

Google Consent Mode v2

Die Neuerungen und was diese für Sie bedeuten

Wie sich die neuesten Datenschutzvorgaben von Google auf Ihre **Einnahmen auswirken** können und was Sie dagegen tun können.



Nutzen Sie Google-Dienste zur Personalisierung oder Erfolgsmessung? Möchten Sie diese wichtigen Funktionen für Ihr Unternehmen beibehalten? **Alles**, was Sie dazu wissen müssen, finden Sie in **diesem Leitfaden**.

Im November 2023 hat Google den **Google Consent Mode v2** eingeführt.

Seit März 2024 müssen Sie Ihrer Website oder App den Consent Mode hinzufügen, wenn Sie Funktionen der Google-Dienste wie Targeting und Conversion-Tracking für EU-Nutzer weiterhin nutzen möchten. Außerdem müssen Sie ein Einwilligungs-Banner verwenden, das der **Google-Richtlinie zur Einwilligung der Nutzer in der EU** entspricht.



Um all dies zu bewältigen, empfiehlt Google die Zusammenarbeit mit einer Plattform zur Einwilligungsverwaltung, auch „**Google CMP-Partner**“ genannt, die in Googles CMP-Partnerprogramm aufgeführt ist.



Glücklicherweise **war iubenda bereits als vertrauenswürdiger Google CMP-Partner für die Unterstützung des Google Consent Mode zertifiziert**, lange bevor diese neuen Anforderungen eingeführt wurden.

Wir wissen, was wir tun, und wir können Sie in kürzester Zeit durch die notwendigen Schritte führen, damit Sie die Google-Funktionen, die für Ihr Marketing unerlässlich sind, beibehalten können.



iubenda



Klicken Sie hier, um direkt mit der Google-zertifizierten CMP von iubenda loszulegen!



Oder lesen Sie weiter, um **mehr zu erfahren**

In diesem Leitfaden ...

- 01 Auf einen Blick: Was ist neu beim Google Consent Mode v2**
- 04 Das A und O des Google Consent Mode**
 - 04** Was ist der Google Consent Mode?
 - 05** Warum sollte ich den Google Consent Mode verwenden?
 - 06** Für wen ist der Google Consent Mode nützlich?
 - 06** Wie funktioniert der Google Consent Mode?
- 09 Google Consent Mode v2: Im Einzelnen**
 - 09** Warum diese neue Version?
 - 09** Zwei neue zusätzliche Tags
 - 10** Einfache vs. erweiterte Implementierung
 - 11** Was passiert, wenn ich die neuen Anforderungen von Google nicht erfülle?
- 12 So können Sie den Google Consent Mode mit iubenda einrichten**
 - 12** Wählen Sie die für Sie richtige Integrationsmethode
 - 13** Ist der Google Consent Mode auf Ihrer Website aktiviert?
 - 14** Warum Sie der CMP von iubenda vertrauen können
- 16 Compliance leicht gemacht: Umfassende Software-Lösungen für Ihre Website**
- 18 Aktivieren Sie den Google Consent Mode mit der Google-zertifizierten CMP von iubenda → Legen Sie zu einem exklusiven Preis los!**

Neugierig geworden? Dann fangen wir an

Auf einen Blick: Was ist **neu** beim Google Consent Mode v2



Was sind die Neuerungen?

Um die Google-Dienste zur Erfolgsmessung und Personalisierung in Europa weiterhin optimal nutzen zu können, müssen Sie auf Ihrer Website/App die folgenden zwei neuen Anforderungen erfüllen:



Der Google Consent Mode muss aktiviert sein



Ein mit der Richtlinie zur Einwilligung der Nutzer in der EU konformes Banner zur Einholung von Nutzereinzwilligungen muss eingerichtet sein.

Und warum? Kurz gesagt, das Einwilligungs-Banner leitet die Einwilligungsentscheidung eines jeden Nutzers an den Google Consent Mode weiter, der das Verhalten der Google-Produkte so anpasst, dass die Datenschutzeinstellungen der Nutzer berücksichtigt werden. Durch eine Technologie namens Conversion-Modellierung hilft der Google Consent Mode dabei, wertvolle modellierte Daten von Nutzern, die dem Tracking nicht zustimmen, zurückzugewinnen, ohne ihre Privatsphäre zu verletzen.

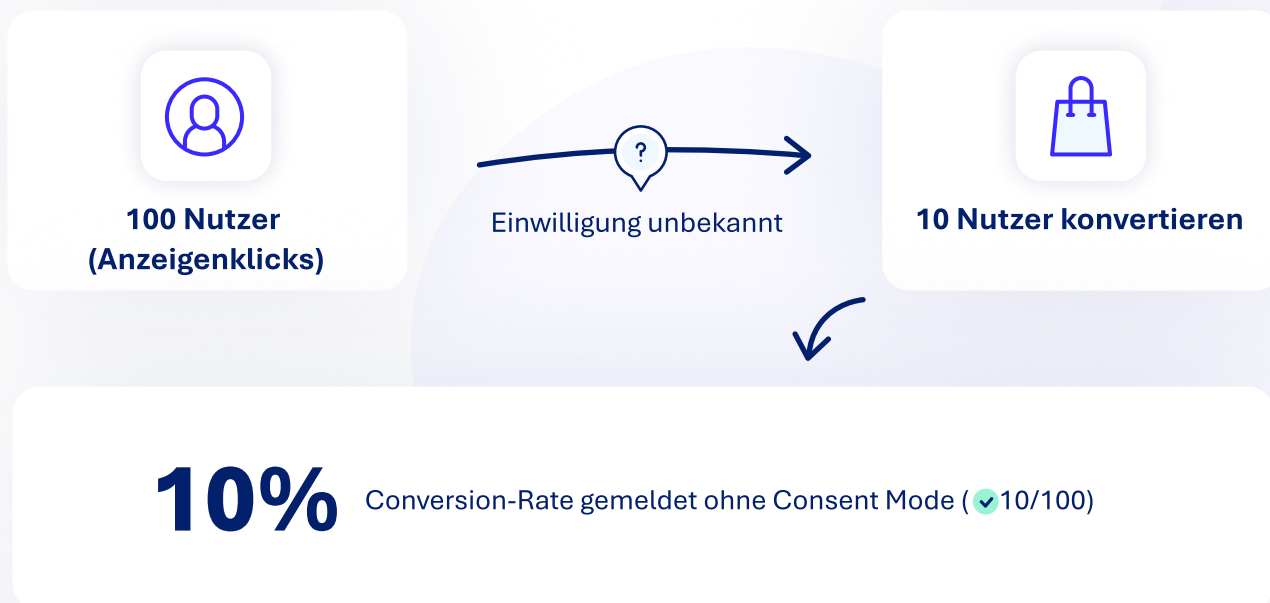


Was sind die Vorteile des Google Consent Mode?

