

Steuerung von Online-Kampagnen ohne störende Consent-Banner



Christian Bennefeld
Internet Unternehmer &
Datenschutz-Blogger

www.datenschutz-zwecklos.de

Rechtlicher Hintergrund: Warum Cookieless-Tracking?

- Aktuelle Anforderungen für rechtskonformes Tracking
- Gestaltung und Folgen rechtskonformer Consent-Banner
- Bedingungen zum Verzicht auf Consent-Banner

Praktische Umsetzung: Möglichkeiten mit Cookieless-Tracking

- Optionen für Consent-unabhängiges Tracking
- Automatische Kampagnensteuerung ohne Tracking-Pixel
- Customer Journey Tracking im Cookieless-Zeitalter

Wer ist genervt von Cookie-Bannern?

The screenshot shows the WinFuture website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'Startseite', 'Ticker', 'Downloads', 'Videos', 'Forum', 'Preisvergleich', and 'Mehr'. Below this is a secondary navigation bar with links for 'Internet', 'Internet & Webdienste', 'Google Maps', 'Outlook.com', 'Cloud', 'Bing', 'Dropbox', 'Google Drive', and 'Wikileaks'. The main content area features a news article titled 'Wussten wir schon immer: Cookie-Hinweise nerven die meisten Nut...'. The article text mentions a survey by WinFuture and Bitkom regarding user annoyance with cookie banners. A specific sentence, 'Elf von zehn Nutzern hassen Cookie-Hinweise.', is highlighted with a red box. To the right of the article, there's a sidebar with metadata: 'Datum: Mittwoch, 25.07.2018 15:38 Uhr', 'Mehr: Internet & Webdienste', 'Autor: Witold Pryjda', '44 Kommentare', and a link to 'Nachricht als E-Mail versenden'.

WinFuture

Login | Registrieren

Suche

Startseite | Ticker | Downloads | Videos | Forum | Preisvergleich | Mehr

Internet | Internet & Webdienste | Google Maps | Outlook.com | Cloud | Bing | Dropbox | Google Drive | Wikileaks

Wussten wir schon immer: Cookie-Hinweise nerven die meisten Nut...

 Elf von zehn Nutzern hassen Cookie-Hinweise. Das ergab eine nicht wirklich repräsentative Umfrage im Umfeld der WinFuture-Redaktion. Eine echte Umfrage des Branchenverbands Bitkom kam zu einem nicht ganz so eindeutigen, aber doch auch klaren ähnlichen Ergebnis: Cookie-Banner nerven viele.

Datum: Mittwoch, 25.07.2018 15:38 Uhr

Mehr: Internet & Webdienste

Autor: Witold Pryjda

44 Kommentare

Nachricht als E-Mail versenden

Alle hassen sie: Cookie-Banner = rechtliche Einwilligungen!



Datenschutz
zwecklos?

The collage includes several overlapping banners:

- Cookie Hinweis (ARMEDANGELS):** Discusses the use of cookies and other technologies to improve user experience and provide targeted advertising. It mentions that data is shared with partners for personalization, measurement, and analysis.
- SIXT DATENSCHUTZ-EINSTELLUNGEN:** A banner titled "SIXT DATENSCHUTZ-EINSTELLUNGEN" asking for consent to use cookies for personalized content and advertising. It includes a prominent "EINVERSTANDEN" button.
- TravelTrex GmbH:** A blue banner titled "Cookie-Hinweis" explaining that cookies are used for website functionality, analysis, and marketing. It includes a yellow "ZUSTIMMEN" button.
- Various other banners:** Some show consent buttons like "Cookies zulassen", "Auswahl erlauben", "Nur notwendige Cookies verwenden", "Anpassen", "Ablehnen", "EINVERSTANDEN", and "AKZEPTIEREN & SCHLIESSEN".

A bronze statue of Lady Justice, blindfolded and holding a scale of justice and a sword. The statue is positioned on the right side of the frame, with its left arm raised holding a sword and its right arm extended holding a scale of justice. The background is a plain, light gray.

Was sind die rechtlichen Vorgaben?



