Leitfaden

Gemäß DSGVO und Cookie-Richtlinie: Webanalyse ohne Rechtsrisiko und Datenverlust

Das gilt es jetzt, bei Google Analytics und etracker Analytics zu beachten!

etracker®

Inhalt

01 EU-Datenschutz 03

02 Einwilligungspflicht bei Einsatz von Google Analytics 09

03 Einwilligungspflicht bei Einsatz von etracker Analytics 14

» Dieser Leitfaden dient der allgemeinen Information, nicht der Beratung bei individuellen rechtlichen Anliegen. Die Anforderungen an eine DSGVO-konforme Gestaltung von Webseiten und Services sind ständigen Veränderungen unterworfen. Auch wenn wir darum bemüht sind, diesen Leitfaden ständig aktuell zu halten, ist es möglich, dass Aussagen falsch, unvollständig oder veraltet sind. Die Nutzung dieses Leitfadens erfolgt auf eigenes Risiko des Anwenders. Das gilt auch, wenn Sie diese für rechtliche Einschätzungen nutzen. Bitte ziehen Sie in Erwägung, sich wegen Ihres konkreten Anliegens beispielsweise an einen spezialisierten Rechtsanwalt oder die zuständigen Aufsichtsbehörden zu wenden.

01

EU-Datenschutz

Solange die ePrivacy-Verordnung auf sich Warten lässt, müssen Website-Betreiber zwei unterschiedliche Regeln beachten. Das erschwert leider den rechtskonformen Umgang mit Tracking-Daten und sorgt für viele Missverständnisse. Dies sind die zwei relevanten Regelungen:

Es geht um die Verarbeitung von Nutzer-Daten und damit die Frage, ob eine Einwilligung zum **Tracking** erforderlich ist.

Datenschutz-grundverordnung (DSGVO)

Es geht um den Zugriff auf das Endgerät des Nutzers und somit die Einwilligung zu **Cookies** ganz unabhängig von einem möglichen Personenbezug.

E-Privacy-Richtlinie 2002/58/EG (Cookie-RL)

Tracking- und Cookie-Einwilligung:

Das sind zwei getrennte Paar Schuhe!

Einwilligungspflicht

Es bedarf einer aktiven, informierten Einwilligung, wenn...

Tracking

... für den Zweck ein milderes, gleich effektives Mittel zur Verfügung steht.

„Setzt der Website-Betreiber hierfür ein Analyse-Tool ein, welches Daten über das Nutzungsverhalten betroffener Personen an Dritte weitergibt (z.B. soziale Netzwerke oder externe Analysedienste, die Nutzungsdaten über die Grenze der Website hinweg mit Daten von anderen Websites zusammenführen), ist dies nicht mehr erforderlich."

Quelle: DSK-Orientierungshilfe

... die Verarbeitungen nicht den vernünftigen Erwartungen der Nutzer entsprechen.

Definitiv einwilligungspflichtig sind laut Aufsichtsbehörden (DSK-Orientierungshilfe):

- Mousetracking bzw. Techniken, die Tastatur-, Maus- und Wischbewegungen auf Touchscreens erfassen
- Zählpixel von Werbenetzwerken
- wenn über Analysetools Dritte als Dienstleister eingebunden werden, die eine Verknüpfung mit eigenen Daten vornehmen oder Daten von verschiedenen Kunden, Websites und Geräten zusammenführen

Quelle: DSK-Orientierungshilfe

Cookies

... Cookies gesetzt werden, die nicht technisch unbedingt erforderlich sind.

„Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die Speicherung von Informationen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits im Endgerät eines Teilnehmers oder Nutzers gespeichert sind, nur gestattet ist, wenn der betreffende Teilnehmer oder Nutzer auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen, die er gemäß der Richtlinie [95/46] u. a. über die Zwecke der Verarbeitung erhält, seine Einwilligung gegeben hat."

Quelle: Art. 5 Abs. 3 der Richtlinie 2002/58

Welche Einwilligungs-Pflicht gilt für Sie?

1

Tracking + Cookies

Sind Dienste eingebunden, bei denen Cookies gesetzt und der Anbieter dadurch erlangte personenbezogene Daten auch für eigene Zwecke nutzt, so benötigen Website-Betreiber eine (kombinierte) Tracking- und Cookie-Einwilligung.

