

Link: <https://www.computerwoche.de/a/deutsche-marketing-chefs-sorgen-sich-um-privatsphaere-ihrer-kunden,1891835>

Benutzerverhalten im Web analysieren

Deutsche Marketing-Chefs sorgen sich um Privatsphäre ihrer Kunden

Datum: 08.04.2009
Autor(en): Diego Wyllie

Mit der Auswertung von Online-Daten sind deutsche Marketing-Chefs besonders vorsichtig. Das zeigt eine aktuelle Befragung in Frankreich, Großbritannien und Deutschland. Die meisten Nutzer hingegen sind mit dem so genannten Behavioural Targeting einverstanden, sofern sie vorher zugestimmt haben.

Das Analysieren von Benutzerverhalten auf Internetseiten ("**Behavioural Targeting**"¹) ermögliche nicht nur den Webseiten-Betreibern, ihr **Online-Marketing**² zu optimieren. Auch Online-Kunden, so die Studie, sollen dabei etwa von automatisierten Produktempfehlungen oder benutzerfreundlicheren Internetseiten profitieren.

Online-Kunden positiv eingestellt

Über die Hälfte der Nutzer ist laut Umfrage bereit, ihre Verhaltensdaten analysieren zu lassen. Als einzige Bedingung legen die meisten Verbraucher Wert darauf, dass die Datenerhebung in Verbindung mit einem so genannten "Opt-in-Verfahren" (Zustimmung im Voraus) oder "Opt-out-Verfahren" (Kündigung im Nachhinein) durchgeführt wird. Durch die Anpassung der **Online-Angebote**³ mittels Behavioural Targeting erwarten deutsche Online-Kunden vor allem, dass sie neue Produkte leichter entdecken (38 Prozent), sowie Sonderangeboten schneller wahrnehmen können (35 Prozent).

Deutsche Marketer skeptisch

Während bei den Internet-Nutzern eine positive Einstellung gegenüber dem Behavioural Targeting überwiegt, herrscht auf Marketingseite überraschenderweise noch Skepsis vor, so die Studie weiter. Das gelte im Besonderen in Deutschland. So befürchten über 70 Prozent der deutschen **Marketer**⁴, dass Kunden sich durch die **Auswertung der Online-Aktivitäten**⁵ möglicherweise in ihrer Privatsphäre verletzt fühlen könnten. In Frankreich teilen mehr als 60 Prozent und in Großbritannien rund 50 Prozent der Befragten diese Bedenken.

Die Firma **Coremetrics**⁶, internationaler Anbieter von **Web-Analyse**⁷-Lösungen mit über 1.500 Kunden weltweit, befragte insgesamt 3.000 Verbraucher und 300 Marketing-Experten aus Frankreich, Großbritannien und Deutschland.

Links im Artikel:

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Behavioral_targeting

² https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1887516/

³ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1883828/

⁴ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1884078/

⁵ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1890407/

⁶ <http://www.coremetrics.com/>

⁷ https://www.computerwoche.de/subnet/oracle_crm/1890408/

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.