverbesserungen beinhalten. Ein Beispiel für diese Gruppe wird auf der Twitter-Seite angezeigt.

Abbildung 4 | Cookie-Meldung von <https://twitter.com/?lang=de>

Durch die Nutzung der Dienste von Twitter erklärst du dich mit unserer Nutzung von Cookies einverstanden. Wir und unsere Partner arbeiten global zusammen und nutzen Cookies z.B. für Statistiken, Personalisierung und Werbeanzeigen. 

Die **fünfte Gruppe** enthält solche Cookie-Meldungen, die sich auch auf die externe Verwendung der Cookies beziehen, indem sie darauf hinweisen, dass die Cookies auch außerhalb der Website verwendet werden. Ähnlich den Cookie-Meldungen aus den Gruppen 2, 3 und 4 werden häufig Serviceverbesserungen er-

Abbildung 5 | Cookie-Meldung von <https://de-de.facebook.com/>



Wir verwenden Cookies, um Inhalte zu personalisieren, Werbeanzeigen maßzuschneidern und zu messen sowie die Sicherheit unserer Nutzer zu erhöhen. Wenn du auf unsere Website klickst oder hier navigierst, stimmst du der Erfassung von Informationen durch Cookies auf und außerhalb von Facebook zu. Weitere Informationen zu unseren Cookies und dazu, wie du die Kontrolle darüber behältst, findest du hier: [Cookie-Richtlinie](#).

Abbildung 1 | Cookie-Meldung von <https://amazon.de>

Wir nutzen Cookies, um unsere Dienste zu erbringen und zu verbessern. Mit Nutzung dieser Seite akzeptieren Sie Cookies. Mehr

wähnt. Eine solche Cookie-Meldung wird auf der Facebook-Website eingeblendet.

2.2 Studiendesign

Der erste Teil der Studie, der allgemeine Teil, bestand aus allgemein gehaltenen Fragen zur Erfahrung der Teilnehmer mit Cookie-Meldungen. Zunächst wurden die Teilnehmer befragt, ob ihnen beim Surfen im Internet schon einmal Cookie-Meldungen begegnet sind, ob sie sich an diese erinnern können und wie ihre Reaktion auf diese war. Sie wurden außerdem gefragt, ob sich ihre Gefühle oder Reaktionen im Laufe der Zeit geändert haben oder ob sie sich je nach Website oder Plattform unterschieden.

Der zweite Teil der Studie, der Cookie-Meldung-spezifische Teil, wurde entworfen, um die Unterschiede zwischen den bereits erwähnten verschiedenen Arten von Cookie-Meldungen zu berücksichtigen. Entsprechend unseren in Abschnitt 2.1 beschriebenen Suchergebnissen entwarfen wir fünf Cookie-Meldungen, jeweils eine für jede Gruppe. Jeder Teilnehmer der Studie wurde zufällig einer der Gruppen zugewiesen. Die Teilnehmer erhielten dann den Text der Cookie-Meldung der entsprechenden Gruppe und wurden gefragt, was ihre Gedanken wären, wenn sie die Cookie-Meldung sehen würden, ob (und wenn ja, warum) die Cookie-Meldung sie dazu bewegen würde, die Website zu verlassen und in welchem Kontext die Cookie-Meldung dazu führen würde, dass sie die Website verlassen oder auf der Website bleiben würden.

Im dritten Teil, dem Cookie-Meldung-Ranking-Teil, wurden allen Teilnehmern die Cookie-Meldungen von allen fünf Gruppen gezeigt. Die Teilnehmer wurden gebeten, einzustufen, wie wahrscheinlich eine bestimmte Cookie-Meldung sie dazu bringen würde, die Website zu verlassen. Die Teilnehmer wurden aufgefordert, ihr Ranking zu erläutern.

