

Consent-Datenverlust vermeiden:

# Datenschutzkonforme Web-Analyse ohne Einwilligungspflicht

Whitepaper zu Web-Analyse & Conversion Tracking

## Inhalt

1. Die aktuell größten Herausforderungen in der Web-Analyse.....	2
2. Consent-Pflicht beim Tracking .....	3
2.1 TTDSG.....	3
2.2 DSGVO.....	3
2.3 Entscheidungsmatrix.....	4
3. etracker Analytics und Consent.....	5
4. Das bietet Cookie-less Session Tracking .....	6

Dieses Dokument stellt keine Rechtsberatung dar und kann keine individuelle Rechtsberatung ersetzen. Wir arbeiten eng mit auf Datenschutz spezialisierten Fachanwälten zusammen und stellen gerne den direkten Kontakt für individuelle Beratungen her.

## 1. Die aktuell größten Herausforderungen in der Web-Analyse



Verboten

### US-Datentransfer

Die im Dezember 2021 veröffentlichte neue [Orientierungshilfe der deutschen Aufsichtsbehörden](#) bringt es auf den Punkt: Weder der Abschluss von Standardvertragsklauseln mit IP-Anonymisierung noch eine Einwilligung der Nutzer zum US-Datentransfer werden von den Aufsichtsbehörden als Optionen für den rechtmäßigen Einsatz von US-Tools wie Google Analytics & Co. als ausreichend anerkannt.

Die Aufsichtsbehörden sagen klar:

*„Gerade im Zusammenhang mit der Einbindung von Dritt-Inhalten und der Nutzung von Tracking-Dienstleistungen werden allerdings oft keine ausreichenden ergänzenden Maßnahmen möglich sein. In diesem Fall dürfen die betroffenen Dienste nicht genutzt, also auch nicht in die Webseite eingebunden werden.“*

Damit ist die Nutzung für Website-Betreiber schlicht und ergreifend verboten.

Glücklicherweise gibt es europäische Alternativen wie etracker Analytics, die Daten nur innerhalb der EU verarbeiten und daher weiterhin legal eingesetzt werden können.



### Consent

Als weitere große Herausforderung macht Marketern Consent-bedingter Datenverlust zu schaffen. Wird die Ablehnung in Consent-Dialogen gleichwertig auf oberster Ebene wie die Einwilligung ermöglicht, brechen die Consent-Raten unmittelbar ein und damit auch die Datenbasis.

### Einwilligungs-pflichtig

Genau diese Gleichwertigkeit fordern die deutschen Datenschutzbehörden jedoch einhellig in der Orientierungshilfe:

*„Um sicherzustellen, dass sie eine wirksame Einwilligung nachweisen können, müssen Anbieter:innen von Telemedien daher dringend darauf achten, die zur Auswahl gestellten Optionen gleichwertig zu gestalten.[...] Kann kein sachlicher Grund dafür vorgebracht werden, warum z. B. keine mit demselben Aufwand verbundene Ablehnungsmöglichkeit auf erster Ebene eines Cookie-Banners angeboten wird, stellt dies einen Versuch dar, in treuwidriger Weise Einfluss auf die Endnutzer:innen zu nehmen.“*

Die Lösung ist: Europäische Web-Analyse ohne Consent-Pflicht, Datenverarbeitung ausschließlich in der EU und ohne eigene Nutzung der Daten seitens des Diensteanbieters.

Wie das genau geht, zeigen wir im Folgenden.

## 2. Consent-Pflicht beim Tracking

Fälschlicherweise wird die Einwilligungspflicht fürs Tracking häufig mit der für Cookies in einen Topf geworfen. Doch das sind zwei Paar Schuhe: Für das Tracking ist das am 01.12.2021 in Kraft getretene Telekommunikations-Telemedien-Datenschutzgesetz (TTDSG) maßgebend, dass Regelungen zum Schutz der Privatsphäre in der Endeinrichtung, also das Setzen von Cookies, festlegt. Die Bestimmungen für die Verarbeitung der mit oder ohne Cookies gewonnenen personenbezogenen Daten finden sich hingegen in der seit Mai 2018 geltenden Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Weder das TTDSG noch die DSGVO verlangen, dass für jede Art des Trackings eine ausdrückliche Einwilligung eingeholt werden muss.