- Kann kombiniert werden: Der Dialog muss aber deutlich machen, dass es nicht nur um den Einsatz von Cookies geht.
- Vor einer Zustimmung der Besucher dürfen keine nicht-erforderlichen Cookies gesetzt werden.
- Vor einer Zustimmung dürfen keine Tracking-Daten erfasst werden.

2

Tracking only

Werden einwilligungspflichtige Dienste Cookies-los eingesetzt, so benötigen Website-Betreiber jedoch eine Einwilligung zum Tracking.

- Vor einer Zustimmung dürfen keine Tracking-Daten erfasst werden.
- Do-not-track-Einstellungen müssen berücksichtigt und eine Widerspruchsmöglichkeit (Opt-Out) zur Verfügung gestellt werden.

3

Cookies only

Kann das Tracking mit dem berechtigten Interesse des Website-Betreibers gerechtfertigt werden, ist nur eine Einwilligung zu den Cookies notwendig.

- Ohne Einwilligung können Tracking-Daten Cookie-los erfasst werden.
- Do-not-track-Einstellungen müssen berücksichtigt und eine Widerspruchsmöglichkeit (Opt-Out) zur Verfügung gestellt werden.

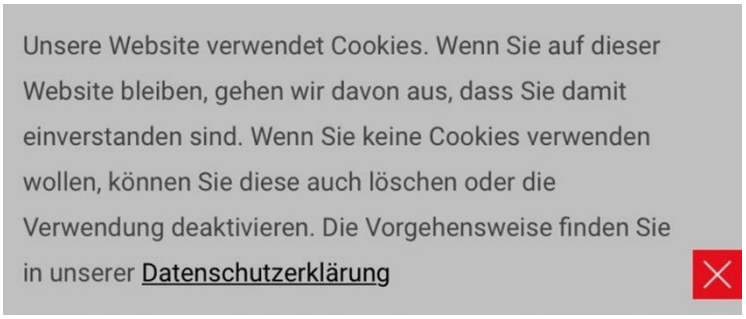
Wann ist eine Einwilligung gültig?

Informiert

Wirksam einwilligen kann man nur in Maßnahmen, über deren Bedeutung und Tragweite man genug informiert ist, um sich ein Urteil zu bilden. Insbesondere muss aufgeklärt werden über Daten, die an Dritte weitergeleitet oder Dritten zugänglich gemacht werden.

Aktiv

Es bedarf einer aktiven zustimmenden Handlung durch den Besucher. Unwirksam sind voraktivierte Kästchen oder implizite Einwilligungen nach dem Motto: “Durch die Nutzung dieser Webseite, stimmen Sie der Verwendung von Cookies zu, sofern Sie diese nicht deaktiviert haben.”



Beispiel weit verbreiteter, aber ungültiger Cookie-Hinweise.

Freiwillig

Eine echte Willensbekundung setzt voraus, dass man genauso einfach ablehnen wie einwilligen kann. Dialoge, die sich nur durch Zustimmung schließen lassen oder eine Ablehnung nur auf weiterführenden Seiten ermöglichen, widersprechen der Freiwilligkeit.

Die Konsequenzen auf

Kunden-Vertrauen & Daten-Qualität

Unstrittig ist: Wer die rechtlichen Anforderungen nicht erfüllt, muss mit Sanktionen der Aufsichtsbehörden und Gerichte rechnen. Was in der Diskussion häufig zu kurz kommt, ist die Frage der Auswirkungen, wenn die Anforderungen erfüllt werden. Was passiert, wenn auf Websites Dialoge wie rechts ausgespielt werden?

Wenn Sie auf „Zustimmen“ klicken, erlauben Sie uns, Ihr Nutzungsverhalten auf dieser Website u.a. durch Cookies zu erfassen. Dadurch können wir unsere Webangebote verbessern und Inhalte sowie Werbung für Sie personalisieren. Eingebundene Dritte führen diese Informationen ggf. mit weiteren Daten zusammen. Wenn Sie auf „Ablehnen“ klicken, verwenden wir nur Session-Cookies, die der Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit dienen. Unter Datenschutzerklärung erhalten Sie weitere Informationen.