3 Studienergebnisse

Die Antworten auf die offenen Fragen wurden von zwei der Autoren des Papiers kodiert. Die Ergebnisse werden der Übersicht halber in drei Abschnitten 3.1 (Wahrnehmung der Cookie Meldung), 3.2 (Reaktion der Teilnehmer auf die Cookie Meldung) und 3.3 (Entscheidungsfaktoren) dargestellt.

3.1 Wahrnehmung der Cookie Meldung

Um unsere erste Forschungsfrage zu beantworten haben wir die Antworten sowohl aus dem ersten als auch aus dem zweiten Teil der Umfrage codiert. Die Antworten der Teilnehmer können in die folgenden Kategorien eingeteilt werden: Störung, Bedenken bezüglich der Privatsphäre, Gewöhnung, Missverständnisse, Informationsmangel. Im Folgenden erläutern wir die Kategorien und geben Zitate der Teilnehmer als Beispiele an.

1) Störung: Eine große Anzahl der Teilnehmer gab an, durch die Cookie-Meldungen genervt zu sein, da sie diese als Störung ihres Surfverhaltens betrachteten: „Es ist irritierend, ich will nur surfen.“

2) Bedenken bezüglich der Privatsphäre: Ein weiteres häufiges Thema war die Sorge der Benutzer um ihre Privatsphäre: „Ich fühle mich beobachtet.“ Diese Bedenken wurden auf verschiedene Arten geäußert, vom abstrakten Gefühl der Unruhe bis hin

zu konkreten Konsequenzen für die Privatsphäre der Teilnehmer. „Als ich das das erste Mal gelesen habe, hatte ich ein schlechtes Gefühl.“

„Mein Verhalten auf dieser Website wird gespeichert und möglicherweise analysiert.“

3) Gewöhnung: Aufgrund der Bekanntheit der Cookie-Meldung gaben viele Teilnehmer an, dass sie daran gewöhnt sind und der Meldung entsprechend wenig Aufmerksamkeit schenken. Daher reagierten viele Teilnehmer neutral auf den Disclaimer: „Es stört mich nicht, da Cookies eine häufige Sache sind.“

Außerdem gaben einige Teilnehmer an, zwar negative Gefühle gegenüber der Verwendung von Cookies zu haben, jedoch keine Möglichkeit zu sehen, diese zu vermeiden und somit resigniert zu haben: „Da dies bei so vielen Websites der Fall ist, habe ich bei diesen Cookies keine großen Gedanken mehr. [...] Man fühlt sich etwas hilflos, aber ich habe eher dieses Gefühl und es ist nicht so stark. Wenn es um den Datenschutz im Internet geht (zu dem auch Cookies gehören), habe ich mich eher zurückgehalten.“

Darüber hinaus ärgerten sich die Teilnehmer, dass sie keine Wahl hatten, die Verwendung von Cookies zu akzeptieren oder abzulehnen (wenn sie die Website weiter nutzen wollten) und dass dementsprechend der Haftungsausschluss selbst daher nutzlos sei: „Man kann die Cookies nicht ablehnen, daher finde ich, dass die Nachricht wenig Sinn macht.“

4) Missverständnisse: Abgesehen von den Teilnehmern, denen bewusst war, dass ihnen Informationen zur Cookie-Nutzung fehlen, hatten einige Teilnehmer falsche Vorstellungen darüber, was Cookies sind und welche Konsequenzen die Verwendung von Cookies hat. Daher waren einige von ihnen besorgt über Risiken, die normalerweise nicht mit Cookies verbunden sind:

„Vielleicht habe ich das Gefühl, dass ich von einem Virus angegriffen werde.“ – „Das belastet meinen Speicher?“

Andere waren sich der möglichen Auswirkungen von Cookies nicht bewusst: „Ich glaube nicht, dass es negative Konsequenzen für mich hat.“