### 2.1 TTDSG

Wird der Speicher des Endgerätes von Nutzern herangezogen, um einzelne erfasste Interaktionen zu Besuchen (Sitzungen) zu verknüpfen, wird eine Einwilligung verlangt. Erfolgt die Verknüpfung von Besuchsdaten hingegen Backend-seitig mittels Browser- und Header-Informationen entfällt die Einwilligungspflicht. Denn laut Aufsichtsbehörden handelt es sich dabei nicht um einen aktiven Zugriff auf den Speicher des Endgeräts. Dies wird in der Orientierungshilfe bekräftigt:

*„Werden ausschließlich Informationen, wie Browser- oder Header-Informationen, verarbeitet, die zwangsläufig oder aufgrund von (Browser-)Einstellungen des Endgerätes beim Aufruf eines Telemediendienstes übermittelt werden, ist dies nicht als ‚Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtung gespeichert sind‘, zu werten. Beispiele dafür sind:*

- *die öffentliche IP-Adresse der Endeinrichtung,*
- *die Adresse der aufgerufenen Website (URL),*
- *der User-Agent-String mit Browser- und Betriebssystem-Version und*
- *die eingestellte Sprache.“*

### 2.2 DSGVO

Für die eigentliche Web-Analyse kommen zwei Erlaubnistatbestände in Frage: die Einwilligung (DSGVO Art. 6 Abs. 1 lit. a) und das sogenannte überwiegende „berechtigzte Interesse“ (DSGVO Art. 6 Abs. 1 lit. f). Die Aufsichtsbehörden haben im Dezember 2021 klargestellt, dass

- beide Erlaubnistatbestände rechtlich gleichwertig sind, also keine von beiden bevorzugt herangezogen werden sollte.
- strenge Anforderungen an das überwiegende berechtigzte Interesse gelten, die es im Rahmen einer Interessenabwägung anhand der zwei Kriterien der [Orientierungshilfe 2019](#) zu belegen gilt.

Die zwei Kriterien der Aufsichtsbehörden für das überwiegende berechtigzte Interesse sind

