

# Cookies, Tracking, Reichweitenanalyse: die DSGVO-konforme Anwendung

## Teil 2

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](mailto:info@munker.info)

Internet: [www.munker.info](http://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

# Cookies, Tracking, Reichweitenanalyse: die DSGVO-konforme Anwendung

## Teil 2:

### Cookies, Tracking, Reichweitenanalyse – nur mit Einwilligung?

Das Wichtigste gleich vorweg: der Einsatz von Cookies, Tracking und Reichweitenanalyse ist auch durch die Datenschutz-Brille gesehen durchaus möglich. Braucht man dazu aber wirklich die Einwilligung des Nutzers? Das kommt drauf an, wie der Jurist gerne sagt. Schauen wir uns die im Teil 1 der Beitragsreihe dargestellten Tools näher an.

Cookies, die zum Betrieb der Webseite erforderlich sind, damit diese überhaupt funktioniert und auf dem Endgerät dargestellt werden kann, bedürfen keiner Einwilligung, sofern nicht darüber hinaus noch eine seitenübergreifende Nachverfolgung des Nutzerverhaltens erfolgt. Der Betreiber der Webseite kann den Einsatz solcher Cookies regelmäßig auf ein berechtigtes Interesse (Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO) stützen. Auch vorvertragliche und vertragliche Maßnahmen (Art. 6 Abs. 1 lit. b DS-GVO) können, z.B. bei Betrieb eines Online-Shops mit Warenkorb-Funktion, den Einsatz von Cookies legitimieren.

Anders sieht es bei Cookies aus, die das Verhalten des Webseitenbesuchers seitenübergreifend nachverfolgen. Der Einsatz solcher Cookies ist zwar nicht verboten, bedarf aber einer vorherigen, aktiven, ausdrücklichen, informierten und freiwilligen Einwilligung.

Wie sieht es nun mit Reichweitenanalyse und Tracking aus? Auch hier gelten die dargestellten Grundsätze in entsprechender Weise. Wenn beim Einsatz von Tools zur Reichweitenanalyse nicht auf Dienste externer Dritter zurückgegriffen wird und Informationen zum Nutzerverhalten an diese weitergegeben wird, wie zum Beispiel bei Google Analytics, bedarf es keiner Einwilligung des Webseitenbesuchers.

Anders – Sie ahnen es bereits – sieht es bei der Einbindung von Diensten Dritter und der umfassenden webseiten- und geräteübergreifenden Analyse des Nutzers aus. Hier kommen mächtige Tools oder sogenannte Plugins von Social-Media-Anbietern, großen Online-Plattform-Betreibern und Werbenetzwerken zum Einsatz. Daher bedarf es auch hier stets der vorherigen, aktiven, ausdrücklichen, informierten und freiwilligen Einwilligung. Gleiches gilt auch, wenn der Webseiten-Betreiber beliebig personenbezogene Daten der Seitenbesucher zusammenführt.

## Anforderungen an die Einwilligung

Im Folgenden wollen wir erklären, welche Anforderungen in rechtlicher bzw. datenschutzrechtlicher Hinsicht an eine Einwilligung zu stellen sind, um die Einbindung von Diensten Dritter und die umfassende webseiten- und geräteübergreifende Analyse des Nutzers durch Cookies und Tracking oder Plugins von Social-Media-Anbietern rechtskonform zu ermöglichen.

Wir erinnern uns, die Einwilligung muss **vorherig, aktiv, ausdrücklich, informiert und freiwillig** erfolgen.

Im Einzelnen:

Das Begriffsmerkmal „vorherig“ ist noch relativ selbstverständlich. Bevor ein einwilligungsbedürftiger Prozess durch ein Cookie oder Tracking-Tool überhaupt auf der Webseite den Webseitenbesucher analysieren, tracken oder Informationen über ihn an Dritte weitergeben darf, muss um Erlaubnis gefragt werden. Vorher dürfen keine Daten des Nutzers erhoben oder entsprechende Elemente auf der Webseite nachgeladen werden. Dies ist technisch unbedingt sicherzustellen!

Was bedeutet jetzt „aktiv“ in diesem Zusammenhang? Der Impuls, also die Willensbekundung muss vom Webseitenbesucher kommen. Das ist wie vor dem Traualtar: er muss laut „ja, ich will“ sagen. Ein Schweigen oder Hinnehmen ist nicht ausreichend. In der virtuellen Welt, also auf der Webseite, erfolgt dies zum Beispiel durch aktives Setzen eines Häkchens in einer entsprechenden Checkbox oder eine sonstige Interaktion des Besuchers. „Aktiv“ heißt, es darf kein „ja, ich will“ voreingestellt sein, welches er quasi schweigend hinnimmt. Das Häkchen darf also nicht in der Checkbox vorge setzt sein, dies muss zwingend durch den Webseitenbesucher erfolgen.

„Ausdrücklich“ ist die Einwilligung, wenn sie konkret auf den Zweck und die Art und Weise der angestrebten Nutzung der Daten über den Webseitenbesucher erfolgt und, wie oben gesagt, aktiv bekundet wird. Das heißt eine „Blankoeinwilligung“ wäre nicht rechtskonform. Damit eine Einwilligung auch „ausdrücklich“ erfolgen kann, muss dem Webseitenbesucher also erklärt werden, was genau mit seinen Daten passieren wird.

An die Informiertheit sind allerhöchste Anforderungen zu stellen. Der Webseitenbesucher muss ganz genau erfahren, auf welche Weise und von wem die Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten erfolgt. Für eine wirksame Einwilligung muss er vorab über jegliche Form der Datenverarbeitung sowie sämtliche Empfänger seiner Daten ausführlich informiert werden und die Möglichkeit erhalten, in die einzelnen Formen der Datenverarbeitung spezifisch einzuwilligen.

Zu guter Letzt muss die Einwilligung „freiwillig“ erfolgen. Der Webseitenbesucher muss also eine echte und freie Wahl haben, ob er einwilligen möchte oder nicht. Er muss die Einwilligung also verweigern können, ohne dadurch Nachteile befürchten zu müssen. Wird zum Beispiel der Erhalt einer vertraglichen Dienstleistung, die der Webseitenbesucher über die Webseite beziehen möchte, von einer für die Erbringung der Dienstleistung nicht erforderlichen Datenverarbeitung – wie Tracking oder umfassende, webseitenübergreifende Nutzung seiner Daten – abhängig gemacht, so wäre eine dahingehende Einwilligung nicht freiwillig und somit unwirksam.

Ist auch nur eine der genannten Bedingungen nicht erfüllt, so ist die Einwilligung unwirksam, der Einsatz des Tools oder Tracking rechtswidrig. Ein klarer Verstoß gegen den Datenschutz, im schlimmsten Fall droht hier ein Bußgeld.

Wie die dargestellten rechtlichen Anforderungen an eine Einwilligung in technischer Hinsicht von Webseitenbetreibern umzusetzen sind, erfahren Sie im dritten und letzten Teil unserer Beitragsreihe.