Kunden-Vertrauen

Der Hinweis auf die Verwendung von Daten durch Dritte kann das Image schädigen und zum Verlassen der Website führen.

Daten-Qualität

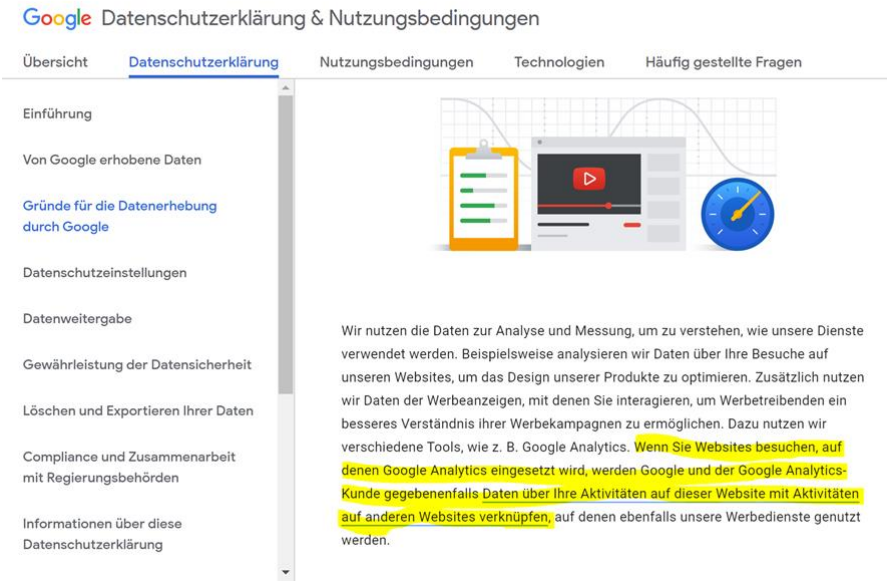
Werden Einwilligungen wirklich informiert und freiwillig eingeholt, ist mit Einwilligungsraten von bestenfalls 10 bis 20 Prozent zu rechnen. Dies kann die Aussagekraft von Analysen so stark beeinträchtigen, dass bestimmte Ableitungen nicht mehr seriös möglich sind.

02

Einwilligungs-pflicht bei Einsatz von Google Analytics

Tracking- und Cookie-Einwilligungspflicht

Selbst mittels Datenfreigabeeinstellungen und Deaktivierung der Werbefunktionen kann das Nutzungsrecht von Google und die Website-übergreifende Zusammenführung nicht verlässlich ausgeschlossen werden.
Google Analytics erfasst standardmäßig Zugriffe über Cookies. Interaktionen können auch mithilfe des „Measurement Protocols“ ohne Cookies gemessen werden. Dies ist allerdings technisch sehr aufwändig unter anderem bei Berücksichtigung der Widerspruchsmöglichkeit von Nutzern.
Daher ist mindestens eine Einwilligung für das Tracking und im Regelfall auch für Cookies notwendig.



Google selber weist auf die übergreifende Verknüpfung der Daten hin, siehe https://policies.google.com/privacy?

Google verlangt von Website-Betreibern das Einholen von erforderlichen Einwilligungen der Nutzer, siehe https://marketingplatform.google.com/about/analytics/terms/de/

etracker®

Deutsche Aufsichtsbehörden über den Einsatz von Google Analytics

Internetauftritt des Bundesbeauft

bfdi.bund.de/DE/Infothek/Pressemitteilungen/2019/26_WebtrackingEinwilligung.html

BfDI Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit

DATENSCHUTZ | INFORMATIONSFREIHEIT | INFOTHEK | BFDI | | ZENTRALE ANLAUFSTELLE

Infothek → Pressemitteilungen → Personenbezogenes Webtracking nur mit Einwilligung

Personenbezogenes Webtracking nur mit Einwilligung

Bonn/Berlin, 14. November 2019

Ausgabe 26/2019
Datum 14.11.2019

Wenn Anbieter von in Websites eingebundenen Dritt-Diensten die dort erhobenen Daten auch für eigene Zwecke nutzen, muss hierfür vom Websitebetreiber eine explizite Einwilligung der Nutzerinnen und Nutzer eingeholt werden.

Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, Ulrich Kelber, fordert daher Website-Betreiber auf, ihre Websites umgehend auf entsprechende Dritt-Inhalte und Tracking-Mechanismen zu überprüfen: "Wer Angebote einbindet, die wie zum Beispiel Google Analytics rechtlich zwingend eine Einwilligung erfordern, muss dafür sorgen, von seinen Websitenutzern eine datenschutzkonforme Einwilligung einzuholen. Dass dies nicht mit einfachen Informationen über sogenannte Cookie-Banner oder voraktivierte Kästchen bei Einwilligungserklärungen funktioniert, sollte hoffentlich mittlerweile jedem klar sein. Jeder Websitebetreiber sollte sich daher genau damit auseinandersetzen, welche Dienste bei ihm eingebunden sind und diese notfalls deaktivieren, bis er sichergestellt hat, dass ein datenschutzkonformer Einsatz gewährleistet werden kann."

Seit dem 14.11.2019 ist die Position der Aufsichtsbehörden klar

Die Aufsichtsbehörden haben in einer Art von „konzertierter Aktion“ durch aufeinander abgestimmte Pressemitteilungen alle Website-Betreiber aufgefordert, Google Analytics nicht länger ohne eine Einwilligung einzusetzen:

Bayern, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, NRW, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen und Bund

Die gemeinsame Position der Aufsichtsbehörden ist damit klar. Aussagen, wonach die Einwilligungspflicht durch Konfigurationen wie IP-Anonymisierung entfallen kann, werden unmissverständlich als veraltet und nicht mehr zutreffend erklärt.

Berliner Beauftragte
für Datenschutz
und Informationsfreiheit

Pressemitteilung

711.413.1

14. November 2019

Datenschutzbeauftragte: Google Analytics und ähnliche Dienste nur mit Einwilligung nutzbar

Webseiten-Betreiber benötigen eine Einwilligung der Besucherinnen und Besucher ihrer Webseiten, wenn darin Dritt-Dienste eingebunden werden sollen, bei denen der Anbieter dadurch erlangte personenbezogene Daten auch für eigene Zwecke nutzt. Dazu gehört auch das Produkt Google Analytics, wie die Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit, Maja Smoltczyk, betont.

Bereits im Frühjahr haben die Datenschutz-Aufsichtsbehörden die „Orientierungshilfe für Anbieter von Telemedien“[1] veröffentlicht und im Einzelnen herausgearbeitet, unter welchen Bedingungen ein Tracking von Webseiten-Besucherinnen und -Besuchern zulässig ist. Trotzdem erhält die Berliner Datenschutzbeauftragte weiterhin eine Vielzahl von Beschwerden über Websites, die die Orientierungshilfe missachten.

Analyse-Tools, die Daten über das Nutzungsverhalten an Dritte weitergeben, dürfen danach jedenfalls in den Fällen, in denen diese Dritten die Daten auch zu eigenen Zwecken verwenden, nur mit Einwilligung genutzt werden. Gleiches gilt, wenn das Verhalten der Webseiten-Besucherinnen und -Besucher im Detail nachvollzogen und aufgezeichnet werden kann, etwa wenn Tastatureingaben, Maus- oder Wischbewegungen erfasst werden. Als zulässig angesehen werden kann es demgegenüber, wenn eine Webseiten-Betreiberin eine Reichweitenerfassung durchführt und dafür die Zahl der Besucherinnen und Besucher pro Seite, die Geräte und die Spracheinstellungen erhebt, auch wenn ein Auftragsverarbeiter dies erledigt. Ein Auftragsverarbeiter darf allerdings die Daten nicht zu eigenen Zwecken verwenden, wie es sich mittlerweile der Anbieter von Google Analytics vorbehält.

Maja Smoltczyk:
„Viele Webseiten-Betreiber berufen sich bei der Einbindung von Google Analytics auf alte, durch fortlaufende Produktveränderungen längst überholte und zurückgezogene Veröffentlichungen wie die Hinweise für Berliner Webseitenbetreiber, die Google Analytics einsetzen. Das Produkt Google Analytics wurde in den vergangenen Jahren so fortentwickelt, dass es in der aktuellen Gestaltung keine Auftragsverarbeitung mehr darstellt. Vielmehr räumt sich der Anbieter das Recht ein, die Daten der die Webseiten Besuchenden zu eigenen Zwecken zu verwenden. Die Einbindung von Google Analytics erfordert daher eine Einwilligung, die den Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung genügt. Die meisten der sogenannten Cookie-Banner, die wir in der Praxis sehen, erfüllen die gesetzlichen Anforderungen nicht.