1. Einhaltung des Grundsatzes der Erforderlichkeit.
2. Kein Verstoß gegen die vernünftigen Erwartungen der Nutzer.

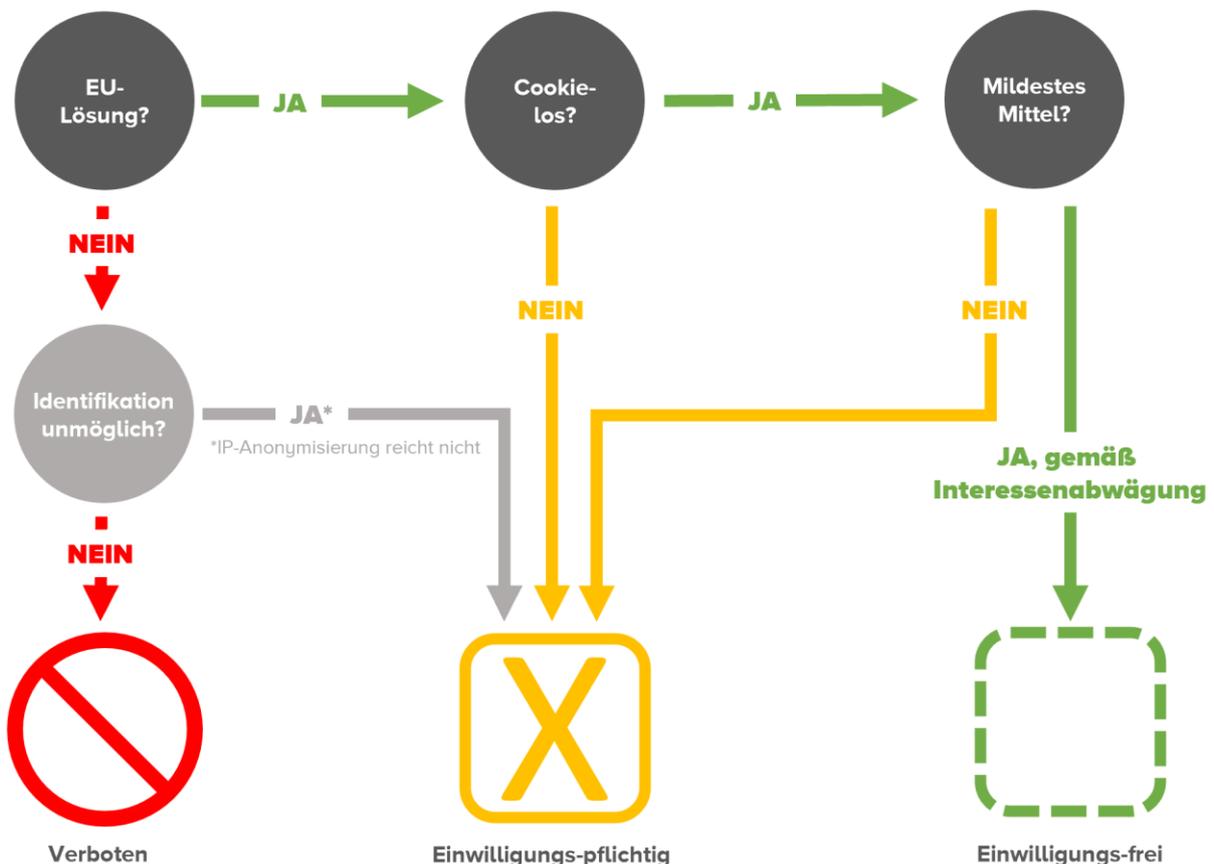
Der Grundsatz der Erforderlichkeit verlangt, dass das mildeste geeignete Mittel gewählt werden muss. Es darf also keine genauso effektiven Lösungen geben, die deutlich datenschutzfreundlicher sind. Unternehmen dürfen außerdem nicht gegen die vernünftigen Erwartungen der Nutzer verstoßen und Analyse Tools von Dienstleistern einbinden, „die eine Verknüpfung mit eigenen Daten vornehmen oder Daten von verschiedenen Kunden, Websites und Geräten zusammenführen“.

DSGVO: Grundlage für Datenverarbeitung	TTDSG: Zugriff auf Endeinrichtung	Consent-Pflicht	Datenerfassung bei Einwilligung	Datenerfassung bei Ablehnung
Interessen des <b>Endnutzers</b> überwiegen	mit Cookies 	für Tracking und Cookies	Cookie Tracking	Keine Daten
	ohne Cookies 	für Tracking	Session Tracking	Keine Daten
Interessen des <b>Unternehmens</b> überwiegen (berechtigtes Interesse)	mit Cookies 	für Cookies	Cookie Tracking	<b>Fallback:</b> Session Tracking
	ohne Cookies 	<b>entfällt</b>	[Session Tracking]	[Session Tracking]

Abbildung: Consent-Pflicht gemäß DSGVO und TTDSG mit Auswirkung auf die Datenerfassung

## 2.3 Entscheidungsmatrix

Hier die Kriterien für die Einwilligungspflicht in Form einer Entscheidungsmatrix:



## 3. etracker Analytics und Consent

In einem unabhängigen Audit der ePrivacy GmbH ist etracker bescheinigt worden, dass die Datenverarbeitung auf der Grundlage des berechtigten Interesses gerechtfertigt werden kann.