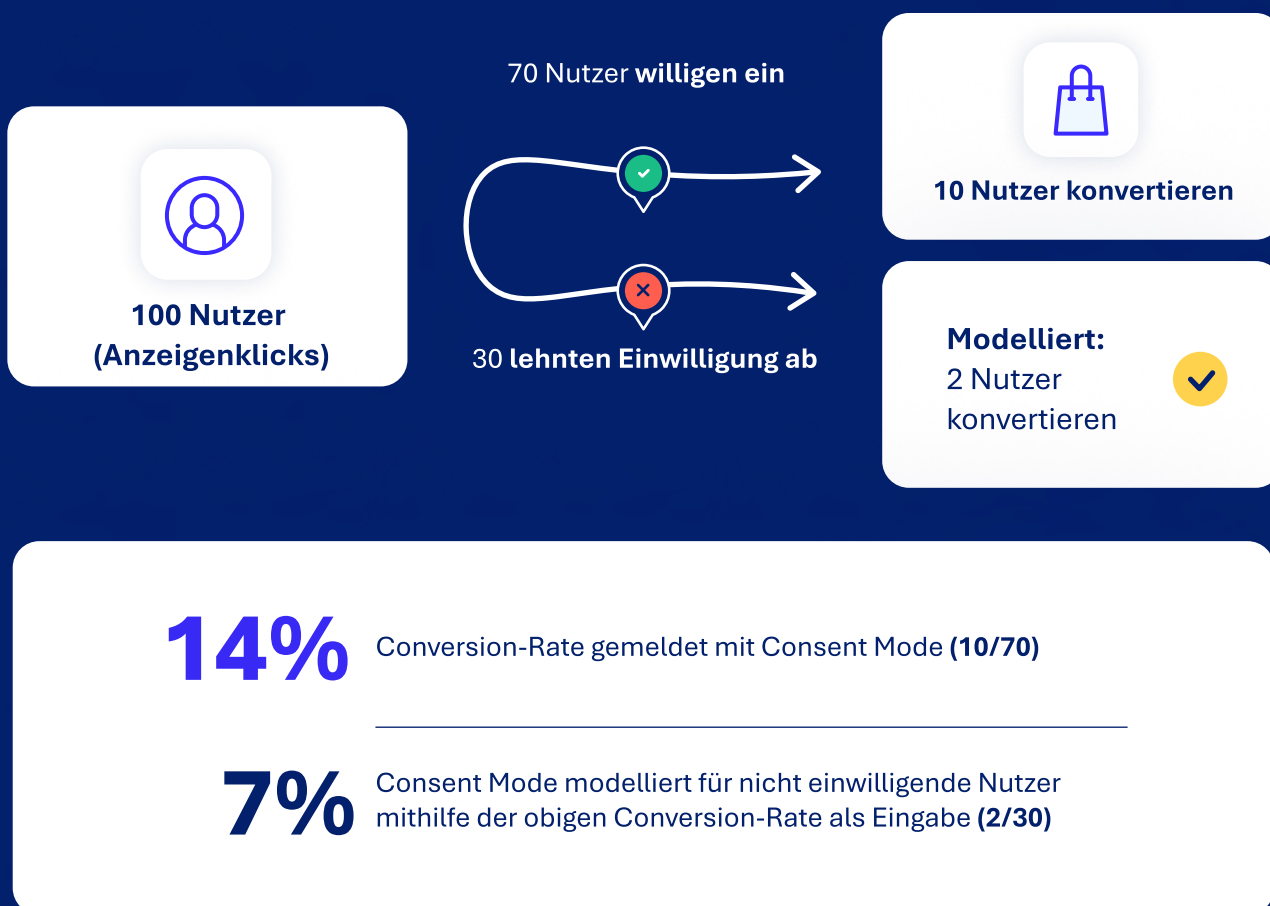
Die grundsätzliche Eigenschaft von Einwilligungs-Bannern (die in Europa bereits rechtlichen Anforderungen erfüllen müssen) bringt es mit sich, dass Ihnen wertvolle Daten von Nutzern verloren gehen, die dem Tracking zu Werbe- oder Analysezwecken nicht zustimmen. Das bedeutet **weniger Dateneinblicke aus Ihren bestehenden Kampagnen und für die Ankündigung und Optimierung Ihrer zukünftigen Kampagnen**. Es kann sich negativ auf Ihr Geschäft auswirken, wenn Sie diese verloren gegangenen Daten nicht berücksichtigen können.

Der Google Consent Mode löst dieses Problem auf eine datenschutzfreundliche Art und Weise und **stellt mittels KI-gestützter Conversion-Modellierung aggregierte Marketingdaten für Nutzer wieder her, die ihre Einwilligung verweigern**. So erhalten Sie einen **genaueren Überblick über die Performance Ihrer Kampagne**. Sie können diese modellierten Daten wiederum für eine optimierte Entscheidungsfindung, für Ihr Marketing und zur Umsatzsteigerung nutzen, während Sie gleichzeitig die Privatsphäre der Nutzer respektieren.

Kampagne A **ohne** Google Consent Mode:



Kampagne A **mit** Google Consent Mode:





Gilt das auch für mich?

Die neuen Anforderungen gelten für Sie, wenn die beiden folgenden Aussagen auf Sie zutreffen:



Sie verwenden eine der Zielgruppenfunktionen von Google wie die Zielgruppenanalyse in Analytics, Remarketing in Ads oder Floodlight in Search Ads 360.



Sie betreiben Geschäfte im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR).



Wie kann ich überprüfen, ob der Google Consent Mode auf meiner Website aktiviert ist?

Finden Sie es heraus, indem Sie [diesem Link](#) folgen.

Geben Sie einfach die URL Ihrer Website und Ihre E-Mail-Adresse ein, und halten Sie Ihren Posteingang Ausschau nach den Ergebnissen!