5) Informationsmangel: Die Antworten der Teilnehmer zeigten, dass viele nicht gut genug informiert sind, um zu verstehen, welche Konsequenzen Cookies für ihre Privatsphäre haben. Viele Teilnehmer forderten detailliertere Informationen darüber, welche Konsequenzen die Cookie-Nutzung für sie haben kann, welche Daten gesammelt und wie sie verwendet werden. Außerdem gaben sie an, dass der Mangel an solchen Informationen sie nervös machte: „Es ist mir unangenehm, weil ich nicht genau weiß, was es bedeutet, Cookies zuzulassen und welche Konsequenzen das für mich hat.“ Einige gaben zu, dass sie mit dem Konzept Cookies nicht vertraut waren: „Ehrlich gesagt, ich weiß nicht genau, was Cookies machen.“

Ein weiterer Aspekt war, dass die Teilnehmer nicht wussten, ab wann genau sie der Verwendung von Cookies zustimmen: „Ich frage mich, ob Cookies aktiviert sind, nachdem ich auf OK geklickt habe oder schon auch früher.“

Folglich stellten einige der Teilnehmer die Idee der Einwilligung nach Aufklärung in Frage, die die Cookie Meldung theoretisch bieten soll: „Das Problem [mit der Cookie-Meldung] ist, dass man nicht aktiv zustimmen muss, sondern stattdessen passiv mit der Nutzung der Website einverstanden ist. Viele Benutzer werden den Haftungsausschluss jedoch nicht richtig lesen oder vielleicht übersehen. In diesem Fall gibt es keine echte Einwilligung nach Aufklärung.“

3.2 Reaktion der Teilnehmer auf die Cookie-Meldung

Die Reaktionen der Teilnehmer wurden in die folgenden Kategorien eingeteilt: ignorieren, akzeptieren, verweigern, informieren, Gegenmaßnahmen ergreifen. Im Folgenden werden die Kategorien erläutert:

1) Ignorieren: Ein Großteil der Teilnehmer gab an, die Meldung zu ignorieren, da es sich eher um eine Störung beim Surfen als um wichtige Informationen für sie handelt. Außerdem gaben einige Teilnehmer an, dass sie den Disclaimer weggeklickt haben, damit sie weiter surfen können.

2) Akzeptieren: Andere Teilnehmer gaben an, die Cookies zu akzeptieren, indem sie in der Meldung auf OK klicken: „Meistens klicke ich ‚OK‘, was gibt es sonst noch zu tun?“ Während viele Befragte keine Erklärung gaben, warum sie die Verwendung von Cookies akzeptierten, erklärten andere, dass sie in Cookies keine Bedrohung sehen, sondern sie als nützlich für die Funktionalität der Website erachten. „Jede Website macht das. Als Programmierer weiß ich, dass Cookies für viele Funktionen moderner Websites notwendig sind.“ – „Viele Websites funktionieren nicht ohne [Cookies].“

Andere Teilnehmer gaben an, die Cookies zu akzeptieren, da sie sonst nicht in der Lage wären, die Website zu nutzen, die sie brauchen.

„Wenn ich eine Website besuche, geschieht das hauptsächlich deshalb, weil ich Informationen oder andere Vorteile daraus ziehen kann. Also verlasse ich die Website nicht.“

Ein ähnliches Argument wurde von anderen Teilnehmern erwähnt, die zwar Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes haben, sich aber dennoch für das Akzeptieren der Meldung entschieden haben als Gegenleistung für die Nutzung der Website: „Ich finde diese Verwendung von Cookies extrem, aber ich bin nicht so sehr dagegen, dass es mein Surfverhalten verändern würde.“ – „Dies ist einfach der Deal online: die Nutzung der Website gegen eine Art von Bezahlung (Informationen).“

3) Verweigern: Viele der Teilnehmer waren mit der Verwendung von Cookies nicht einverstanden und wählten verschiedene Möglichkeiten, dies zu umgehen.

3a) Nicht ausdrücklich akzeptieren: Einige Teilnehmer hatten den Eindruck, dass die Cookies nicht verwendet werden, solange sie nicht ausdrücklich damit einverstanden sind. Dies gilt zwar für Opt-in-Methoden – in vielen Fällen werden jedoch Opt-out-Methoden verwendet, wogegen diese Strategie somit nichts ausrichtet.

