

Datenschutz-Alarm bei Mobile Games: Neun von zehn Handy-Spielen verstoßen gegen die DSGVO

- 90 Prozent der von Usercentrics analysierten Mobile Games sind nicht DSGVO-konform: Sie tracken Nutzer ohne deren Einwilligung.
- Im EMEA-Raum (Europa, Naher Osten, Afrika) sind es sogar rund 94 Prozent.
- Insgesamt wurden 269 Handy-Spiele untersucht.

München, 18.04.2023: 90 Prozent der Mobile Games halten die Datenschutzvorgaben nicht ein. Das zeigt eine neue Studie des Münchner Tech-Unternehmens Usercentrics, das im Bereich Consent Management Platforms (CMP) weltweit führend ist. Das bedeutet: Millionen von Spielern haben keine Kontrolle darüber, wie ihre persönlichen Daten verwendet werden.

Profit wichtiger als Datenschutz

„Die Studie zeigt: Für die meisten Entwickler ist Profit immer noch wichtiger als Datenschutz. Und das trotz der hohen Bußgelder, die bei Nichteinhaltung der Datenschutzbestimmungen anfallen, und obwohl Verbraucher zunehmend den Wunsch haben, die Kontrolle über ihre persönlichen Daten zu behalten“, sagt [Valerio Sudrio, Global Director Apps Solutions bei Usercentrics](#).

„App-Stores, Werbenetzwerke und Premium-Werbekunden führen die Branche ganz klar in eine zustimmungsbasierte Zukunft. Entwickler und Publisher müssen sich deshalb im Klaren sein: Konforme Daten, also Daten, die mit Einwilligung des Nutzers erhoben wurden, werden in Zukunft ihr wertvollstes Gut sein“, so Sudrio weiter.

Massive Datenschutzmängel bei Mobile Games

Usercentrics untersuchte in seiner Studie 269 Mobile Games (iOS und Android) mit mindestens 150.000 täglich aktiven Nutzern. Für die Datenerhebung nutzte das Unternehmen das Auditing-Tool [Apptopia](#).

Die Ergebnisse zeigen: Rund 94 Prozent der Handy-Spiele im EMEA-Raum und rund 87 Prozent in Nordamerika erheben personenbezogene Daten, ohne die Einwilligung der Nutzer einzuholen. Dies stellt einen Verstoß gegen die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union und die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (ePrivacy) dar.

Offensichtlich ist: Die meisten Entwickler von Mobile Games folgen nicht dem allgemeinen Trend in der Mobilfunkbranche hin zu einem zustimmungsbasierten Ansatz bei der Datenerfassung. Apple zum Beispiel hatte im vergangenen Jahr sein App-Tracking-Transparenz-System (ATT) eingeführt, das den Nutzern mehr Kontrolle über ihre Daten und ihre Privatsphäre gibt. In ähnlicher Weise entwickelt Google derzeit sein eigenes System.

Ein Grund dafür, dass die meisten Publisher und Entwickler von Handy-Spielen bisher nicht auf zustimmungsbasierte Datenerhebung setzen, könnte die Angst sein, dass sich dies negativ auf ihre Einnahmen auswirken würde. Da Premium-Marken und Werbenetzwerke jedoch zunehmend darauf bestehen, ausschließlich datenschutzkonforme Daten zu verwenden, müssen Game-Entwickler die Zustimmung der Nutzer in den Fokus stellen, um ihre Monetarisierungsstrategien für In-App-Advertising (IAA) zukunftssicher zu machen.

„Die Zustimmung der Nutzer ist von entscheidender Bedeutung für die Umsatzgenerierung, da mittlerweile ein Großteil der Nutzer angibt, dass sie ein Spiel deinstallieren würden, wenn sie Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes hätten“, erklärt Valerio Sudrio.

Den vollständigen Bericht können Sie [hier](#) herunterladen.



Über Usercentrics

Usercentrics ist einer der weltweiten Marktführer im Bereich Consent Management Platforms (CMP). Wir unterstützen Unternehmen dabei, Nutzereinigilligungen für ihre Websites und Apps einzuholen und diese so zu verwalten und zu dokumentieren, dass sie globale Datenschutzbestimmungen einhalten können. Gleichzeitig ermöglichen wir mit unseren Lösungen hohe Zustimmungsraten und den Aufbau vertrauensvoller Kundenbeziehungen.

Wir sind davon überzeugt, dass ein gesundes Gleichgewicht zwischen Datenschutz und datengetriebenem Geschäft möglich ist, und bieten Lösungen für jede Unternehmensgröße. *Cookiebot CMP* ist unsere Plug-and-Play-SaaS-Option, ebenso bieten wir eine *App CMP* zur Verarbeitung von Nutzereinigilligungen an. Großunternehmen mit individuellen Anforderungen vertrauen beim Consent Management auf die *Usercentrics CMP*. Dabei werden Einwilligungen mit Daten von der Erfassung bis zur Verarbeitung zusammengebracht.

Usercentrics ist in mehr als 180 Ländern aktiv, hat ein Netzwerk von über 2.000 Vertriebspartnern und verarbeitet täglich mehr als 100 Millionen Nutzereinigilligungen.

Erfahren Sie mehr auf usercentrics.com/de

Pressekontakt

Hannah Sinz, pr@usercentrics.com

Agentur Frau Wenk, +49 40 3290 4738 0, usercentrics@frauwenk.de

Bildmaterial

[Valerio Sudrio, Global Director Apps Solutions, Usercentrics](#)