DSGVO

EU Cookie-Richtline

EuGH Schrems II

TTDSG

Standardvertragsklauseln

TMG

Erwägungsgründe

BDSG neu

BGH Cookie-Urteil

ePrivacy Verordnung

Privacy Shield

Klare Vorgaben der Aufsichtsbehörden

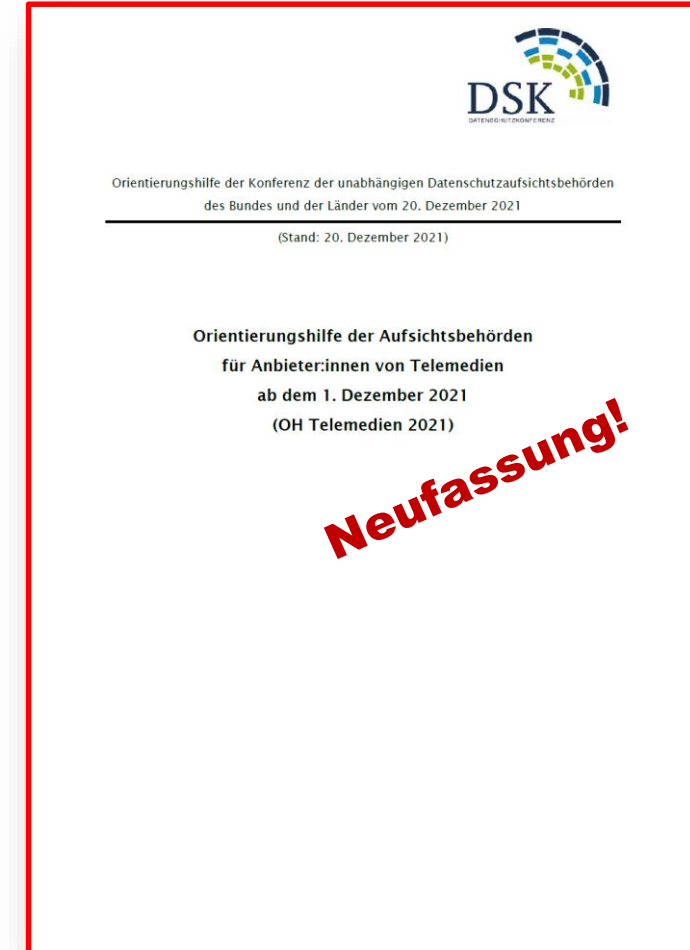


Datenschutz
zwecklos?



Quelle: https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_de.pdf

27.01.2022



Quelle: https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20211220_oh_telemedien.pdf

© Christian Bennefeld, datenschutz-zwecklos.de

Wann man Einwilligungen benötigt



- **DSGVO** (seit 25.05.2018)
 - Verarbeitung **personenbezogener** Daten benötigt eine Rechtsgrundlage
 - IP-Adresse des Besuchers ist bereits personenbezogenes Datum (EuGH)
 - Alle Rechtsgrundlagen sind in Art. 6.1 zusammengefasst
 - **Eine** mögliche Rechtsgrundlage ist die **Einwilligung** nach Art. 6.1 a)
 - An rechtlich **wirksame** Einwilligungen sind hohe Anforderungen gestellt
- **TTDSG** (neu seit 01.12.21)
 - §25: Einwilligungen sind notwendig, wenn **nicht erforderliche** „Cookies“ o.ä. Technologien verwendet werden
 - Für Beurteilung der „Erforderlichkeit“ ist die **Nutzersicht maßgeblich**
 - Dies gilt auch für
 - **JS-Fingerprinting** u.ä. invasive Verfahren
 - sowohl **3rd** als auch **1st Party** Cookies
 - **Cookie-Einwilligung** notwendig bei
 - Tag-Management, A/B Testing, (Re-)Targeting, Affiliate-Marketing, Tracking, ...

Wann man keine Einwilligungen benötigt



■ DSGVO

- Alternative Rechtsgrundlage zur Einwilligung:
 - Datenverarbeitung auf Basis von **Berechtigtem Interesse** nach Art. 6.1 f)
 - **Hohe Anforderungen**, das berechtigte Interesse nachzuweisen
 - „Interessenabwägung“ notwendig!