Wann treten die Neuerungen in Kraft?

Google hat für das Jahr 2024 verschiedene Upgrades vorgesehen, um die Weitergabe von Einwilligungssignalen von Nutzern innerhalb der Google-Produkte zu erleichtern. Sie müssen diese Upgrades zu Ihrer Website oder App hinzufügen, wenn Sie weiterhin Anzeigenfunktionen wie Conversion-Tracking und Targeting nutzen möchten.

! Seit März 2024 hat Google schrittweise die Verwendung des Consent Mode v2 für den Zugriff auf die Funktionen zur Zielgruppenpersonalisierung und Erfolgsmessung in seinen Diensten vorgeschrieben, wenn Sie sich an EU-Nutzer richten.



Was muss ich tun?

Um die Einhaltung der neuen Anforderungen zu gewährleisten, empfiehlt Google die Verwendung einer Softwarelösung namens Consent Management Platform (CMP), d. h. einer Plattform zur Einwilligungsverwaltung. Es wird ausdrücklich empfohlen, einen gelisteten Google CMP-Partner in Anspruch zu nehmen. Auf diese Weise können Sie sich darauf verlassen, dass Ihre Verfahren zur Einholung von Einwilligungen und die Aktivierung des Google Consent Mode ohne viel Aufhebens gemäß den Google-Vorgaben durchgeführt werden.

Erfüllen Sie noch heute die neuen Anforderungen von Google und **erhalten Sie Ihre Zielgruppenfunktionen.**



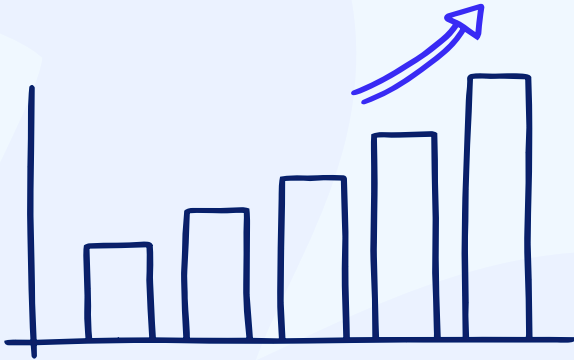
Nutzen Sie iubenda Google-zertifizierte CMP



Das A und O des Google Consent Mode

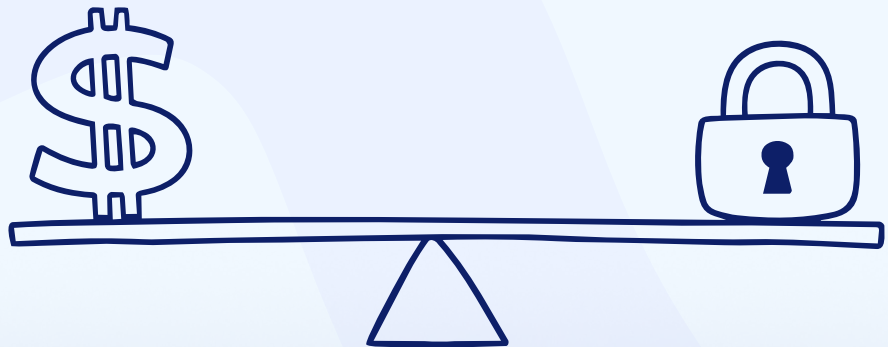
Was ist der Google Consent Mode?

Der Google Consent Mode ist eine Lösung, die **Werbetreibenden dabei hilft, die Datenschutzbestimmungen für Einwilligungen einzuhalten** (wie z. B. die DSGVO, die ePrivacy-Richtlinie oder das Gesetz über digitale Märkte) und **gleichzeitig das Beste aus Google-Diensten** wie Ads oder Analytics herauszuholen, indem Erfolgsmessungs- und Personalisierungsfunktionen für Apps und Websites durch statistische Modellierung beibehalten werden.



Mit anderen Worten: Es ist eine Möglichkeit, die **datenschutzrechtlichen Einwilligungsanforderungen zu erfüllen** und **dennoch einen repräsentativen Überblick über die Performance zu erhalten, um nachzuvollziehen, wie Nutzer auf einer Website konvertieren, indem KI-Modelle für verloren gegangene Conversions verwendet werden**. Dies hilft Werbetreibenden, Conversions effektiver zu messen und gleichzeitig die Einwilligungsentscheidungen von Nutzern in Bezug auf Anzeigen und Analyse-Tracker zu respektieren.

 Der Google Consent Mode stellt ein gutes Gleichgewicht zwischen dem **Schutz der Privatsphäre der Nutzer** und dem **Bedarf von Anbietern einer Website an Dateneinblicken und Monetarisierung** dar.



Der ursprüngliche **Google Consent Mode** wurde im Jahr 2020 aus mehreren Gründen eingeführt:



Der Schutz der Online-Privatsphäre ist ein vorrangiges Anliegen der Nutzer und hat Auswirkungen auf die Datenerfassung im gesamten digitalen Ökosystem.



Die gestiegenen Erwartungen der Nutzer in der Branche erfordern transparentere und benutzerfreundlichere Einwilligungsmechanismen.



Werbetreibende, die Einwilligungs-Banner einführten, verzeichneten einen deutlichen Rückgang der zugeordneten/gemeldeten Conversions. Dies wirkte sich auf die Berichterstellung und fundierte Entscheidungsfindung aus, wie z. B. bei Smart-Bidding-Bemühungen, was zu Gewinnverlusten bei den Werbeausgaben führte.

Warum sollte ich den Google Consent Mode verwenden?

MEHR DATENSCHUTZ UND COMPLIANCE



Geben Sie den Nutzern mehr Kontrolle und **geben Sie ihre Datenschutzeinstellungen** für Werbe-/Analyse-Cookies **genau wider.**



Stellen Sie sicher, dass Google-Tags im Einklang mit Rechtsvorschriften wie der DSGVO so funktionieren, dass die **Einwilligung der Nutzer berücksichtigt** wird.



Halten Sie sich an die Richtlinien in Regionen mit strengen Vorschriften zur Cookie-Einwilligung (z. B. EWR + GB).



Stellen Sie sicher, dass Ihre Anzeigen nur den Nutzern angezeigt werden, die ihre Einwilligung für Werbezwecke erteilt haben.

