

FIRST-PARTY DATA

Veröffentlicht am 25. August 2025 von Marie

First-Party Data sind **Daten, die ein Unternehmen direkt von seinen Nutzern oder Kunden erhebt** – also **ohne Zwischenhändler**. Sie entstehen zum Beispiel durch **Website-Tracking, Newsletter-Anmeldungen, Kundenkonten, Käufe oder Umfragen**.

Beispiel: Registriert sich jemand in einem **Online-Shop** und gibt dabei **Name, E-Mail-Adresse** und es entsteht eine **Kaufhistorie**, dann sind das **First-Party Data**.

Warum sind First-Party Data wichtig?

- Sie sind **genau und aktuell**, da sie direkt vom Nutzer stammen.
- Sie können in der Regel **DSGVO-konform erhoben werden**, wenn der Nutzer zugestimmt hat.
- Sie ermöglichen **personalisierte Werbung** und eine **bessere Kundenansprache**.
- Unternehmen können damit **datenbasierte Entscheidungen** treffen, die auf dem Verhalten und den Interessen ihrer echten Kunden basieren.

Unterschied zu Third-Party Data:

Während **First-Party Data direkt** vom eigenen Kunden erhoben werden, stammen **Third-Party Data** von **externen Anbietern** (z. B. über Datenhändler oder Tracking über viele verschiedene Websites hinweg). **First-Party Data** gelten daher als **qualitativ hochwertiger, vertrauenswürdiger und nachhaltiger**.

Fazit:

First-Party Data sind im modernen **Online-Marketing unverzichtbar**. Sie helfen Unternehmen, **kundenorientierter, effizienter und gesetzeskonform** zu arbeiten – und gewinnen im Vergleich zu Third-Party Data immer mehr an Bedeutung.