■ TTDSG (neu seit 01.12.21)

- §25: Einwilligungen sind notwendig, wenn **nicht erforderliche** „Cookies“ o.ä. Technologien verwendet werden
- Für Beurteilung der „Erforderlichkeit“ ist die **Nutzersicht maßgeblich**
- Dies gilt auch für
 - **JS-Fingerprinting** u.ä. invasive Verfahren
 - sowohl **3rd** als auch **1st Party** Cookies
- **Cookie-Einwilligung** notwendig bei
 - Tag-Management, A/B Testing, (Re-)Targeting, Affiliate-Marketing, Tracking, ...

Anforderungen für Tracking unter „Berechtigtem Interesse“



Datenschutz
zwecklos?

Tracking **ohne Einwilligung** ist möglich, wenn **alle** Bedingungen erfüllt sind:

1. Rechtlich gültiger Auftragsverarbeitungsvertrag wird mit Auftragsverarbeiter (AV) geschlossen
2. AV nutzt die gewonnenen Daten **nicht für eigene Zwecke**
3. AV verknüpft die **Daten nicht über verschiedene Websites** oder reichert sie an
 - AV darf den betroffenen **Nutzer nicht persönlich identifizieren** (das wäre eine illegale Datenverknüpfung)
4. AV bietet **Opt-Out- / Widerspruchs-Möglichkeit** für die Datenschutzerklärung an
5. AV stellt die **IP-Anonymisierung** sicher [gut ist: serverseitig, „Privacy by Default“]
6. AV **beachtet Do-Not-Track-Einstellungen** im Browser automatisch als Opt-Out / Widerspruch
7. AV setzt **keine Cookies** oder ähnliche Techniken zur Profilbildung ein
8. AV verarbeitet alle Daten **ausschließlich in Europa**
9. Website-Betreiber ist verpflichtet, die **Einhaltung der Punkte 1-8 zu belegen**

Wer Tracking selbst betreibt, muss dieselben Anforderungen erfüllen!

Sonderfall: Datentransfer zu US-Unternehmen



- EuGH Urteil „Schrems II“ hat **US-Datentransfer Rechtsgrundlage entzogen**
 - Ohne Rechtsgrundlage ist ein Datentransfer unzulässig
- Ausweg „Standardvertragsklauseln“ ist bei Tracking-/Website-Tools nicht möglich
 - Zusätzliche „Garantien durch Verschlüsselung“ machen Anbieter-Analyse unmöglich
- Alternative Rechtsgrundlage „Einwilligung“ in Datentransfer ebenso nicht zulässig
 - *„Personenbezogene Daten, die im Zusammenhang mit der regelmäßigen **Nachverfolgung von Nutzerverhalten** auf Webseiten oder in Apps verarbeitet werden, können **grundsätzlich nicht auf Grundlage einer Einwilligung** nach Art. 49 Abs. 1 lit. a DS-GVO in ein Drittland übermittelt werden.“*, DSK Orientierungshilfe vom 01.12.2021

Fazit: US Website-Tools sind selbst bei Einwilligung nicht zulässig

Wie müssen Einwilligungs-Dialoge gestaltet sein?

Nudging zur Zustimmung ist illegal

■ DSK Orientierungshilfe 01.12.21

- „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**.“
- Nudging verstößt damit gegen den Grundsatz von Treu und Glauben, DSGVO Art. 5.1 a) und führt zu **unwirksamen Einwilligungen**