71% einer Befragtengruppe gaben an, dass sie lieber bei Marken kaufen, die ehrlich offenlegen, welche Daten sie erfassen und warum.*

Wenn Menschen einer Marke vertrauen, sind sie **doppelt so bereit**, ihre personenbezogenen Informationen weiterzugeben.**

WERTVOLLE ERFOLGSMESSUNGEN UND DATENEINBLICKE



Respektieren Sie die Einwilligung der Nutzer UND melden Sie weiterhin Conversions für Ihre Kampagnen.



Selbst mit begrenzten Daten können Sie durch Conversion-Modellierung Lücken schließen und aggregierte Erkenntnisse gewinnen.



Ordnen Sie Conversions der richtigen Kampagne zu, um sich ein genaueres Bild von Ihren Werberesultaten zu machen.



Optimieren Sie die Gebote für Ihre Kampagnen und verteilen Sie Ihr Budget effizient auf die Kampagnen, die am besten abschneiden.



Richten Sie sich an bestimmte Zielgruppen und liefern Sie relevantere Anzeigen mit kontinuierlichen Personalisierungsfunktionen.



Erfahren Sie mehr über Ihre Werbeausgaben als Unternehmen, die den Consent Mode nicht verwenden.



Steigern Sie Ihre Werbeeinnahmen und Geschäftsergebnisse!

*BCG / Google, "Consumers Want Privacy. Marketers Can Deliver." January 21, 2022

**Google/Ipsos, France, Germany, Netherlands, Sweden, U.K., Privacy by design: the benefits of putting people in control, n=10,001, online participants aged 18-70, July 2022

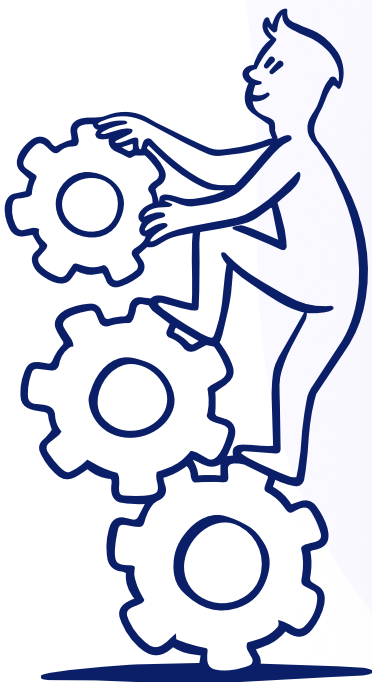
Für wen ist der Google Consent Mode nützlich?

Werbetreibende, Publisher, Entwickler und Website-Anbieter, die in Europa (oder einer Region mit Einwilligungsvorschriften) präsent sind, sollten den Google Consent Mode verwenden, wenn sie personalisierte Anzeigen schalten oder Messdaten von EU-Nutzern erfassen.

Wie funktioniert der Google Consent Mode?

Der Consent Mode ist mit anderen Google-Diensten wie **Google Ads, Google Analytics, Google AdSense, AdManager und AdMob** kompatibel. Ebenso mit **Floodlight** und **Conversion-Verknüpfung**.

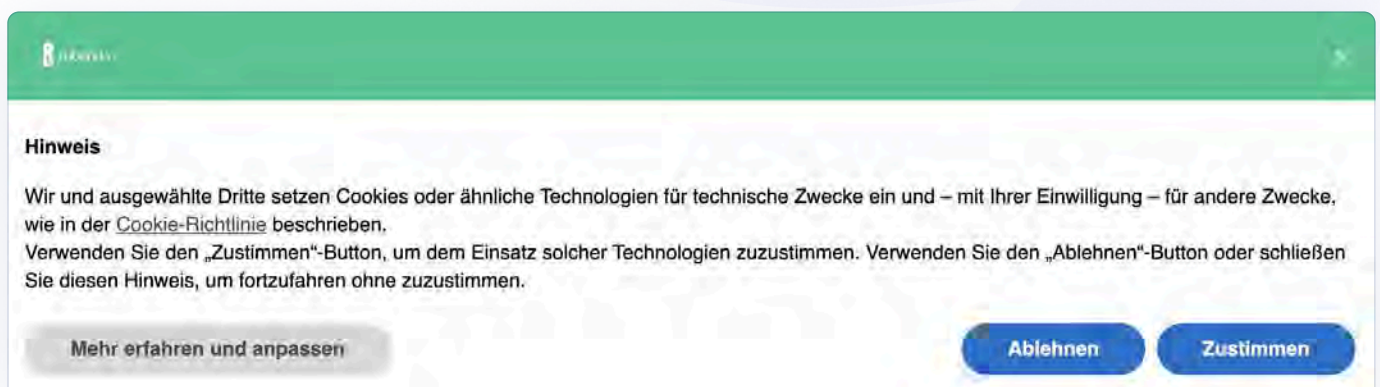
Der einfachste Weg, den Google Consent Mode auf einer Website zu verwenden, ist über eine von Google zertifizierte Plattform zur Einwilligungsverwaltung (CMP) – **iubenda ist ein zertifizierter Google CMP-Partner.**



Was ist eine CMP?

Rechtsvorschriften wie die DSGVO und die ePrivacy-Richtlinie verlangen, dass die Ausführung von Cookie-Skripten blockiert wird, bis Nutzer ihre Einwilligung erteilen.

Eine **Plattform zur Einwilligungsverwaltung (CMP)** hilft Ihnen, diese Anforderungen zu erfüllen. Es handelt sich dabei um eine Softwarelösung zur **Verwaltung von Nutzereinwilligungen auf einer Website oder App mit einem Einwilligungs-Banner**. Die Plattform hilft bei der Erfassung, Speicherung und Verwaltung der Einwilligungsentscheidungen von Nutzern für bestimmte Datenerfassungsaktivitäten wie Analysen, Werbung und Retargeting.



