

Greiffenberger Notizen

Neues aus Greiffenberg und Umgebung
Nr. 44



Der Cookie-Wahnsinn

Was tun?

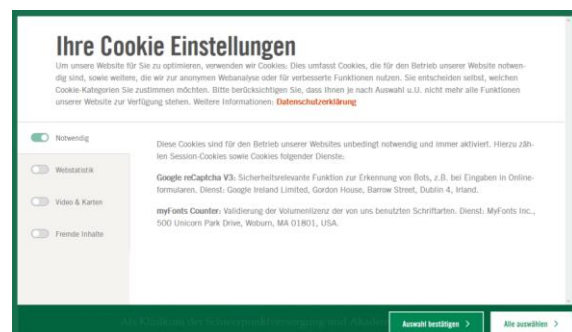
von Jörg Berkner

Seit dem Inkrafttreten der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) poppen sie ständig auf wenn wir im Web unterwegs sind - Cookie-Banner, die unsere Zustimmung zur Verwendung der kleinen Spionagedateien einfordern. Dabei gehen die Web-Seitenbetreiber ganz unterschiedlich vor. Die Spannweite reicht von der ultimativen Formulierung „Mit der Nutzung dieser Web-Seite stimmen Sie der Verwendung von Cookies zu“, über Verzögerungsstrategien, die uns zur Zustimmung bewegen wollen bis hin zu nutzerfreundlichen Lösungen, bei denen der Nutzer mit nur einem Klick eine Entscheidung treffen kann. Einige Beispiele sollen das illustrieren.



Cookies (Kekse) sind nicht so harmlos, wie ihr Name vermuten lässt. 1994 von Netscape erfunden, werden diese kleinen Dateien auf den Rechner des Nutzers geschrieben, um ihn zu identifizieren und seine Aktivitäten zu verfolgen.

Vorbildlich ist zum Beispiel die Web-Seite der Asklepios Kliniken gestaltet. Beim Aufruf der Seite erscheint das folgende Banner.



Wie wir sehen, sind in der Voreinstellung nur die notwendigen Cookies ausgewählt. Drei andere Kategorien (Webstatistik, Video & Karten, Fremde Inhalte) sind ausgeschaltet. Mit nur einem Klick auf „Auswahl bestätigen“ kann man also die Angelegenheit erledigen.



BITTE STIMMEN SIE ZU, DAMIT WIR WERBUNG AUF UNSERER WEBSITE ANZEIGEN KÖNNEN



Ich stimme zu



Ich lehne ab

Unterstützen Sie uns? Für uns, den Wort & Bild Verlag, ist Werbung auf unseren Websites eine wichtige Säule, um unser digitales redaktionelles Angebot zu finanzieren. Die Werbung auf unseren Websites wird vom Vermarkter iq digital eingespielt, hinter dem als Gesellschaftler renommierte Medienunternehmen wie die Handelsblatt Media Group (Handelsblatt, Wirtschaftswoche) und der Süddeutsche Verlag (Süddeutsche Zeitung) stehen. Damit die Werbung auf unseren Websites für Sie relevant ist, übergeben wir iq digital Schlagwörter und iq digital setzt Cookies, um Ihre Interessensgebiete einschätzen zu können. Cookies sind Textdateien, die auf Ihrem Computer gespeichert werden und es dem Browser ermöglichen, Sie wiederzuerkennen. Das soll sicherstellen, dass Sie auf unseren Websites Werbung angezeigt bekommen, die für Sie potentiell interessant ist. Eine ausführliche Erläuterung haben wir hier ([Datenschutzhinweise](#)) für Sie vorbereitet.

Auch bei der vielgelesenen Apotheken-Umschau reicht ein Klick auf „Ich lehne ab“ und der Web-Seitenbetreiber verzichtet nun darauf, die kleinen „Cookies“ genannten Tracking-Programme auf meinen Rechner zu spielen. Weitere positive Beispiele sind Conrad.de, DeepL, DHL, EDIS, EWE, Toom, TK und Vattenfall. Ausgenommen sind dabei allerdings immer sogenannte technisch notwendige Cookies, z.B. solche, in denen die Auswahl für einen Warenkorb gespeichert wird oder sogenannte Session-Cookies. Auch die

Ablehnung von Cookies durch den Nutzer kann in einem technischen Cookie gespeichert werden, damit das Banner nicht immer wieder auftaucht.

Aber längst nicht alle Webseiten sind so nutzerfreundlich gestaltet. Ich habe rund 40 zufällig ausgewählte Web-Seiten¹ daraufhin untersucht, wie nutzerfreundlich die Entscheidung für oder gegen Cookies realisiert wurde. Nur die Hälfte dieser Seiten erlaubte es, mit maximal zwei Klicks das Schreiben von Cookies abzulehnen.