Einwilligung in Datenverarbeitung

Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext

Einwilligen



Ablehnen

Einwilligung in Datenverarbeitung

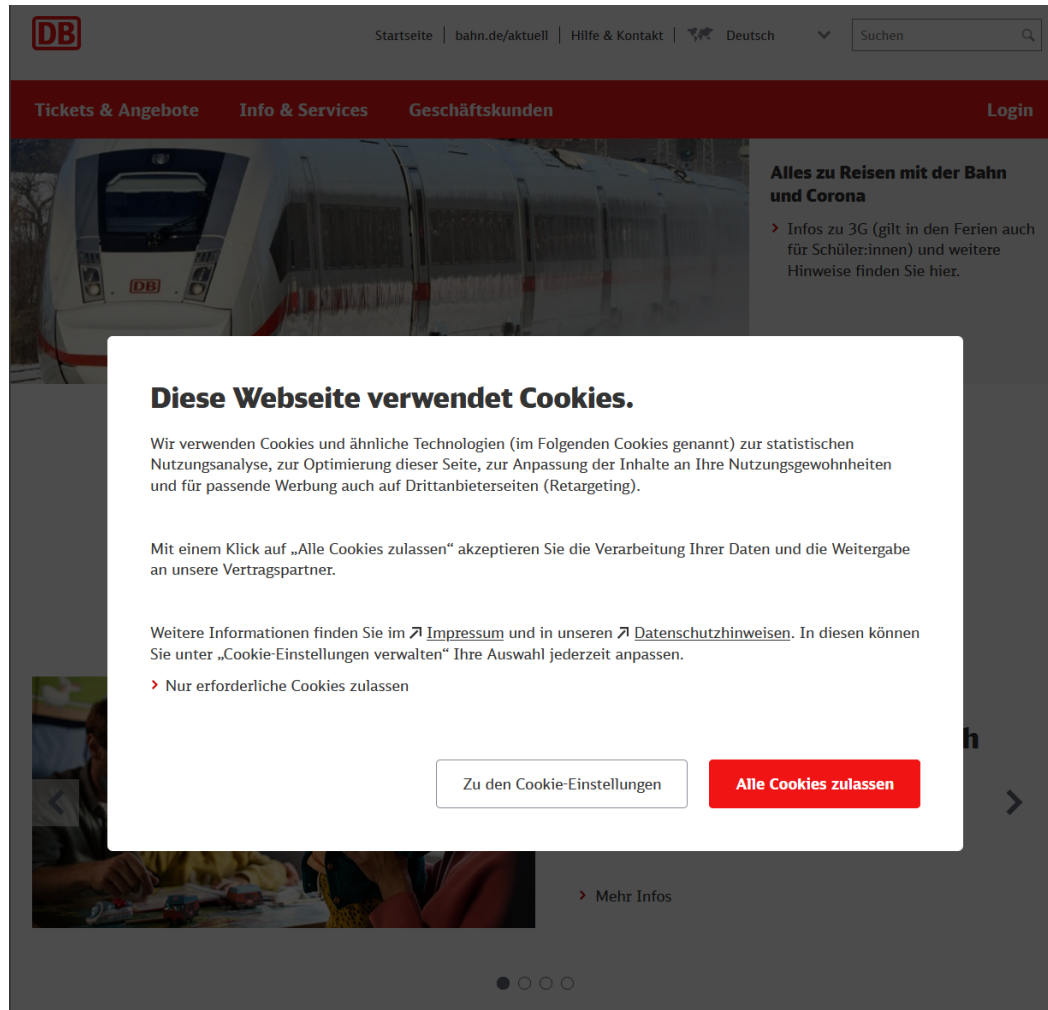
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext

Einwilligen



Ablehnen

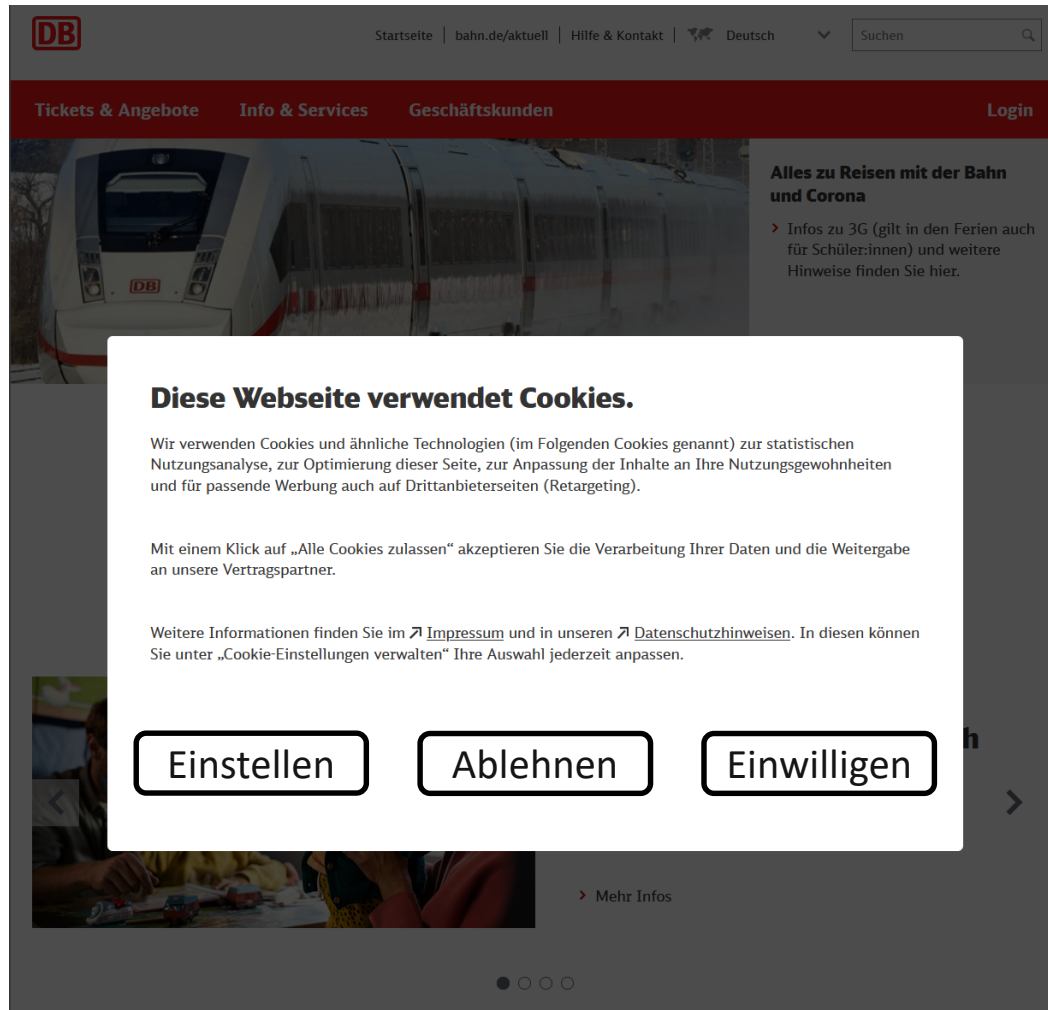
Einwilligungsbanner auf bahn.de

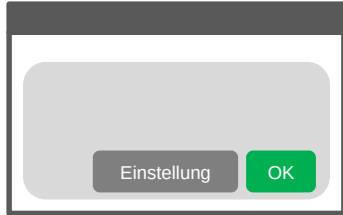
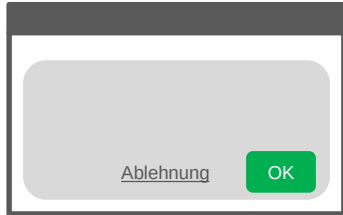
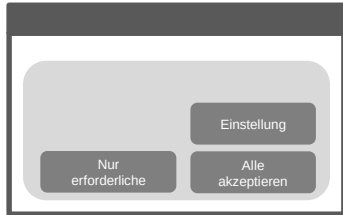


- **Nudging** mit optisch hervorgehobener Zustimmung
 - Ablehnung „Nur erforderliche Cookies“ ist kaum erkennbar
- Viele Tools werden widerrechtlich als **„unbedingt erforderlich“** deklariert
 - Aber: TTDSG erfordert Erforderlichkeit für Dienstleistung (aus Nutzersicht)
- Folge:
 - Heutige **Zustimmungsrate >80%**
- Datengetriebene Steuerung des Auftretts unproblematisch bei großer Stichprobe

Quelle: <https://bahn.de>, 24.01.22

Rechtskonformes Einwilligungsbanner



	Einwilligungsrate	Bounce-Rate
	Erschwert >30%	Erschwert 66%
	Manipulativ 23%	Manipulativ 52%
	Rechtskonform 14%	Rechtskonform 56%
	Consent-frei >99%	Consent-frei 50%

Quelle: etracker Consent Studie Q4'2021, n=250 Websites, <https://etracker.com/consentstudie2021>