Sehen wir uns einen detaillierten Verlauf an, um nachzuvollziehen, wie der Google Consent Mode funktioniert

Schritt-für-Schritt-Verlauf

- 01** Ein Nutzer besucht Ihre Website und trifft auf dem Einwilligungs-Banner Ihrer CMP eine Einwilligungsentscheidung (d. h. er stimmt Trackern zu oder lehnt sie ab).
- 02** Der Google Consent Mode interagiert mit dem Einwilligungs-Banner Ihrer CMP und empfängt Einwilligungssignale, um festzustellen, ob die Verwendung von Trackern für einen bestimmten Nutzer auf Ihrer Website gestattet wurde oder nicht. Ihre CMP übermittelt diese Entscheidung über den Consent Mode an ein Google-Tag. Das Ganze funktioniert anhand von zwei Tag-Einstellungen namens `ad_storage` und `analytics_storage`, jeweils für Werbe-Cookies und Analyse-Cookies. **NEW** Zwei neue zusätzliche Tags namens `ad_user_data` und `ad_personalization` wurden in Version 2 hinzugefügt.
- 03** Der Consent Mode passt das Verhalten der Google-Tags an den Einwilligungsstatus des Nutzers an und ermittelt dabei auch nicht erfassbare Teilmengen der Konversionsdaten.
 - ▶ Wenn ein Nutzer einwilligt, werden alle Tracker normal installiert.
 - ▶ Liegt keine Einwilligung vor, wendet Google stattdessen Conversion-Modellierung an, um entgangene Conversions wiederherzustellen.
- 04** Über den Consent Mode geschätzte Conversions werden direkt in Ihre Kampagnenberichte integriert, und zwar mit der gleichen Detailgenauigkeit wie erfasste Conversions.
- 05** Bei Google Ads zum Beispiel fließen diese Daten in die Gebotstools von Google ein, so dass Sie Ihre Kampagnen auf der Basis eines vollständigen Überblicks über Ihre Ergebnisse optimieren können!

Im Durchschnitt lassen sich mit dem Consent Mode etwa **65 %** der durch die Cookie-Einwilligungsentscheidungen der Nutzer entgangenen Anzeigenklick-Conversions wiederherstellen.

Google Internal Data, 2023



Aber wie kann Google die Konversionsdaten wiederherstellen, wenn der Nutzer seine Einwilligung nicht erteilt hat?

Kurz gesagt, die Conversion-Modellierung setzt Machine-Learning-Technologien ein, um mithilfe von **Google AI beobachtbare Daten und bisherige Trends zu analysieren**, wozu auch Signale wie Gerätetyp, Conversion-Typ, Land, Uhrzeit und Browsertyp gehören.

Anhand von beobachtbaren User-Journeys, bei denen die Nutzer ihre Einwilligung zu Trackern erteilt haben, **werden die Modelle durch Google für die Attributionspfade von User-Journeys ausgewertet**, bei denen die Nutzer keine Einwilligung erteilt haben. Dies quantifiziert das Verhältnis zwischen einwilligenden und nicht einwilligenden Nutzern und hilft, die Wirkung von Marketingmaßnahmen vollständiger und genauer zu messen.



Die Conversion-Modellierung verwendet keine identifizierenden Daten und ist daher datenschutzfreundlich. Bei der Modellierung werden Wahrscheinlichkeiten herangezogen, um die Verbindung zwischen Anzeigeninteraktionen und Conversion-Ereignissen wie Verkäufen zu modellieren.

Wir verstehen Sie voll und ganz. Das kann alles recht technisch erscheinen. Sehen Sie sich Folgendes an.

So funktioniert der Google Consent Mode: Beispiel

01



Ein Nutzer besucht Ihre Website (oder App)



der nutzer **lehnt** werbe-cookies ab

02



Der Nutzer trifft auf dem Einwilligungs-banner Ihrer Website eine Wahl



der nutzer **stimmt** analyse-cookies zu

03



Der Einwilligungsstatus wird von Ihrer CMP über Google-tags an den Consent Mode gesendet



ad_storage tag ist **nicht geladen**



Analytics_storage Tag **wird geladen**

04



Google-tags passen ihr Verhalten je nach Status an



Werbe-Cookies werden **nicht verwendet**



Cookies für Analysen werden **normal geladen**

05



Nutzer konvertiert



Konversionsdaten Werden Durch **Conversion-Modellierung Gemeldet**



Messdaten Werden **Normal Gemeldet**

Google Consent Mode v2: Im Einzelnen

Warum diese neue Version?

Der Google Consent Mode wurde ursprünglich im Jahr 2020 eingeführt, um Werbetreibende bei der optimalen Einhaltung von Datenschutzbestimmungen zu unterstützen.

Version 2 war notwendig, um in einer **sowohl für Werbung als auch für Technologie entscheidenden Zeit** mit der sich ständig verändernden Branche Schritt zu halten. Die Nutzer wollen nach wie vor mehr Transparenz, und KI eröffnet neue Möglichkeiten. Dies wiederum wirkt sich darauf aus, wie Marketingziele und Unternehmenswachstum unter Wahrung der Privatsphäre der Nutzer erreicht werden können.

Im März 2024 trat auch die Durchsetzung der Verpflichtungen des **Gesetzes über digitale Märkte (GDM)** in Kraft, das von der EU eingeführt wurde, um eine gerechtere digitale Landschaft zu fördern. Das GDM definiert objektive Kriterien zur Identifizierung von „Gatekeepern“ oder großen digitalen Plattformen mit weitreichendem Online-Einfluss, wie Online-Suchmaschinen, App-Stores und Messenger-Dienste. Gatekeeper, darunter auch die Google-Muttergesellschaft Alphabet, müssen nun eine Reihe neuer Regeln in Bezug auf Werbung, Einwilligung und Daten im Allgemeinen einhalten.



Mit dem Google Consent Mode v2 will Google im Jahr 2024 höhere Maßstäbe für Nutzereinwilligungen erfüllen.

Zwei neue zusätzliche Tags

Wie bereits erwähnt, funktionierte die vorherige Version des Consent Mode mit zwei primären Tags: analytics_storage (für Analysezwecke installierte Cookies) und ad_storage (für Werbezwecke installierte Cookies).

In Version 2 wurden die folgenden neuen Parameter eingeführt (so dass es nun insgesamt vier relevante Tags gibt), die jeweils zwei Werte haben: „Gewährt“ oder „Abgelehnt“. Die neuen Tags sind:



ad_user_data – definiert, ob Nutzerdaten zu Werbezwecken an Google gesendet werden können



ad_personalization - definiert, ob personalisierte Werbung aktiviert werden kann (z. B. Remarketing)

Kurz gesagt bedeutet dies, dass analytics_storage und ad_storage sich auf die **Datenerfassung** beziehen, während ad_user_data und ad_personalization sich darauf beziehen, **wie die Daten verwendet oder weitergegeben** werden.