„Ich habe es nicht bestätigt, stattdessen auf X geklickt und weitergesurft.“ – „Ich habe versucht, die Meldung wegzuklicken, ohne die Cookies zu akzeptieren oder die Meldung ignoriert, wenn sie nicht im Weg war.“

3b) Gegenmaßnahmen anwenden: Einige Teilnehmer erklärten, spezifische Gegenmaßnahmen anzuwenden, die die Auswirkungen von Cookies minimieren und gleichzeitig den Besuch der Website ermöglichen. Insbesondere die Verwendung eines anderen Browsers, das Löschen oder Blockieren der Cookies wurden erwähnt.

„Ich habe die Website nie verlassen, aber die Cookies nach der Nutzung der Website gelöscht.“ – „Man kann die Cookies blockieren und sie automatisch mit den richtigen Add-Ons löschen.“ – „Ich habe die Website verlassen oder einen anderen Browser verwendet.“

3c) Verlassen der Website: Andere Teilnehmer gaben an, die Verwendung von Cookies zu verhindern, indem sie die Website verlassen, wenn die Meldung angezeigt wird: „Ich habe die Website verlassen, ich habe die Meldung nie akzeptiert.“

4) Informieren: Einige der Teilnehmer erwähnten, dass sie versuchen, zusätzliche Informationen zu bekommen um eine Entscheidung zu treffen:

„Ich habe zuerst den Begriff ‚Cookies‘ gegoogelt.“ – „Beim ersten Mal habe ich die Cookie-Richtlinien gelesen.“ – „Ich habe die Meldung zur Kenntnis genommen und mich informiert.“

3.3 Entscheidungsfaktoren der Benutzer bezüglich Cookie-Meldungen

Abschließend untersuchten wir die Faktoren, die die Teilnehmer beeinflussten, nach der Cookie-Meldung die Webseite zu verlassen oder nicht. Aus den Antworten der Teilnehmer konnten wir zwei Arten von Faktoren unterscheiden: Meldungs-basiert und Website-basiert.

1) Gestaltung der Meldung: Einige Teilnehmer erwähnten, dass ihre Entscheidung vom Design der Meldung selbst abhängt. Daher wurden Meldungen, die zu prominent platziert waren oder große Teile des Inhalts der Website blockierten, als großes Ärgernis betrachtet, was dazu führen würde, dass Nutzer die Website verlassen würden.

„Es kommt darauf an, ob ich die Meldung ignorieren kann oder nicht. Oft ist die Nachricht leider so platziert, dass man bestimmte Menüs nicht benutzen kann. In diesem Fall würde ich [die Website] verlassen.“ – „[Beim Verlassen der Website] Nur wenn [die Meldung] in Rot blinkt“

2) Text der Meldung: Wir konnten feststellen, dass die Unterschiede zwischen den Meldungen als zu gering wahrgenommen werden, um die Entscheidung der meisten Nutzer tatsächlich zu beeinflussen. Im Cookie-Meldung-Ranking-Teil wurde dies besonders deutlich. Nichtsdestotrotz gaben die Teilnehmer verschiedene Erklärungen für die Wahl der Reihenfolge der Meldungen an:

2a) Kein Unterschied: Viele Teilnehmer behaupteten, keinen Unterschied zwischen den angezeigten Meldungen zu machen.

„Es spielt eigentlich keine Rolle für mich.“ – „Ich lese diese Meldungen nie durch und klicke sie weg, diese Meldungen führen mich weder zum Verlassen noch zum Bleiben auf der Website.“

2b) Externe Verwendung von Cookies: Als die Teilnehmer gebeten wurden, die verschiedenen Meldungen zu vergleichen, reagierte die Teilnehmer besonders negativ auf die Meldungen, in denen die Verwendung von Cookies durch eine andere Entität oder eine andere Website als die, mit der der Benutzer interagiert, angegeben wurde (4. und 5. Gruppen).