Bei der anderen Hälfte kann man eine erstaunliche Kreativität beobachten, mit der die Web-Seitenbetreiber den Nutzer veranlassen wollen alle Cookies zuzulassen:

- Der Button „Zustimmen“ wird optisch hervorgehoben, der Link für die Ablehnung wird versteckt, z.B. indem er erst durch Scrollen sichtbar wird.
- Die Schalter sind optisch so gestaltet, dass nicht klar ist, wann der Schalter „Ein“ oder „Aus“ ist (onvista.de).
- Die Voreinstellung im Banner bzw. im Auswahlmenü steht auf Zustimmung, Ein, Aktiv, Verstanden usw. (conrad.com, synonyme.de, springerprofessional.de)
- Wenn der Nutzer widersprechen will, wird er auf eine endlose und unübersichtliche Datenschutzseite geführt. (zdf.de)
- Der Nutzer wird darauf verwiesen, der Cookie-Nutzung doch bitte bei den Cookie-Firmen selbst zu widersprechen, was bei deren großer Anzahl faktisch unmöglich ist.
- Die Möglichkeit zum Ausschalten ist erst nach vielen Klicks zu finden (hp.com).
- Es gibt nur die Wahl zwischen „Ok“ und „Mehr erfahren“ (privatinvestor.de).
- Die weitere Nutzung der Web-Seite wird als Zustimmung gewertet (ingenieur.de), es gibt keine Abwahlmöglichkeit.

Einige Firmen zeigen überhaupt kein Cookie-Banner an (springer.com, iban-rechner.de), was ein klarer Verstoß gegen die DSGVO ist. Zusammen gefasst lautet die Strategie: den Nutzer verwirren, müde machen, überlisten, damit er auf „Zustimmen“ klickt und seine Daten preisgibt.

Cookies ohne Ende

Besonders Webseiten aus dem Bereich der Medien schreiben Unmengen von Cookies auf unse-

¹ Aus den Bereichen Finanzen, Gesundheit, Lexika, Medien, Musik, Reisen, Technik und Versorger.

re Festplatten, weil sie damit Geld verdienen. Wer sich die Mühe macht und sich beim Aufruf der Web-Seite der Zeitschrift Computerbild zur Liste der sogenannten Drittanbieter vorarbeitet, kann zwar die sechs verschiedenen Cookie-Kategorien ausschalten. Aber unter dem etwas versteckten link „Drittanbieter“ findet sich eine Liste von 146 Firmen, die Cookies auf dem Nutzer-Rechner platzieren wollen und von denen 60 standardmäßig eingeschaltet (!) sind, obwohl vorher alle sechs Cookie-Kategorien ausgeschaltet wurden.

Datenschutz und Nutzererlebnis auf computerbild.de
Die Einstellungen helfen Ihnen bei der Aktivierung und Deaktivierung verschiedener Tags, Tracker und Analysetools, die auf dieser Webseite verwendet werden.

Informationen auf einem Gerät speichern und/oder abrufen	<input checked="" type="checkbox"/>	▼
Einfache Anzeigen, personalisierte Inhalte und Anzeigenmessung	<input checked="" type="checkbox"/>	▼
Personalisiertes Anzeigenprofil und Einblendung	<input checked="" type="checkbox"/>	▼
Inhaltmessung, Erkenntnisse über Zielgruppen und Produktentwicklung	<input checked="" type="checkbox"/>	▼
Soziale Netzwerke*	<input checked="" type="checkbox"/>	▼
Google Werbeanzeigen*	<input checked="" type="checkbox"/>	▼
Sonderkategorien		▼
Funktionen		▼

Ergänzend arbeiten wir mit einigen Partner auch auf Basis von berechtigtem Interesse und anderen Rechtsgrundlagen ohne Einwilligung zusammen. Diese Einstellungen können Sie hier verwalten. [Berechtigtes Interesse](#)

Eine Liste aller Drittanbieter können Sie hier verwalten. [Drittanbieter](#)

* Nicht-IAB Verwendungszwecke

Computerbild: Obwohl alle sechs angebotenen Schalter auf „Aus“ stehen, sind unter dem Link „Drittanbieter“ 60 von 146 Cookie-Firmen eingeschaltet.

Ähnliches kann man auch auf anderen Webseiten entdecken. Das PC-Magazin listet 180 Cookie-Firmen auf, bei der PC-Welt sind es 581. Auf der Seite der „Computerwoche“ werden sogar rund 1160 (!) Drittanbieter aufgeführt.² Wenn jede dieser Firmen nur eine Cookie-Datei verwendet (oft sind es bis zu zehn), werden bei einem Besuch allein dieser Web-Seite 1160 kleine Spionage-Dateien auf meinen Rechner geschrieben.

