



Die neue EU-Reform vom 6.4.2024 zur Implementierung der Cookie Banner wirft viele Frage auf. Eine sehr wichtige davon soll hier beantwortet werden.

Google Ads Conversions können nur erfasst und damit gemessen werden, wenn der Cookie Banner vorher akzeptiert wird. Die spannende Frage ist daher: Welchen Anteil repräsentieren die im Google Ads System eingegangenen Conversions wirklich?

Hier die Studien:

<https://newsroom.web.de/2020/05/23/zwei-jahre-dsgvo-63-prozent-der-deutschen-genervt-von-cookie-hinweisen/>

- 41% der Deutschen akzeptieren alle Cookies. 59% nicht.

<https://de.statista.com/infografik/31512/befragte-die-mit-cookie-einstellungen-auf-websites-wie-folgt-umgehen/>

- 32% der Deutschen akzeptieren alle Cookies. 68% nicht.

<https://www.verdure.de/magazin/technologie/cookies-akzeptanzrate-consent-marketing-zustimmung/>

- Consentmanager: 50% der Deutschen akzeptieren alle Cookies. 50% nicht.
- Cookiebot: 40% der Deutschen akzeptieren alle Cookies. 60% nicht.

SUMMARY:

In ca. 60% werden die Cookies nicht akzeptiert und damit keine Conversions erfasst. Somit repräsentieren die erfassten Conversions nur ca. 40% der tatsächlichen Kontakthanfragen beim Kunden. Die anderen 60% können einfach nicht erfasst werden.

Jedes Ergebnis im Google Ads System sollte daher mit dem Faktor 2,5 multipliziert werden um eine annähernd korrekte Anzahl an erzeugten Kontakten zum Unternehmen zu erkennen. Ebenso ist dieser Faktor maßgebend bei der Bewertung des eingesetzten Budgets für die Google Ads.