„Ich bin gegen die Verarbeitung von Daten durch Dritte und außerhalb der Website. Wenn es innerhalb der Website passiert, scheint es mir in Ordnung zu sein.“

2c) Analyse: Einige der Teilnehmer wurden durch die Erwähnung der Analyse (3. Gruppe) irritiert, da sie eine Bedrohung für ihre Privatsphäre darstellt: „Analyse“ weist ausdrücklich darauf hin, dass meine Daten gespeichert werden, das ist gefährlich.“

2d) Serviceverbesserungen: Das Versprechen der Meldung, Cookies zu verwenden, um die angebotenen Dienste zu verbessern (2. Gruppe), wurde von einigen Teilnehmern als positiv bewertet: „Um unseren Service zu verbessern, klingt es zumindest positiv.“

2e) Länge des Textes: Die Teilnehmer äußerten unterschiedliche Präferenzen bezüglich der Länge des Textes der Meldung. Daher bevorzugten einige die Meldungen, die nur die minimalen Informationen (1. Gruppe) liefert, wohingegen längere Erklärungen als verdächtig angesehen wurden: „Ich nehme alle zusätzlichen Informationen als Ausreden und Unehrlichkeiten wahr. Daher würde ich es eher akzeptieren, wenn einfach auf das Unvermeidliche hingewiesen wird.“

Auf der anderen Seite wurde das Fehlen jeglicher Erklärung von einigen Teilnehmern als negativ und intransparent empfunden: „Je mehr Informationen in der Meldung stehen, desto wahrscheinlicher ist es, dass ich auf der Website bleibe, da ich mich dann gut informiert fühle.“

2f) Intuitive Entscheidung: Eine Reihe von Teilnehmern gab dagegen keine konkrete Erklärung für ihren Rang und bezog sich dabei auf ihre Intuition: „Pures Bauchgefühl.“

3) Website-spezifische Faktoren: Die meisten von den Teilnehmern genannten Faktoren beziehen sich auf eine bestimmte Website, die die jeweilige Meldung anzeigt. Dabei unterscheiden die Teilnehmer unter anderem die Art des von der Website angebotenen Dienstes (beispielsweise E-Mail, Online-Shopping, Nachrichten etc.) sowie allgemeine Merkmale der Website.

3a) Spezifische Dienstleistungen: Einige Teilnehmer erwähnten bestimmte Arten von Dienstleistungen als ein Beispiel für die Website, die sie die Verwendung von Cookies entweder erlauben oder verweigern würden. Zu diesen Dienstleistungen gehören insbesondere Online-Banking, soziale Netzwerke, Video-Streaming, E-Mail und Nachrichten. Interessanterweise wurden diese Dienste sowohl als Beispiel für Webseiten erwähnt, die der Teilnehmer verlassen würde, als auch als Beispiel für Webseiten, die die Teilnehmer trotzdem benutzen würden. Besonders ausgeprägt war dies bei den Websites, die mit sensiblen Daten wie Online-Banking zu tun hatten. Daher behaupteten einige Nutzer, sie würden auf der Website bleiben, da es für sie wichtig sei, den Dienst zu nutzen (z. B. um auf ihre E-Mails zuzugreifen oder eine Banktransaktion durchzuführen).

„[Auf der Website bleiben] Wenn ich eine Aufgabe erledigen muss, zum Beispiel mit E-Mails und Online-Banking.“ Andere wiederum würden die Website verlassen, wenn diese Cookies verwendet, da sie sich über mögliche Auswirkungen in Hinblick auf ihre Privatsphäre Sorgen machen.

„[Verlassen der Website] Online-Banking, Einkaufen ... alle Situationen, die etwas mit meiner Privatsphäre zu tun haben.“

3b) Allgemeine Merkmale: Anstatt bestimmte Dienste zu nennen, nannten viele der Teilnehmer die folgenden Merkmale der Website, die dazu führen würden, dass sie entweder die Seite verlassen oder bleiben.