Ab März 2024 verlangt Google schrittweise die Übermittlung dieser vier Signale über den Consent Mode, damit personalisierte Werbung in Google-Produkten für Nutzer aus dem EWR eingesetzt werden kann.

Einfache vs. erweiterte Implementierung

Google nutzt zwar neue technologische Möglichkeiten mit KI-Tools, verwendet aber weiterhin ähnliche Conversion-Modellierungsmethoden, um aggregierte Conversions zu melden und ein genaueres Bild der Leistung zu vermitteln.

Der technische Prozess mit Einwilligung und Tags wurde jedoch in Version 2 überarbeitet und ist nun in **zwei Modi** unterteilt, „Einfach“ und „Erweitert“. Wenn die Einwilligung für einen oder mehrere Parameter abgelehnt wird, passen die betreffenden Tags ihr Verhalten an (erweiterter Modus) oder bleiben ganz gesperrt (einfacher Modus).

	analytics_storage	ad_storage	ad_user_data NEW	ad_personalization NEW
Einwilligung Gewährt	Tag schreibt/liest Cookies für Analysezwecke wie gewohnt	Tag schreibt/liest Cookies für Werbezwecke wie gewohnt	Tag ermöglicht die Übermittlung von Nutzerdaten an Google zu Werbezwecken	Tag wird personalisierte Werbung aktivieren
Einwilligung Abgelehnt Advanced	Tag schreibt/liest keine Cookies für Analysezwecke, Pings ohne Cookies werden gesendet	Tag schreibt/liest keine Cookies für Werbezwecke, Pings ohne Cookies werden gesendet	Tag sendet keine Nutzerdaten zu Werbezwecken an Google	Tag wird personalisierte Werbung deaktivieren
Basic	Tag ist blockiert: Es werden keine Daten für Analysezwecke erfasst	Tag ist blockiert: Es werden keine Daten für Werbezwecke erhoben		

💡 Insgesamt gesehen, ist der erweiterte Modus von Google Consent Mode v2 die optimalere Lösung, da er Ihnen bessere Einblicke in die Performance Ihrer Kampagne bietet, selbst wenn die Einwilligung abgelehnt wurde. **In der einfachen Version wird die Gesamtzahl der Conversions ohne Einwilligung oder die Auswirkung von einwilligungsbedingten Verzerrungen auf die Conversion-Raten nicht gemeldet.**



Zusätzliche Vorteile für Google Analytics im Jahr 2024

! Stellen Sie sicher, dass Sie auf Google Analytics 4 umgestiegen sind!

Nachdem Sie ein Einwilligungs-Banner auf Ihrer Website oder App eingerichtet haben, kann Google Analytics für Nutzer, die ihre Einwilligung verweigern, nicht mehr ausgeführt werden, was zu einem Verlust an Daten führt, die für Ihr Unternehmen von unschätzbarem Wert sein könnten.

Wenn Sie den Google Consent Mode aktivieren, können Sie diese Daten mithilfe von Verhaltensmodellierung und Conversion-Modellierung wiederherstellen.

Was passiert, wenn ich die neuen Anforderungen von Google nicht erfülle?

Im Laufe des Jahres 2024 werden Werbetreibende, die den Google Consent Mode nicht verwenden, die Möglichkeit verlieren, neue europäische (d. h. im EWR ansässige) Nutzer in Zielgruppenlisten innerhalb von Google-Produkten wie Google Analytics 4, Remarketing in Google Ads oder Floodlight zu erfassen. Mit anderen Worten: Sie können Zielgruppenfunktionen (Erfolgsmessung und Personalisierung) für Nutzer in dieser Region nicht nutzen.

Ihnen entgehen wertvolle Daten, die mit Conversion-Modellierung für alle Nutzer, die ihre Einwilligung auf dem Banner Ihrer Website ablehnen, gemeldet werden könnten. Diese Dateneinblicke sind der Schlüssel zu Ihrem Marketing und letztlich zum Erfolg Ihres Unternehmens. **Der Consent Mode stellt circa 65 % der durch die Cookie-Einwilligungsentscheidungen der Nutzer entgangenen Anzeigenklicks-Conversions wieder her.**

Wenn Sie in Europa ohne Einwilligungs-Banner oder ohne Plattform zur Einwilligungsverwaltung Geschäfte tätigen, verstoßen Sie unter Umständen gegen die **Richtlinie zur Einwilligung der Nutzer in der EU** von Google und andere Datenschutzbestimmungen.



So können Sie den Google Consent Mode mit iubenda einrichten

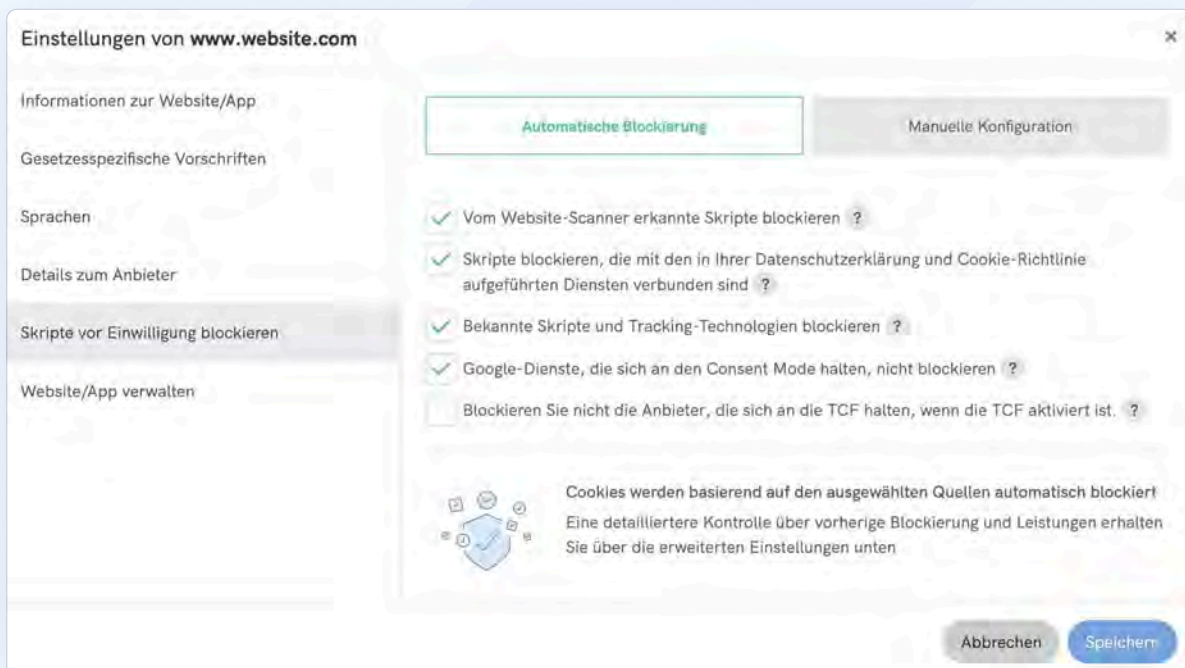
Wählen Sie die für Sie richtige Integrationsmethode