[1] https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20190405_oh_tmg.pdf

Verantwortlich: Dalia Kues
Geschäftsstelle: Cristina Vecchi
E-Mail: presse@datenschutz-berlin.de

Friedrichstr. 219
10969 Berlin

Tel: 030 13889 - 900
Fax: 030 2155050

Datenhoheit und Datenqualität

Sofern Website-Betreiber nicht das kostenplichtige Google Analytics 360 einsetzen, müssen sie neben der Einwilligungspflicht mit erheblichen Einschränkungen im Hinblick auf den Zugriff auf ihre Trackingdaten leben.
Marketer profitieren einerseits von der tiefen Integration in die anderen Google Marketing-Lösungen.
Andererseits sind die Echtzeit-Besucherdaten nicht zugänglich und somit eine Verknüpfung zur Personalisierung von eigenen Medien wie Website, E-Mail, Push Notifications nicht möglich. Ebenso lässt sich eine Integration mit anderen Datenquellen nur aggregiert oder eingeschränkt realisieren.

- Mangelnde **Datenaktualität:** Keine Daten des aktuellen Tages
- Mangelnder **Support**
- Kein Zugriff auf **Rohdaten** für Advanced Analytics
- Kein Zugriff auf **Nutzer-Profildaten** für eigenes Remarketing und Personalisierung
- Nur eine **Segmentierungsebene** und keine rückwirkende Segmentierung on-the-fly mit eigenen Segmenten möglich
- **Sampling** kann Ergebnisse verfälschen
- **Historische Daten** nur für zwei Jahre garantiert (25 Monate)
- Keine **Datenhoheit:** Daten können übergreifend zusammengeführt und bei Ad Targeting auch Dritten zugutekommen

03

Einwilligungs-pflicht bei Einsatz von etracker Analytics

Unabhängig geprüfte und ausgezeichnete DSGVO-Konformität.

Wesentliche Prüfungsergebnisse (Auszug aus den Prüfungsgutachten):

1) Die technischen und rechtlichen Prüfungen im Zeitraum Dezember 2017 bis März 2019 haben ergeben, dass jede Datenverarbeitung durch Art. 6 Abs. 1 Datenschutz-Grundverordnung gerechtfertigt ist.
2) Das System basiert auf der Nutzung pseudonymisierter Daten.
3) Die Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung an die technischen und organisatorischen Maßnahmen, die erforderlich sind um die Ausführung der Vorschriften des Datenschutz-Grundverordnung zu gewährleisten, sind erfüllt.
4) Soweit es zu Auftragsverarbeitungen kommt, entsprechen die zugrundeliegenden Vertragsverhältnisse den gesetzlichen Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung.
5) Die gesetzlich durch die Datenschutz-Grundverordnung vorgesehenen Anforderungen an die Betroffenenrechte sind gewahrt.

TRUSTED PRIVACY
P
EU data protection
ePrivacyseal
GDPR ready

"Wir halten es vor diesem Hintergrund für vertretbar, die dargestellte Datenverarbeitung durch die Rechtsgrundlage des Art.6 Abs.1 f DSGVO zu rechtfertigen."

etracker®

Rechtskonform mit maximaler Erfassungsrate

Cookie-los by Default

Der Standard etracker Code kommt ohne Cookies aus und kann so alle technisch möglichen Besucherdaten erfassen. Eine Funktion zur Aktivierung von Cookies kann einfach in Einwilligungsdialoge bzw. Consent Management-Lösungen integriert werden, um die Besucherwiedererkennung zu optimieren.

Privacy by Design

Die IP-Anonymisierung ist von Haus aus aktiv und kann nicht versehentlich bei Änderungen an der Website oder neuen Seiten “runterfallen”. Es müssen nicht mühsam Einstellungen angepasst werden, um rechtskonform eingesetzt zu werden.

