

Was ist personalisierte Werbung?

Personalisierte Werbung ist auf die Interessen, Vorlieben oder den Geschmack eines individuellen Internetnutzers zugeschnitten. Das können z.B. Online-Banner, Video-Ads oder gesponserte Posts im Feed eines sozialen Netzwerkes sein, die speziell für besondere Personengruppen geschaltet werden. Dabei ist die ausgespielte Werbung an den persönlichen Eigenschaften, Wünschen und Präferenzen dieser Nutzer ausgerichtet. Hat zum Beispiel ein Nutzer eine Vorliebe für Polohemden, kann dies anhand seines Surfverhaltens festgestellt und ihm hierzu passende Werbung angezeigt werden.

Wie funktioniert personalisierte Werbung im Internet?

Die Internetnutzer hinterlassen Spuren beim Surfen im Netz: Ihr Surf-Verhalten wird mit Hilfe von **Cookies** und **Browser- und Geräte-Identifizierung** analysiert. Die so gesammelten Informationen werden zu **Nutzerprofilen** zusammengeführt. Auf Basis der Nutzerprofile wird jedem einzelnen Internetnutzer eine persönlich passende Werbung angezeigt.

Die **Browser- und Geräteidentifizierung** wird mit Hilfe der Fingerprinting-Technologie ermöglicht. Dabei wird das Gerät (Computer, Tablet oder Smartphone etc.) eines Internetnutzers anhand von Informationen, die der Internetbrowser ausgibt, identifiziert. Dies können individuelle Browsereinstellungen, wie z.B. die Auflösung oder installierte Add-ons sein.

Cookies sind kleine Textdateien, die bei Besuch einer Website auf dem Computer des Internetnutzers gespeichert werden. Sie enthalten Informationen, welche Produkte sich ein Nutzer wann und wie oft angeschaut hat. Besucht er nun eine weitere Website, werden die Cookies erkannt und die Informationen automatisch ausgelesen.

Die mit Hilfe von Cookies, Browser- und Geräte-Identifizierung ermittelten Daten werden einem **Nutzerprofil** zugeordnet. Eine Software wertet das Nutzerprofil aus und zieht Schlussfolgerungen zu möglichen Interessen, die dem Profil entsprechen könnten. Auf dieser Basis wird eine passende Werbung ausgewählt und dem Internetnutzer auf der neu besuchten Website angezeigt.

Die Werbeindustrie und soziale Netzwerke können auf diese Weise die Nutzungsdaten der Internetnutzer aus weiten Bereichen des Internets zusammenführen und detaillierte Nutzerprofile erstellen.