ePrivacyseal

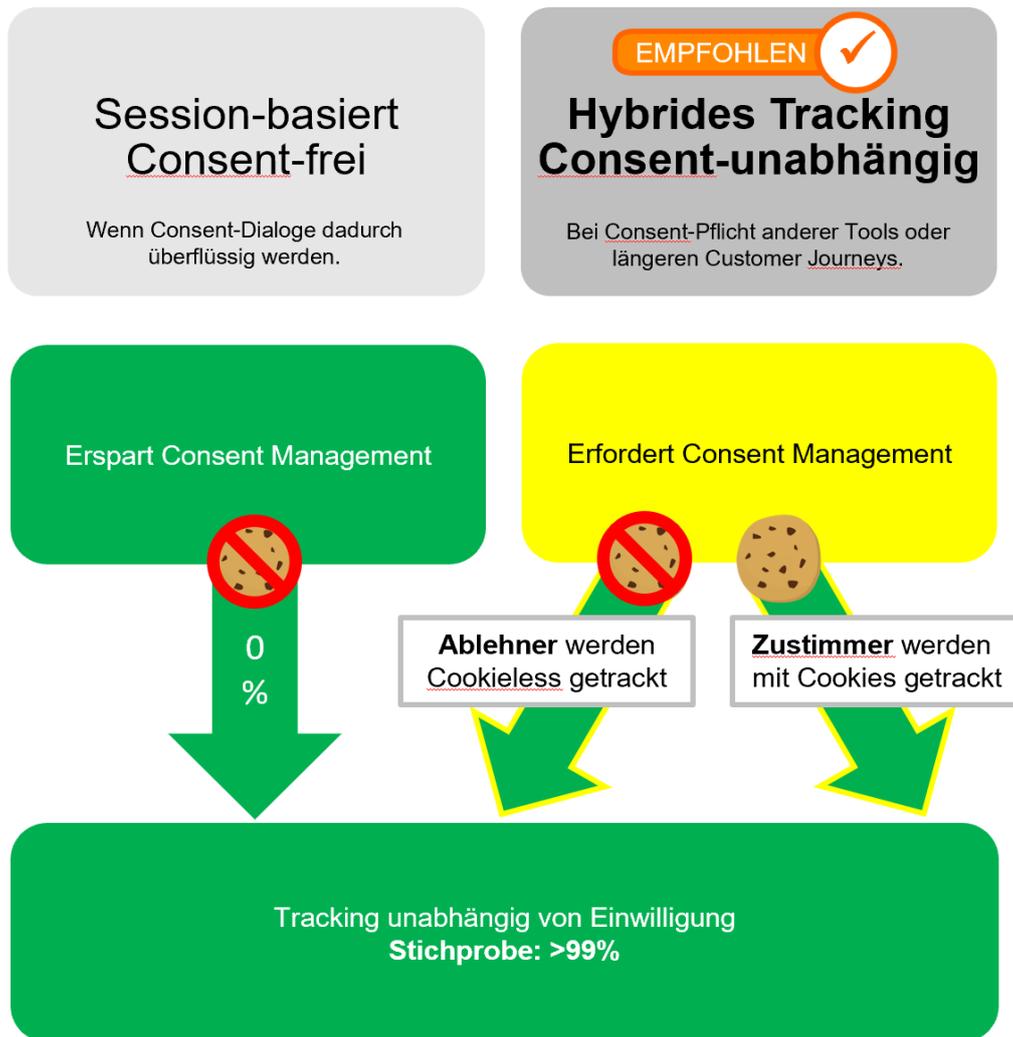
„Im Cookie-less Modus (Standardmodus) ist ein Einsatz von etracker Analytics gemäß DSGVO und TTDSG **ohne jedwede Einwilligungspflicht** rechtmäßig.“

Im Cookie-less Modus erfordert etracker Analytics somit kein Consent Management bzw. Einwilligungs-Banner. Wird aufgrund von Marketing Cookies ein Consent Management eingesetzt, kann auch für etracker Analytics Cookies eine Einwilligung eingeholt und das hybride Tracking als Kombination aus Cookie-losem und Cookie-aktiviertem Tracking genutzt werden.

Das **hybride Tracking** verbindet das Beste aus beiden Welten: Wenn Nutzer keine etracker Cookies zulassen, ermöglicht der Cookie-lose Modus, alle Conversion- und Traffic-Daten, also alle wesentlichen Interaktionen, ohne die Verwendung von Cookies zu messen. Bei Einwilligung werden Cookies gesetzt. Dies hat den großen Vorteil, dass über den Consent nicht das Tracking ein- oder ausgeschaltet, sondern nur der Modus für das Setzen Cookies gesteuert wird.