Nutzen Sie mit der CMP von iubenda alle Vorteile des Google Consent Mode. Sie haben zwei Möglichkeiten, den Google Consent Mode mit iubenda zu aktivieren. Wir haben es so einfach wie möglich gemacht, aber wir bieten auch zusätzliche Flexibilität für erfahrenere Nutzer. Sehen wir uns das Ganze näher an.

01 Auto-Blocking **EMPFOHLEN**

Wenn Sie mit der CMP von iubenda (wir nennen sie unsere Privacy Controls and Cookie Solution) loslegen, ist eine Funktion namens „Auto-Blocking“ **standardmäßig aktiviert**.

Durch diese Funktion wird der **Google Consent Mode v2** für alle Skripte im Zusammenhang mit Google-Diensten **automatisch aktiviert und verwaltet, ohne dass Sie etwas unternehmen müssen**. So einfach ist das!



02 Google Tag Manager-Vorlage

Mit iubenda als Google CMP-Partner kann der Google Consent Mode auf einfachste Weise aktiviert werden. Unsere **Google Tag Manager-Vorlage** ist nur eine weitere Möglichkeit, wie wir das Ganze völlig mühelos gemacht haben. Sie finden die Vorlage in der **Liste der CMP-Vorlagen der Community**.

Die Vorlage ist eine unkomplizierte Möglichkeit, den Google Consent Mode auf Ihrer Website einzurichten, und sie erfordert weniger technische Kenntnisse als die manuelle Einrichtung (siehe unten). Sie müssen die Vorlage nur zu Ihrer GTM-Installation hinzufügen, die Tags konfigurieren und sie einbetten.

💡 Weitere Informationen zur Integration des Google Consent Mode mit der iubenda GTM-Vorlage finden Sie in dieser **Anleitung**.

🔍 Weitere Informationen zu den einzelnen Integrationsmethoden finden Sie in unserem **umfassenden Leitfaden**.

Ist der Google Consent Mode auf Ihrer Website aktiviert?

Sie fragen sich, ob der **Google Consent Mode** auf Ihrer Website bereits **aktiv** ist?
Sie haben ihn gerade installiert und möchten überprüfen, ob er aktiviert ist?
Sie haben zwei Möglichkeiten, den Status des Google Consent Mode zu überprüfen.

Scannen Sie Ihre Website Mit iubenda **EMPFOHLEN**

Mit iubenda ist das ganz einfach. Folgen Sie einfach den nachstehenden Schritten.

01



Besuchen Sie [diese Seite](#)

02



Geben Sie Die URL Ihrer Website Ein, Damit Wir Sie Scannen Können.

03



Fügen Sie Ihre E-Mail-Adresse Hinzu, Damit Wir Ihnen Die Ergebnisse Zusenden Können.

04



Halten Sie In Ihrem Posteingang Nach Einer E-Mail Von Uns Ausschau, Um Zu Erfahren, Ob Der Google Consent Mode Auf Ihrer Website Aktiviert Ist.

Manuelle Überprüfung

Gehen Sie wie folgt vor, um den Status Ihres Google Consent Mode manuell zu überprüfen.

01



Öffnen Sie Ihre Website Mit Geleertem Cache Oder Im Inkognitomodus Bzw. Im Modus Privates Browsing.

02



Geben Sie In Ihrer Entwicklerkonsole „DataLayer“ Ein Und Öffnen Sie Das Entsprechende Objekt.

03



Suchen Sie Nach Dem Allerersten Ereignis Der Einwilligung. Der Wert Für Analytics_storage Sollte Abgelehnt Lauten.

04



Stimmen Sie Auf Ihrem Cookie-Banner Allen Cookies Zu (Oder Zumindest Den Kategorien Der Cookies, Die Sich Auf Den Google-Dienst Beziehen).

05



Suchen Sie Nach Dem Aktualisierten Ereignis Der Einwilligung Im DataLayer-Fenster. Der Wert Für Analytics_storage Sollte Gewährt Lauten.

06



Der Google Consent Mode Funktioniert Auf Ihrer Website!

Warum Sie der CMP von iubenda vertrauen können

iubenda wurde mit dem Google CMP-Partner-Badge ausgezeichnet, nachdem unsere CMP vollständig in den Consent Mode und den Google Tag Manager integriert ist. Das bedeutet, dass wir eine einfache, geführte **Einrichtung** anbieten und Ihnen **bei allen möglicherweise auftretenden technischen Herausforderungen helfen können**.



iubendas Privacy Controls and Cookie Solution ist Ihr vertrauenswürdiger Google CMP-Partner, um den Google Consent Mode richtig und mühelos einzurichten.

Die Zusammenarbeit mit einem Google CMP-Partner wie iubenda wird von Google **empfohlen**, um den Consent Mode v2 zu implementieren.



Wir können Ihnen versichern, dass Ihre Consent Mode-Implementierung **schnell, einfach** und **zuverlässig** sein wird.



Mit dem integrierten Consent Mode v2 können Sie auf Ihrer Website **im Nu ein individuelles Einwilligungs-Banner einrichten**.



Bei zusätzlichen künftigen Anforderungen wird Ihre CMP **von unserem Team von Rechtsexperten auf dem neuesten Stand** gehalten.



Hilfedokumente und **Kundensupport** sind immer verfügbar.



Überlassen Sie uns die Arbeit!

