

Cookies, Tracking, Reichweitenanalyse: die DSGVO-konforme Anwendung

Teil 1

Eine Veröffentlichung aus der Reihe „Datenschutz-Fachinformationen“
der Munker Privacy Consulting GmbH.

Autor: Bjorn Kronfeld, Datenschutzauditor (TÜV)

Munker Privacy Consulting GmbH

Pähler Str. 5a

82399 Raisting

Tel.: 08807 24447-0

E-Mail: info@munker.info

Internet: www.munker.info

Wichtiger Hinweis:

Das vorliegende Dokument wurde mit größtmöglicher Sorgfalt von der Munker Privacy Consulting GmbH erstellt. Die Munker Privacy Consulting GmbH ist stets bemüht, dieses Dokument an die aktuelle Rechtslage anzupassen. Eine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität kann jedoch nicht übernommen werden.

Das Dokument kann eine Rechtsberatung im Einzelfall nicht ersetzen und bedarf als solches zwingend einer Überprüfung und Anpassung auf die konkreten Erfordernisse im jeweiligen Unternehmen. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass es uns als Datenschutzberater (damit auch als externe Datenschutzbeauftragte) nicht erlaubt ist, Rechtsdienstleistungen (Rechtsberatung) im Sinne des Rechtsdienstleistungsgesetzes (RDG) zu erbringen.

Nachdruck, Vervielfältigung des Dokuments – auch auszugsweise – erfordert die schriftliche Genehmigung der Munker Privacy Consulting GmbH. Ohne unsere vorherige und ausdrückliche schriftliche Zustimmung darf das Dokument weder an unberechtigte Dritte weitergegeben werden, noch für Dritte benutzt werden.

Munker Privacy Consulting GmbH

Stand: Mai 2019

Cookies, Tracking, Reichweitenanalyse: die DSGVO-konforme Anwendung

Teil 1:

Cookies, Tracking, Reichweitenanalyse – was ist der Unterschied?

Warum wird getrackt?

Webseiten, Smartphone-Apps und Desktop-Programme sollen performant sein, dem Besucher-Nutzen bieten und dem Betreiber helfen, die Anwendungen kontinuierlich zu verbessern und insbesondere mehr über seine Nutzer zu erfahren. Das ist legitim und kann Betreibern wie Nutzern einen großen Mehrwert bieten. Vorausgesetzt natürlich die Spielregeln werden eingehalten. Diese gibt seit 25. Mai 2018 die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) vor.

Im ersten Teil unserer Beitragsreihe wollen wir uns den Unterschied zwischen Cookies, Tracking und Reichweitenanalyse anschauen. In den weiteren Teilen erfahren Sie, wie diese nützlichen Helferlein richtig eingesetzt werden. Das geht nämlich.

Cookies

Cookies sind einfache Dateien, die Informationen zu einer von Ihnen besuchten Website, aber auch über Sie selbst auf Ihrem Endgerät speichern, wie z. B. Ihre bevorzugte Sprache oder andere persönliche Seiteneinstellungen. Wenn Sie später diese Website erneut besuchen, übermittelt der Browser – sofern Sie dies in den Einstellungen Ihres Browsers nicht unterbunden haben - die gespeicherten Cookie-Informationen an die Seite zurück. Dadurch können individuelle und an Sie angepasste Informationen angezeigt werden – beispielsweise indem gleich die Version der Seite in Ihrer bevorzugten Sprache geöffnet wird. Cookies können nützlich und hilfreich für Sie sein, so zum Beispiel, wenn Sie in einem online Shop einkaufen, Waren in den virtuellen Warenkorb legen, den Einkauf zwischenzeitlich unterbrechen und später an gleicher Stelle fortsetzen möchten. Cookies können also dem Betreiber der Webseite, aber auch unbekanntem Dritten Informationen über Sie verraten.

Reichweitenanalyse

Auch eine Reichweitenanalyse hilft dem Betreiber, mehr über seine Besucher zu erfahren und seine Webseite oder App besser zu machen. Es geht aber hierbei um rein statistische Analysen durch Tools und kleine Programme, die auf der Webseite oder der App eingesetzt werden, um das Nutzerverhalten im Allgemeinen und nicht das von Ihnen im Einzelnen zu erfassen. Hier werden relevante Angaben wie das verwendete Endgerät, das Betriebssystem, der Standort und die Nutzeraktion statistisch erfasst. Der Betreiber erfährt so z.B., welche Unterseiten sich die Nutzer im Allgemeinen länger oder gar nicht angesehen haben, welche Videos angesehen wurden und wie viele Besucher einen Newsletter abonniert haben.

Tracking

Tracking dagegen geht noch einen Schritt weiter als die reine Statistikauswertung einer Reichweitenanalyse. Hier geht es um Sie und Ihr individuelles Nutzerverhalten. Der Betreiber möchte damit nicht

nur etwas über Ihren Besuch seiner Webseite oder die Nutzung seiner App erfahren, sondern möglichst Ihr konkretes Nutzerverhalten im Internet, wie zum Beispiel über die sonstigen von Ihnen besuchten Seiten und Interaktionen, um Sie als Person identifizierbar zu machen. Ziel von Tracking ist es häufig, Ihnen zu Werbezwecken speziell auf Ihre Interessen zugeschnittene, personalisierte Werbung zu zeigen oder Preise individuell zu gestalten.

Cookies, Reichweitenanalyse und Tracking sind also durchaus unterschiedlich und berühren mehr oder weniger tiefgreifend die Privatsphäre des Webseitenbesuchers und Nutzers von Diensten.

Ob und wie der Einsatz dieser Dinge im Sinne des Datenschutzes DS-GVO-konform genutzt werden kann, erfahren Sie in Teil 2 unserer Beitragsreihe.