Eine Schatztruhe gefüllt mit Nutzerdaten

Cookies sind einen beliebte, wenn auch längst nicht die einzige Möglichkeit, mein Verhalten im Internet nachzuerfolgen. Dabei geht um scheinbar unwichtige Dinge: wie lange verweile ich auf einer Web-Seite, welche Produkte sehe ich mir an, welche davon wiederholt, an welcher Stelle wird ein schon begonnener Kaufvorgang abgebrochen. Doch für wen sind diese Unmengen von Klick-Daten überhaupt von Interesse? Für die Werbeindustrie! Mit Hilfe von statistischen Me-

² Stand August 2020

thoden und Algorithmen lassen sich daraus Verhaltensmuster extrahieren, die nun dazu dienen, an der richtigen Stelle und zum richtigen Zeitpunkt die Information einzublenden, die mich dann doch noch zum Kauf veranlasst.



Europäische Datenschutzgrundverordnung: Mit dem Datenschutz in Urlaub

Die erste Firma, die den Wert der Klickdaten als „Rohstoff“ zu Analyse des Nutzerverhaltens entdeckte war Google. Die Firma startete 1997 als reine Internetsuchmaschine und verwendete anfangs die Sucheingaben der Nutzer nur um die Suchergebnisse zu verbessern. Die Suchmaschine wurde so immer besser, aber sie war nicht profitabel. Google machte Verlust. Anfang der 2000er Jahre entdeckte man dann den Wert der Millionen von Klickdaten der Nutzer. Der Titel eines Google-Patents aus dem Jahr 2003 macht das neue Ziel klar: „Die Generierung von Nutzerinformation zu Nutzung in der zielgerichteten Werbung“.³ Google entwickelte nun Software zur Analyse des Nutzerverhaltens und stellte diese den Seitenbetreibern zur Verfügung. Auf der entsprechenden Google-Seite werden solche Software-Werkzeuge aufgeführt.⁴ Und die auf dem Nutzerrechner abgelegten Cookies liefern das Futter, also die Daten für diese Tools.

Damit ist das Ende der Fahnenstange aber noch nicht erreicht, denn Google ist zwar der größte Datensammler, aber nicht der einzige. Neben Facebook, Amazon und Microsoft sind hunderte andere Firmen auf den profitablen Datensammelzug aufgesprungen.

³ Zitiert in Zuboff [2], S.99

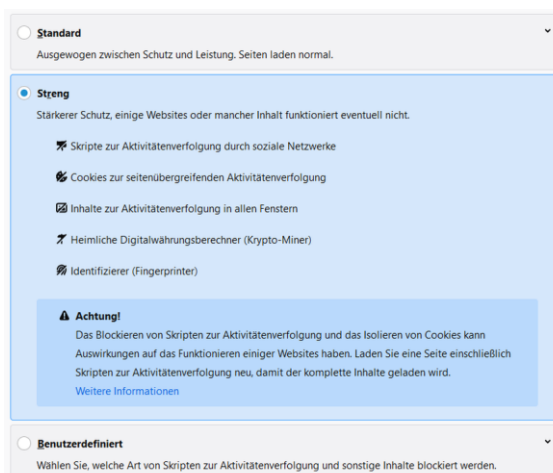
⁴ Einige Werkzeuge zur Nutzeranalyse: admob.com, adsensecustomsearchads.com adwords.com, doubleclick.net, googleadservices.com googleapis.com, googlesyndication.com googletagmanager.com, googletagservices.com googletraveladservices.com googleusercontent.com, google-analytics.com
Quelle: <https://policies.google.com/technologies/types>



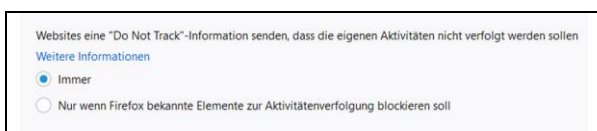
GAFA ist eine gängige Abkürzung für die großen Datensammler Google (Alphabet), Amazon, Facebook und Apple. Spätestens seit Einführung von Windows 10 muss allerdings noch ein „M“ für Microsoft hinzugefügt werden.

Was tun?

Die genannten Beispiele haben es gezeigt: Das Abschalten der Cookies per Hand auf jeder Web-Seite ist sehr mühsam und nicht praktikabel. Aber es gibt Alternativen. Den richtigen Hebel finden wir in den Einstellungen unseres Web-Browsers. Beim Browser Firefox⁵ gibt es unter „Einstellungen“ den Punkt „Datenschutz und Sicherheit“. Dort kann man zwischen drei Stufen wählen: Standard, Streng und Benutzerdefiniert.