„Wir empfehlen die Zusammenarbeit mit einem unserer CMP-Partner (Consent Management Platform), um ein Einwilligungs-Banner zu implementieren.“

Google

- ✓ **Gelisteter Google CMP-Partner**
- ✓ **Erfüllt Googles Richtlinie zur Einwilligung der Nutzer in der EU**
- ✓ **Entspricht allen bedeutenden Einwilligungsvorschriften (DSGVO, ePrivacy-Richtlinie und mehr)**
- ✓ **Wird bei Änderungen von rechtlichen Anforderungen aktualisiert, damit Sie auch in Zukunft konform bleiben**
- ✓ **IAB-validiert + wichtiger Beitragender zum TCF v2.2 für die neuesten Industriestandards**



Konfigurieren Sie Ihre Privacy Controls and Cookie Solution

Website/App
www.website.com

US Weltweit IT

BEARBEITEN

Compliance-Einstellungen

☒ **DSGVO**

Manuelle Konfiguration

Nicht nach den gesetzlichen Anforderungen in Europa konfiguriert

Gilt nur für Nutzer in Europa

BEARBEITEN

☒ **LGPD**

Manuelle Konfiguration

So konfiguriert, dass Sie die Anforderungen des brasilianischen Datenschutzgesetzes erfüllen können

Für alle Nutzer angewendet

BEARBEITEN

☒ **Schweiz**

Wenn die LGPD- oder DSGVO-Gesetze global angewendet werden, haben sie Vorrang vor dem Schweizer Rahmenwerk für den Datenschutz. Daher findet anstelle einer Opt-out-Vorgehensweise eine einwilligungsbasierte Vorgehensweise Anwendung (d. h. Tracker werden erst dann eingesetzt, nachdem Nutzer ihre Einwilligung erteilt haben).

BEARBEITEN

☒ **Bundesstaatliche US-Gesetze**

Konfiguriert, um Ihnen dabei zu helfen, die Anforderungen der folgenden bundesstaatlichen Datenschutzgesetze zu erfüllen: CCPA/CPRA, VCDPA, CPA, CTDPA und UCPA.

Gilt nur für US-Nutzer

BEARBEITEN

- ★ **Vollständige Unterstützung von Google Consent Mode v2 und Tag Manager**
- ★ **Erfassen und Verwalten von Cookie-Einwilligungseinstellungen der Nutzer gemäß den gesetzlichen Vorschriften**
- ★ **Optimiert für Mobilgeräte, schnell und zuverlässig, um den Verlust von Besuchern oder Einnahmen zu vermeiden**
- ★ **Banner-Konfiguration Ihrer Markenidentität entsprechend und gemäß Ihren spezifischen Anforderungen**
- ★ **Detaillierte Analysen zur Optimierung der Einwilligungsraten**
- ★ **Plugins für alle wichtigen CMS verfügbar, so dass Sie sich keine Gedanken über die Kompatibilität machen müssen**

Compliance **leicht** gemacht: Umfassende Software-Lösungen für Ihre Website

Das Know-how von iubenda geht über das bloße Blockieren von Cookies und die Einrichtung des Google Consent Mode hinaus. Wir können Ihnen bei allem helfen, was Sie zur Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzerfordernissen benötigen.

Eine komplette Suite **benutzerfreundlicher** Datenschutzlösungen zur Einhaltung der **wichtigsten globalen Datenschutzgesetze** auf Ihrer Website.



Generator für Datenschutz- und Cookie-Richtlinien

Erstellen Sie in wenigen Minuten eine anpassbare, professionelle Datenschutz- und Cookie-Richtlinie. Starten Sie ganz einfach mit unserem kostenlosen Website-Scanner!



Privacy Controls and Cookie Solution

Zeigen Sie Ihr benutzerdefiniertes Einwilligungs-Banner an und verwalten Sie die Datenschutzeinstellungen der Nutzer mit unserer Google-zertifizierten CMP



AGB-Generator

Entwerfen, aktualisieren und pflegen Sie Ihre AGB



Consent Database

Erfassen und verwalten Sie gesetzlich vorgeschriebene Einwilligungsverzeichnisse für einzelne Nutzer



Verzeichnis von Datenverarbeitungstätigkeiten

Registrieren Sie den Datenzugriff und die Verarbeitungstätigkeiten innerhalb Ihrer Organisation und behalten Sie den Überblick



Whistleblowing Management Tool

Stellen Sie einen internen Meldekanal zur Erfassung und Verwaltung schriftlicher Whistleblower-Meldungen bereit



Blitzschnell



Für Werbung, SEO, UX-Performance optimiert



Intelligenter Website-Scanner



Von Rechtsexperten erstellt



Immer auf dem laufenden Stand



Ein zentrales Dashboard



Klassenbester bei Einwilligungsraten



Professionelle Übersetzung mit einem Klick



Einfache, geführte Einrichtung



DSGVO + EU-Cookie-Richtlinie In Europa



UK GDPR Im Vereinigten Königreich



DSG In Der Schweiz



LGPD In Brasilien



Bundesstaatliche US-Gesetze In Den Vereinigten Staaten (CPRA, VCDPA Und Mehr)

Sie sind sich nicht sicher, welche Datenschutzgesetze für Sie gelten?



Finden Sie es jetzt mit diesem 1-minütigen kostenlosen Quiz heraus



Mehr als 100.000 Kunden in über 100 Ländern vertrauen uns



ARMANI
Hotel Milano



HONDA
The Power of Dreams

ihuffposti

jobtome

lastminute.com



MaxMara



Massachusetts
Institute of
Technology



NEAL'S YARD REMEDIES
Natural & organic health & beauty



OBEY

MONUMENT
VALLEY'S
ismo

THE SPECTATOR

OPENGOV

SIEMENS



Besuchen Sie unsere Website



Aktivieren Sie den Google Consent Mode v2 mit der Google-zertifizierten **CMP** von iubenda



Schnellste und einfachste
Konfiguration



Bewahren Sie
Zielgruppenfunktionen
und modellieren Sie
Dateneinblicke, die für
Ihre
Marketingbemühungen
entscheidend sind



Erfüllen Sie Googles
neuesten Anforderungen
und
Datenschutzbestimmung
en, damit Sie **keine**
Funktionen verlieren



[Hier klicken, um direkt loszulegen](#)