Keine Tracking-Einwilligung erforderlich

etracker erhebt keinen Anspruch auf die Daten, nutzt sie nicht für eigene Zwecke oder stellt sie Dritten zur Verfügung, wodurch eine Einwilligungspflicht entstehen würde. Sollten Kunden aus anderen Gründen eine Einwilligung benötigen, stellt etracker entsprechende Funktionen optional bereit.

Google Ads Tracking und Upload

etracker erfasst automatisch UTM-Parameter und machte es Performance Marketern besonders einfach: die mit etracker ermittelten Ad Conversions können automatisiert zu Google Ads hochgeladen werden. So können die Google Ads komplett von dort aus gemanaged werden.

Datenschutz im Vergleich

etracker Analytics

- **Hohe Erfassungsrate**
- Erfordert nur Cookie-Opt-In (Tracking auch ohne Einwilligung möglich)
- Nutzer können versichert werden, dass ihre Daten nicht an Dritte weitergegeben werden
- **Geringer Aufwand**
- Standard-Funktionen für das Blockieren und Aktivieren von Cookies
- Default IP-Anonymisierung
- Default-Funktion für Beachtung von Do not Track-Einstellungen
- Vorlagen für Cookie- und Datenschutzhinweise
- Keine sonstigen Anpassungen erforderlich
- **Minimales Risiko**
- Nachweis über unabhängige Prüfung der DSGVO-Anforderungen vorhanden
- Reine Auftragsdatenverarbeitung

Google Analytics

- **Geringe Erfassungsrate**
- Erfordert Cookie- und Tracking-Opt-In
- Nutzer müssen über die Weitergabe der Daten an Google außerhalb der EU informiert werden
- **Hoher Aufwand**
- Keine Standard-Funktionen für das Blockieren und Aktivieren von Cookies
- Keine Default IP-Anonymisierung
- Keine Funktion für Beachtung von Do not Track-Einstellungen
- Keine Vorlagen für Datenschutzhinweise
- Standard-Einstellungen müssen angepasst werden: Speicherdauer, Universal Analytics User-ID, Zielgruppen
- **Hohes Risiko**
- Kontrollpflichten ungeklärt
- Gemeinsame Verantwortlichkeiten ungeklärt
- Einstellungen müssen mit jeder Änderung an der Website überprüft werden

Hinweis:
Verantwortliche müssen im Rahmen ihrer Rechenschaftspflicht aus Art. 5 Abs. 2 DSGVO nachweisen, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten rechtmäßig erfolgt. Dies bedeutet, dass Verantwortliche vorab prüfen und dokumentieren müssen, auf welchen Erlaubnistatbestand sie die Verarbeitung stützen. Die Nutzer müssen über die Erlaubnistatbestände für sämtliche Verarbeitungen ihrer personenbezogenen Daten informiert werden (Informationspflichten nach Art. 13 f. DSGVO).

Quelle: DSK-Orientierungshilfe

Mit Google Analytics:

Mit etracker Analytics:

TRUSTED PRIVACY
EU data protection
ePrivacyseal
GDPR ready

Datenhoheit und Datenqualität

Um es auf den Punkt zu bringen: Bei etracker verarbeiten wir Daten ausschließlich im Auftrag unserer Kunden. Die Daten gehören zu 100% Ihnen.
Wir tun unser Möglichstes, damit Sie Ihren Datenschatz mit Ihrem Marketing-Stack vernetzen können.
Denn wir glauben an Daten-getriebenes Marketing und daran, dass Nutzer-Erlebnisse auf Basis von Verhaltensdaten verbessert werden können. Aus diesem Grund haben wir neben etracker Analytics den etracker Optimiser und Signalize für Push Marketing Automation entwickelt.

- Hohe **Datenaktualität:** Kontinuierliche Verarbeitung mit geringer Latenz
- Kostenloser telefonischer und E-Mail **Support**
- Voller Zugriff auf **Rohdaten** für Advanced Analytics
- Voller Zugriff auf **Nutzer-Profildaten** für eigenes Remarketing und Personalisierung
- Multple **Segmentierungsebenen** und Segmentierung on-the-fly
- Kein **Sampling** von Web Analytics Reports
- **Historische Daten** unbegrenzt garantiert
- Vollständige **Datenhoheit:** reine Verarbeitung im Auftrag

Making Data Actionable

etracker

---

www.etracker.com
www.signalize.com