

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

## Teil 3

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

Autoren:

Björn Kronfeld, Datenschutzauditor (TÜV)

Christine Munker, Datenschutzmanager (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 3:

### Der Cookie-Banner: Consent-Banner versus „OK-Button“

In den vorangegangenen Teilen unserer Beitragsreihe haben wir den Unterschied zwischen Cookies, Tracking und Reichweitenanalyse erfahren. Wir wissen, dass es für manche dieser Tools, die auf Webseiten zum Einsatz kommen, einer Einwilligung des Webseitenbesuchers bedarf, um aktiv eingesetzt werden zu dürfen.

In unserem letzten Beitrag wollen wir uns der technischen Umsetzung der Thematik widmen. Was muss ein Webseitenbetreiber beachten und vielleicht technisch auf der Webseite vorschalten, um die genannten Tools datenschutzkonform betreiben zu dürfen? Dazu nehmen wir die sog. Cookie-Banner unter die Lupe.

Recht einfach ist die Sache, wenn die Nutzung von Cookies oder dergleichen keiner Einwilligung des Webseitenbesuchers bedarf. In diesem Fall muss der Webseitenbetreiber lediglich in seiner Datenschutzerklärung auf der Webseite darauf hinweisen und die Datenverarbeitung durch das Cookie erläutern.

Wie ist es nun bei der Nutzung von Cookies oder Tracking-Tools, die erst nach der entsprechenden Einwilligung durch den Besucher der Webseite zum Einsatz gelangen dürfen? In diesem Fall müssen die rechtlichen Voraussetzungen für eine wirksame Einwilligung (siehe Teil 2) entsprechend technisch auf der Webseite umgesetzt werden, so dass der Betreiber zu einer rechtlich korrekten Einwilligung des Benutzers kommt.

Zur Umsetzung dieser Anforderung haben sich vorgeschaltete Banner durchgesetzt. Diese Banner werden dem Besucher beim Aufrufen der Webseite angezeigt und sind im Optimalfall so gestaltet, dass jede Form von Tracking oder Reichweitenmessung erst dann einsetzt, wenn der Besucher sein OK gegeben hat. Da auf einer Webseite oft mehrere Tools aktiv sind, deren Nutzung einer Einwilligung bedarf, muss der Benutzer auch über alle Tools informiert werden und seine Einwilligung für jedes Tool einzeln geben können. Der Webseitenbetreiber muss den Besucher darauf hinweisen, was mit den personenbezogenen Daten bei jedem Tool passieren wird.

Eine pauschale Aussage wie „Wir verwenden Cookies“ oder „Ihre Privatsphäre ist uns wichtig“ reicht an dieser Stelle leider nicht aus. Der Informationspflicht kommt der Webseitenbetreiber nur im Sinne des Datenschutzes nach, wenn er verständlich und nachvollziehbar erklärt, welche Daten betroffen sind, was damit passiert, wer Zugriff auf die Daten erhält und zu welchem Zweck die Verarbeitung erfolgt. Nur so ist die Einwilligung – sofern die weiteren, im Folgenden dargestellten Voraussetzungen erfüllt sind – als „informiert“ anzusehen.

Damit es auch tatsächlich zu einer Einwilligung des Besuchers kommen kann, ist die Möglichkeit der aktiven Zustimmung erforderlich. Der Webseitenbesucher muss, nachdem er jetzt über die mögliche Datenverarbeitung informiert ist, aktiv und ausdrücklich einwilligen. Eine Opt-in-Möglichkeit, z.B. durch Setzen eines Häkchens, ist erforderlich. Vorbelegte Häkchen, wie Sie in der Praxis häufig zu sehen sind, können daher nicht als datenschutzkonforme Lösung angesehen werden.

Erteilt der Webseitenbesucher die Einwilligung nicht, so muss er dennoch in der Lage sein, auf der Webseite zu surfen und die entsprechenden Dienstleistungen zu nutzen. Da eine Einwilligung immer freiwillig sein muss, darf aus der Verweigerung der Einwilligung kein Nachteil entstehen.

Erst wenn all diese Vorgaben umgesetzt wurden und der Webseitenbesucher „Ja, ich will“ gesagt hat, also aktiv, ausdrücklich, informiert und freiwillig der Verarbeitung seiner Daten durch Cookies und Tracking zugestimmt hat, dürfen die Tools aktiviert werden und die Verarbeitung erfolgen. Technisch gesehen ist das heute problemlos umsetzbar.

In der Praxis stoßen wir auf zwei Arten von Bannern: der „OK“ Button und der Consent-Banner.

Gleich vorweg: ein Banner mit dem Hinweistext „Wir nutzen Cookies zur Optimierung der Website“ und lediglich einem „OK“-Button ist in keinem Fall eine datenschutzkonforme Lösung. Ein solcher Banner kann funktionieren, wenn auf der Website beispielsweise nur ein oder zwei datenverarbeitende Tools zum Einsatz kommen und im Text des Banners explizit auf diese hingewiesen sowie auf Details verlinkt wird.

Das könnte beispielsweise so aussehen: „Um unser Angebot laufend zu optimieren und z.B. herauszufinden, welche Inhalte für Sie besonders wichtig sind, nutzen wir die Analysetools von Musterfirma A. Details zur Verarbeitung personenbezogener Daten können Sie hier einsehen.“ Im Text muss eine Verlinkung auf den Datenschutzhinweis erfolgen, in dem zum einen die Verarbeitung durch Musterfirma A beschrieben wird und sich zum anderen die Möglichkeit befindet, dieser zu widersprechen. Je nach Konstellation und technischer Gestaltung der Website kann mit solchen Bannern ein Weg gefunden werden, den datenschutzrechtlichen Vorschriften Genüge zu tun und den Marketing-Interessen des Anbieters gerecht zu werden.

Die optimale Lösung für die Einholung von Einwilligungen zum Einsatz von Cookies oder Tracking- und Analysetools auf einer Webseite sind sog. Consent-Banner. Diese Banner bieten die Möglichkeit, direkt beim ersten Aufruf einer Webseite einzusehen, welche Tools genutzt werden, und sofort die entsprechende Einwilligung zu erteilen. Wichtig ist allerdings auch hierbei, dass die Häkchen nicht vorbelegt sind, wie es mittlerweile in der Praxis häufig zu finden ist. Dies darf nur für den Fall „technisch notwendiger Cookies“ geschehen, da das Betreiben der Webseite ohne diese in der Regel nicht möglich ist und der Besucher andernfalls die Seite nicht nutzen kann.

Lassen Sie sich im Zweifel dahingehend von fachkundiger Seite beraten. Wie zu Beginn unserer Beitragsreihe gesagt: Der Einsatz von Cookies, Tracking und Reichweitenanalyse ist legitim und kann Betreiber wie Nutzer einen Mehrwert bieten. Vorausgesetzt natürlich die Spielregeln werden eingehalten.