Schon bei „Standard“ werden Cookies zur *Aktivitätsverfolgung über mehrere Web-Seiten* blockiert. Zusätzlich kann man auswählen, dass eine „Do not Track“-Information an jede aufgerufene Web-Seite gesendet wird.



Zwar beachten längst nicht alle Web-Seiten diese Aufforderung, aber die Einstellung kann ja nicht schaden. In der Stufe „Benutzerdefiniert“ können Cookies auch komplett gesperrt werden.

⁵ Firefox ist ein Open-Source-Browser der Mozilla Cooperation, die zur Mozilla Foundation gehört.

Dann funktionieren allerdings einige Web-Seiten nicht mehr. So konnte ich mich mit dieser Einstellung nicht mehr auf der Seite meiner Sparkasse anmelden. Die komplette Sperrung ist also nicht zu empfehlen.



Ghostery ist ein Browser-AddOn, welches Tracker blockiert.

Wir können aber noch mehr tun. Sehr sinnvoll ist es, den Browser durch einen Werbeblocker zu ergänzen, z.B. „Ghostery“. Diese Browser-Erweiterung (AddOn) gibt es für die gängigen Web-Browser Firefox, Chrome, Opera, Internet Explorer und Safari, aber auch als App für Android und Apple iOS.



Screenshot der Detailansicht von Ghostery auf der Seite pcwelt.de

Im Beispiel der gezeigten Web-Seite sehen wir, dass 14 Tracker trotz der Firefox-DatenschutzEinstellung „Streng“ durchgekommen sind. Davon wurden durch Ghostery 11 blockiert (Social Media 1, Website Analytics 4, Werbung 6). Unter die Kategorie Social Media fallen auch solche Verfolgungselemente, wie der „Like“-Button von Facebook, der oft auf Web-Seiten eingebunden wird und der Daten an Facebook sendet, egal ob man darauf klickt oder nicht. Als harmlos eingestufte Tracker und Skripte werden durch Ghostery nicht blockiert, der Nutzer kann sie aber per Hand ausschalten.

Nicht verschwiegen werden soll, dass Ghostery selbst Daten sammelt, aber nur, wenn sich der Nutzer für die Funktion *Ghostrank* angemeldet hat. Die Daten werden Verbraucherorganisatio-

nen, Datenforschern und Journalisten zur Verfügung gestellt.⁶ Wichtig zu wissen ist auch: Seit Anfang 2017 gehört Ghostery zur deutschen Firma Cliqz, die wiederum zum Hubert Burda Media Konzern gehört. Damit unterliegt Ghostery dem deutschen Datenrecht. Das Münchener Start-up Cliqz entwickelte ab 2008 einen Browser mit Suchmaschine, bei dem der Nutzer die Kontrolle über seine Daten behält. Leider wurde diese vielversprechende Entwicklung Ende April 2020 in Folge der Corona-Pandemie eingestellt.⁷

Fazit

Wir sparen Wasser, wir sparen Strom, warum sparen wir nicht auch bei unseren persönlichen Daten? Amazon, Facebook, Google und Co. wissen mehr über uns als wir glauben. Sie kennen den Mann besser als die Ehefrau, die Kinder besser als die Eltern, sie wissen Dinge über uns, die wir schon längst vergessen haben. Also stellen wir doch den Schalter auf AUS, sonst fließen unsere Daten weiter ohne Einschränkung zu den Datensammlern.

Quellen

- [1] c't DSGVO, Neuauflage 2020
- [2] Zuboff, Shoshana: „Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus“, Campus Verlag, 2018
- [3] Levi, Steven: „Facebook - Weltmacht am Abgrund“, Droemer, 2020
- [4] Chip: „Ghostery für Firefox“ www.chip.de/downloads/Ghostery-fuer-Firefox_37693930.html
- [5] Cliqz Magazine: „Cliqz und Ghostery kämpfen vereint für den Schutz deiner Privatsphäre“, 2017-02-15, <https://cliqz.com/magazine/cliqz-und-ghostery>
- [6] Hubert Burda Media: „Cliqz schließt Bereiche für Browser- und Suchtechnologien“, 29.4.2020, www.burda.com/de/news/cliqz-schliesst-bereiche/

Impressum

Die Greiffenberger Notizen sind eine private Veröffentlichung auf www.joerg-berkner.de

Alle bisherigen Ausgaben finden Sie auf: www.joerg-berkner.de/GN/Greiffenberger_Notizen.html

Fotos: Jörg Berkner, soweit nicht anders angegeben
Version 2020-08-17u

Der Cartoon auf Seite 3 stammt von Greser & Lenz und wurde kostenlos zur Verfügung gestellt: <https://www.gdd.de/downloads/materialien/cartoons>

⁶ Siehe dazu im Detail: <https://de.wikipedia.org/wiki/Ghostery>

⁷ Vgl. zu Cliqz [5] und [6]