

## **Studie: 82 Prozent der Online-Marketer glauben an negative Auswirkungen durch Datenschutzveränderungen**

**Augsburg, 10.03.2014 - Die Werbeausgaben im Online-Marketing werden auch 2014 rapide ansteigen. Während derzeit andere Kanäle wie Radio, Zeitungen, Magazine oder Kino Werbegelder verlieren, explodieren lt. einer Umfrage von Nielsen die Werbespendings für Online-Kanäle wie SEA, Display- oder Affiliate-Marketing. Mit einem Wachstum von 32,4% im Jahr 2013 verzeichnet der Online-Kanal weiterhin eine rasante Entwicklung.**

Der einzige Wermutstropfen derzeit ist deswegen immer noch die offene Frage nach der weiteren Entwicklung der Datenschutzregulierung in der EU sowie technische Entwicklungen hinsichtlich Do-not-track oder Einstellungen in den digitalen Ökosystemen, z.B. die 3rd-Party-Blockade im Firefox-Browser.

Zwar überraschte die Online-Branche im Februar die Nachricht, dass die EU-Kommission nun befunden hat, dass das deutsche Recht schon heute die Nutzung von Cookies regelt und die lang diskutierte e-Privacy-Richtlinie in Deutschland durch das Telemediengesetz bereits umgesetzt ist. Dennoch sind sich Experten wie Adrian Schneider, der Mitbegründer des Blogs Telemedicus, nicht sicher, ob diese Entscheidung rechtlich haltbar ist.

Und auch die im Februar 2013 angekündigte Anpassung der Mozilla-Einstellungen, 3rd-Party-Cookies zu blockieren, wurde anschließend von Mozilla-Technikchef Brendan Eich vorerst wieder zurückgenommen, um die Implementierung erst einmal weiter zu testen.

Dennoch befindet sich die Branche weiterhin in einem schwebenden Zustand und niemand kann mit Sicherheit vorhersagen, wie sich Reglementierungen hinsichtlich des Datenschutzes, der DNT-Initiative und der Browser-Einstellungen zukünftig entwickeln werden.

63 Prozent der Online-Marketer glauben deswegen, dass es zukünftig zu einer Datenschutz-Reglementierung kommen wird. Das ist das Ergebnis einer neuen Erhebung, die xpose360 unter 80 Online-Marketing-Verantwortlichen durchgeführt hat.

Die Studie steht ab heute kostenlos zum Download bereit unter:

<http://www.xpose360.de/presse/studien-zum-download/>

82 Prozent der Befragten glauben zudem, dass mögliche Datenschutzveränderungen negative Auswirkungen auf die Online-Branche haben könnten.

49 Prozent sehen auch die Do-not-Track-Initiative als Gefahr für die Online-Branche. Zwar gibt es hierzu zwischen der Werbeindustrie und dem W3C noch keinen Konsens, dennoch wird DNT von vielen Browsern bereits über die default-Einstellung an Internetseiten übermittelt.

Erstaunlich ist allerdings, dass aufgrund der Entwicklungen und der Diskussionen in den letzten Monaten über 53 Prozent der Befragten noch keine Trackingalternativen zum Cookie-Tracking in ihrer eigenen Cookieweiche integriert haben und damit noch voll auf die Relevanz des Cookie-Trackings vertrauen. Dies belegt, dass es bei vielen Online-Unternehmen derzeit noch Nachholbedarf bei der Überprüfung der Cookieweiche und bei der Implementierung von Cookie-Alternativen gibt.

Allerdings hat die Umfrage auch gezeigt, dass die Online-Marketer nun für das Thema sensibilisiert sind. Daher werden sich 66 Prozent in den nächsten 6 Monaten intensiver mit der Thematik Tracking-Alternativen beschäftigen.

xpose360-Geschäftsführer Markus Kellermann empfiehlt daher den Werbetreibenden: "Jeder Shopbetreiber sollte sich zukünftig Gedanken über eine mögliche Regulierung des Cookie-Trackings machen und daher auch technische Tracking-Alternativen testen."

Derzeit werden von vielen Dienstleistern bereits Tracking-Alternativen wie Fingerprint-Tracking, Cache-Grafiken, Web-Storage oder auch Tracking-Lösungen über AdServer-Technologien ausgebaut und weiterentwickelt.

Es empfiehlt sich daher, das Gespräch mit Agenturen oder technischen Dienstleistern zu suchen, um in diesem Bereich immer Up-to-Date zu sein und sich über die neuesten Entwicklungen weiter zu informieren.

## **Über die xpose360 GmbH:**

Die xpose360 GmbH ist eine Digital-Marketing-Agentur aus Augsburg. Das Ziel ist die nachhaltige Umsatz- und Trafficsteigerung für Kunden wie IMPULS Finanzmanagement AG, Tele2, exali GmbH, fotopost24 und clickandprint.de.

xpose360 gliedert sich in die Geschäftsbereiche Conversion, Search und Performance. Zudem organisiert xpose360 mit der Affiliate Conference ACADEMY und dem Barcamp Augsburg zahlreiche Events im Search- und Affiliate-Bereich.

Mit einem leistungsstarken Team von 12 Mitarbeitern stehen vor allem der serviceorientierte Gedanke sowie die proaktive Betreuung im Zentrum der Maßnahmen.

**[www.xpose360.de](http://www.xpose360.de)**

## **Pressekontakt xpose360 GmbH:**

Anne Pfeiffer

xpose360 GmbH

Am Silbermannpark 2

86161 Augsburg

Fon. +49 (0) 821-45528903

eMail: [a.pfeiffer@xpose360.de](mailto:a.pfeiffer@xpose360.de)