Mit etracker Analytics haben Unternehmen die Wahl:

- **Consent-frei ohne Cookies:** Basis-Datenerfassung auf Session-Ebene nach dem berechtigten Interesse ohne Speicherung von Informationen in der Endeinrichtung des Endnutzers und ohne Nutzung von Identifikatoren zur dauerhaften Wiedererkennung von Endnutzern.
- **Hybrid-Modell:** Kombination aus Consent-freiem Tracking ohne Cookies und Cookie-Aktivierung nach Einwilligung des Endnutzers (Post-Consent).



## 4. Das bietet Cookie-less Session Tracking

Auch ohne Cookie-Aktivierung werden beim Cookie-less Session Tracking alle Website-Interaktionen und Conversions erfasst, nur die Besucherwiedererkennung ist dabei auf den jeweiligen Tag begrenzt:

- Seitenaufrufe (automatisch)
- Endgerätetyp, Betriebssystem und Browser (automatisch)
- Geo-Informationen bis Stadtebene (automatisch)
- Referrer-Websites (automatisch)
- Kampagnenparameter inklusive Google UTM-Parameter und Google Enhanced Ecommerce Events (automatisch)
- Scroll-Events (automatisch)
- Verlassen der Website (automatisch & sekundengenau)
- Klick-Events wie eingegebene Suchbegriffe, heruntergeladene Dateien, angesehene Videos, externe Linkaufrufe (automatisch und per CSS-Selektor)
- Conversions wie Anmeldungen, Bestellungen usw. (per Assistent)
- Conversion-Upload zu Google Ads & Microsoft Ads (automatisch nach Einrichtung)

Die Consent-Rate und damit der Einsatz von Cookies nach Einwilligung kann bei etracker Analytics in allen Basis-Reports im Detail nachvollzogen werden. Der Anteil der Besuche und Besucher mit Cookies steht als Standard-Kennzahl zur Verfügung:

Datum ↓	In Grafik anzeigen	TRAFFIC				
		Besuche ⓘ	Besucher ⓘ	Anteil Besuche mit Cookies ⓘ	Anteil Besucher mit Cookies ⓘ	Besuchshäufigkeit ⓘ
Gesamt	✓	1.202	1.052	20,72 %	17,11 %	1,38
2021-09-23	📈	83 (6,9 %)	75 (7,1 %)	22,89 %	18,67 %	1,36 (98,1 %)

Die durchschnittliche Besuchshäufigkeit wird nur für Besucher mit Cookies berechnet, da sie ansonsten verfälscht würde und ein Customer Journey Tracking ist nicht über die Tagesgrenze hinweg möglich. Davon abgesehen wirkt sich der Modus in der Web-Analyse nur „unter der Haube“ aus. Alle Akquisitions-, Engagement- und Conversion-Auswertungen sind auch im reinen Cookie-less Modus verfügbar.

Cookies machen bei der Marketing Attribution auch nur dann einen Unterschied, wenn ein hoher Anteil der Conversions nicht direkt und nicht innerhalb desselben Mediums (z.B. SEA) stattfindet. Zudem begrenzen viele Browser selbst bei Einwilligung die Cookie-Laufzeit auf sieben Tage (siehe <https://www.cookiestatus.com/>).

Mit dem hybriden Tracking von etracker profitieren Marketer durch die Cookie-Aktivierung bei Einwilligung für bestmögliche Steuerung ihrer Kampagnen und Allokation ihres Marketing-Budgets.

**Fazit: Dem Consent-unabhängigen Tracking gehört die Zukunft.**

Denn es bringt viele Vorteile mit sich:

- Es wirkt Consent-bedingten Datenverlusten und -verzerrungen entgegen.
- Es erspart Website-Betreibern wie Website-Besuchern nervige Cookie-Dialoge.
- Es macht unabhängig und resilient gegen Cookie-Einschränkungen der Browser-Anbieter und Plugins.

etracker GmbH  
Erste Brunnenstraße 1  
20459 Hamburg, Germany

Tel.: +49 40 524 725 430

E-Mail: [service@etracker.com](mailto:service@etracker.com)

