

Pressemitteilung

PM Goliathwatch: Google ändert Werbeformat, um Facebook und Co anzugreifen

Neues Tracking bei Google ist Datenschutz-Washing

Goliathwatch sieht in der Änderung des Werbeformats beim Digitalgiganten Google einen Marktangriff auf Facebook und Co zum weiteren Schaden für die Wirtschaft und die Demokratie

Hamburg, 4. März 2021 –Die Ankündigung von Google, personalisierte Onlinewerbung zu reduzieren, sieht die Hamburger Nichtregierungsorganisation Goliathwatch sehr kritisch, auch wenn einige Kommentatoren dies begrüßen. Für Goliathwatch führt der marktstrategische Schritt von Google zu weiteren Schäden in der Wirtschaft und der Demokratie. Nach Einschätzung von Dr. Thomas Dürmeier, des Digitalmarktexperten bei Goliathwatch, versucht Google mit dem Schritt Facebook und andere Werbekonzerne schrittweise aus dem Markt für datenbasierte und verhaltensmanipulative Online-Werbung zu verdrängen.

„Die Gefahren durch zielgerichtete und psychologisch optimierte Werbung besteht auch weiterhin bei datenbasierten Werbegruppen, da die Zuordnung ja auch auf Persönlichkeitsdaten beruht.

Verhaltensmanipulation wie bei Werbeskandalen um Trump oder dem Brexit sind weiter machbar. Google wird durch diesen Schritt gegen Cookies, Facebook und Co. sehr wahrscheinlich Marktanteile im Online-Markt abringen.“

Der Erwerb von Nutzendaten ist immer noch die Grundlage des Geschäftsmodelles beim Werbegiganten Facebook, Google und Co. Google hat über den hohen Marktanteil im Markt für Suchmaschinen mit Google Search, Handybetriebssystemen wie Android, Videos wie Youtube, Webseitenwerbeeinspielern wie Doubleclick und Webbrowsern wie Chrome einen leichten Zugang zu Daten, die Google für effektive Verhaltensbeeinflussung bei Kaufentscheidungen oder Wahlen zum Verkauf teuer anbietet. Mit der aktuellen Reform verändert sich zwar die Form der personalisierten Werbung leicht, aber nicht die Wirkungsweise dieser Werbeform. Goliathwatch kritisiert dies als „Datenschutz Washing“, weil für sie kein wirklicher Schutz der Benutzerdaten erfolgt. Da Google die Standards für Onlinewerbung damit verändert, müssen sich Konkurrenten nun an die veränderten, und für sie schlechteren Rahmenbedingungen anpassen. Für Goliathwatch sollte das Bundeskartellamt seine neue ex ante-Marktmachtkontrolle nutzen, um mögliche Gefahren für Marktentwicklung, Verbraucher und die Bundestagswahl zu untersuchen und zu verhindern.

Für weitere Informationen oder **Interviewanfragen** wenden Sie sich bitte an:

Dr. Thomas Dürmeier, Geschäftsführer, Goliathwatch
Tel.: 0177 / 4 28 29 25 Email: duermeier@goliathwatch.de

Zu Goliathwatch:

Die Nichtregierungsorganisation Goliathwatch aus Hamburg will Demokratie fördern und die Macht der Konzerne einschränken. Menschenrechte und Umweltschutz sollen gestärkt werden. Goliathwatch wurde 2017 gegründet und finanziert sich über Spenden, Fördermitglieder und Stiftungsgelder. Aktuelle Kampagne #digitaledemokratie - #fairstattfake.