Bedeutung des Inhalts der Webseite: Es überrascht nicht, dass eine große Anzahl von Nutzern erwähnt, dass ihre Entscheidung, ob sie die Website verlassen oder nicht, davon abhängt, wie wichtig ihnen der Inhalt der Website ist: „Es hängt von der Website ab, wie dringend ich sie brauche.“

Vertrauenswürdigkeit der Website: Ein weiterer Faktor für die Entscheidung ist die Vertrauenswürdigkeit der Website: „Wenn ich der Website vertraue, würde ich sie nicht verlassen.“

Sensibilität der Eingabedaten: Mehrere Benutzer erwähnten die Art der Daten, die die Website zu sammeln scheint, als einen

Faktor bei der Entscheidung, ob sie die Website verlassen würden oder nicht: „Wenn offensichtlich ist, dass personalisierte Daten gesammelt werden, würde ich die Seite verlassen.“

Insbesondere verwiesen einige der Benutzer auf die Daten, die sie auf der Website eingeben: „Wenn es um sensible Daten geht, die ich nicht gespeichert sehen möchte, [verlasse ich die Website]“.

4 Diskussion

Der eigentliche Zweck von Cookie-Meldung besteht darin, den Nutzern klare und verständliche Informationen über die Verwendung von Cookies zur Verfügung zu stellen. Die Antworten in unserer Studie zeigen jedoch, dass die Benutzer oft die Meldung wegklicken oder sie ignorieren, ohne darauf zu achten. Einige Nutzer geben ferner zu, dass sie die angezeigte Meldung nicht verstehen oder dass sie wegen fehlender Transparenz als verdächtig wahrgenommen wird, weil sie beispielsweise nicht erkennen können, wie die gesammelten Daten vom Dienstanbieter verwendet werden oder welche Folgen die Verwendung von Cookies für sie haben könnte. Andere Teilnehmer zeigten auch falsche Vorstellungen darüber, was die Sammlung von Cookies für sie bedeutet.

Daher scheitert die Meldung oft daran, die Nutzer zu informieren. Eine Opt-In-Lösung, bei der der Nutzer aktiv einwilligen muss, dass Cookies verwendet werden dürfen (im Gegensatz zu einer Opt-Out-Lösung, bei der der Nutzer nur die Möglichkeit hat, der Nutzung zu widersprechen) kann dieses Problem auch nicht lösen. Solange die Benutzer den Disclaimer nicht lesen und versuchen, ihn anzuklicken, ist es möglich, dass sie beim Versuch, die Meldung loszuwerden, auf „einverstanden“ klicken, ohne die Konsequenzen für ihre Privatsphäre zu erkennen.

Aus diesem Grund können zusätzliche Maßnahmen erforderlich sein, um Endnutzer zum Thema Privatsphäre zu sensibilisieren. Solche Maßnahmen würden sowohl Missverständnisse gegenüber Cookies adressieren, als auch Informationen über mögliche Schutzmaßnahmen, wie Browsereinstellungen oder zusätzliche Anti-Tracking Tools, vermitteln. Weitere Maßnahmen können darauf fokussieren, bessere Transparenz zu gewährleisten und auf Webseiten Informationen in verständlicher Form anzubieten, wie die gesammelten Daten vom Dienstanbieter verwendet werden.

Literatur

- [1] Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik. „Cookies“. https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/StandardsKriterien/ISI-Reihe/ISI-Web-Server/aktive_inhalte/definitionen/definitionen_cookies.html. Stand Oktober 2018
- [2] Richtlinie 2009/136/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 zur Änderung der Richtlinie 2002/22/EG über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten, der Richtlinie 2002/58/EG über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation und der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32009L0136>. Stand Oktober 2018
- [3] Alexa. „Top Sites in Germany“. <https://www.alexa.com/topsites/countries/DE>. Stand 04.10.2017