Kaum Veränderungen

Cookieless-Tracking in der Praxis

Cookieless-Ziel: Rechtskonformität mit 100% der Daten



Vorteile von Cookieless-Tracking

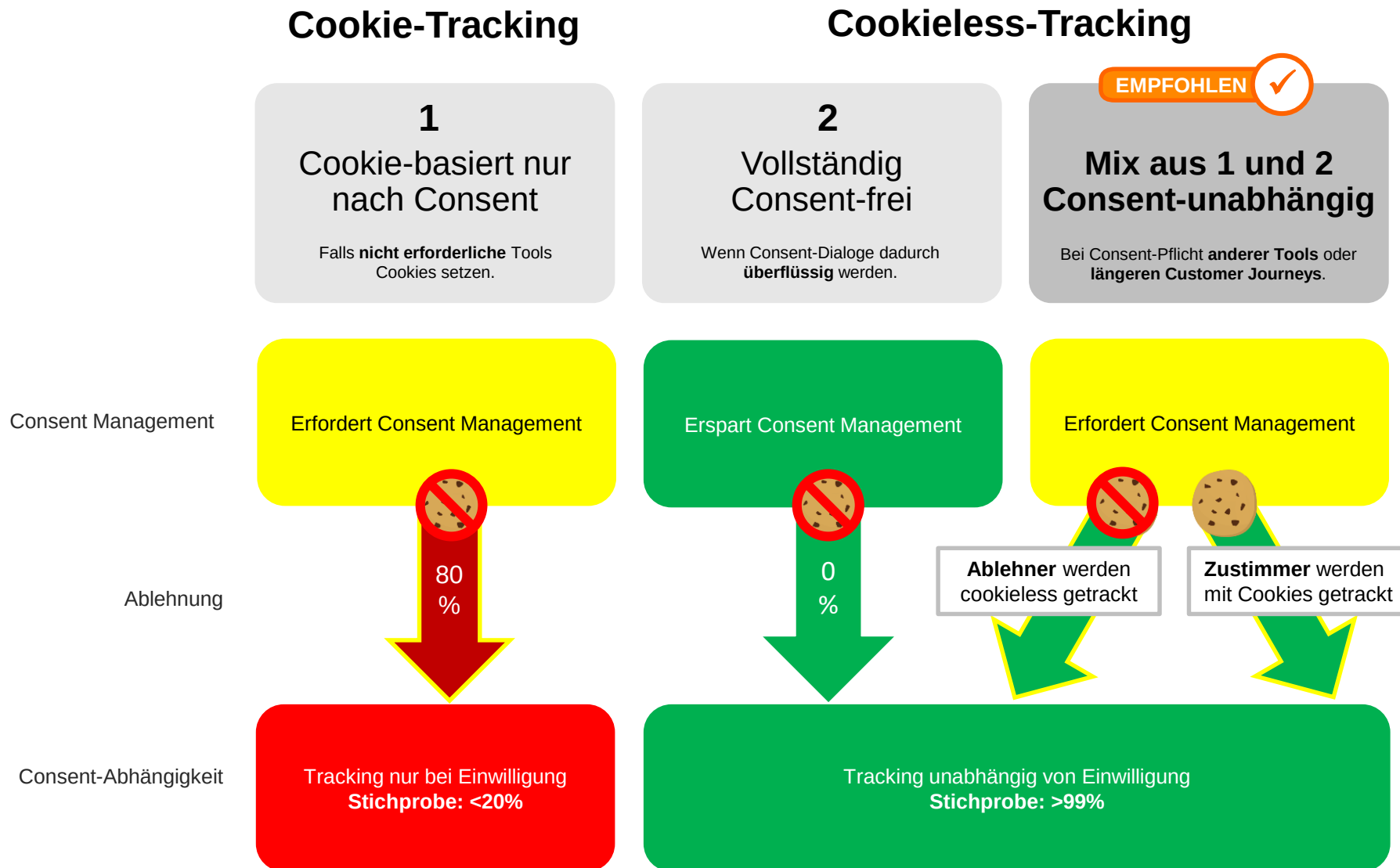
- Ohne Cookies (o.ä. Technologien) kommt TTDSG nicht zur Anwendung
- Erfüllt Cookieless-Tracking Anbieter die Anforderungen für „Berechtigtes Interesse“, kann auf eine **Einwilligung gänzlich verzichtet werden**
 - Tracking Opt-Out Möglichkeit muss jedoch in die Datenschutzerklärung
 - Opt-Outs über Datenschutzerklärung sind in der Praxis sehr selten

- **Praktisch 100% der Nutzer werden rechtskonform getrackt**
- **Datengetriebene Steuerung der Website ist weiterhin möglich**
 - **Nutzer werden nicht durch Consent-Banner gestört**
 - **Bounce Rate wird verringert, Conversions erhöht**

Drei Optionen für rechtskonformes Tracking

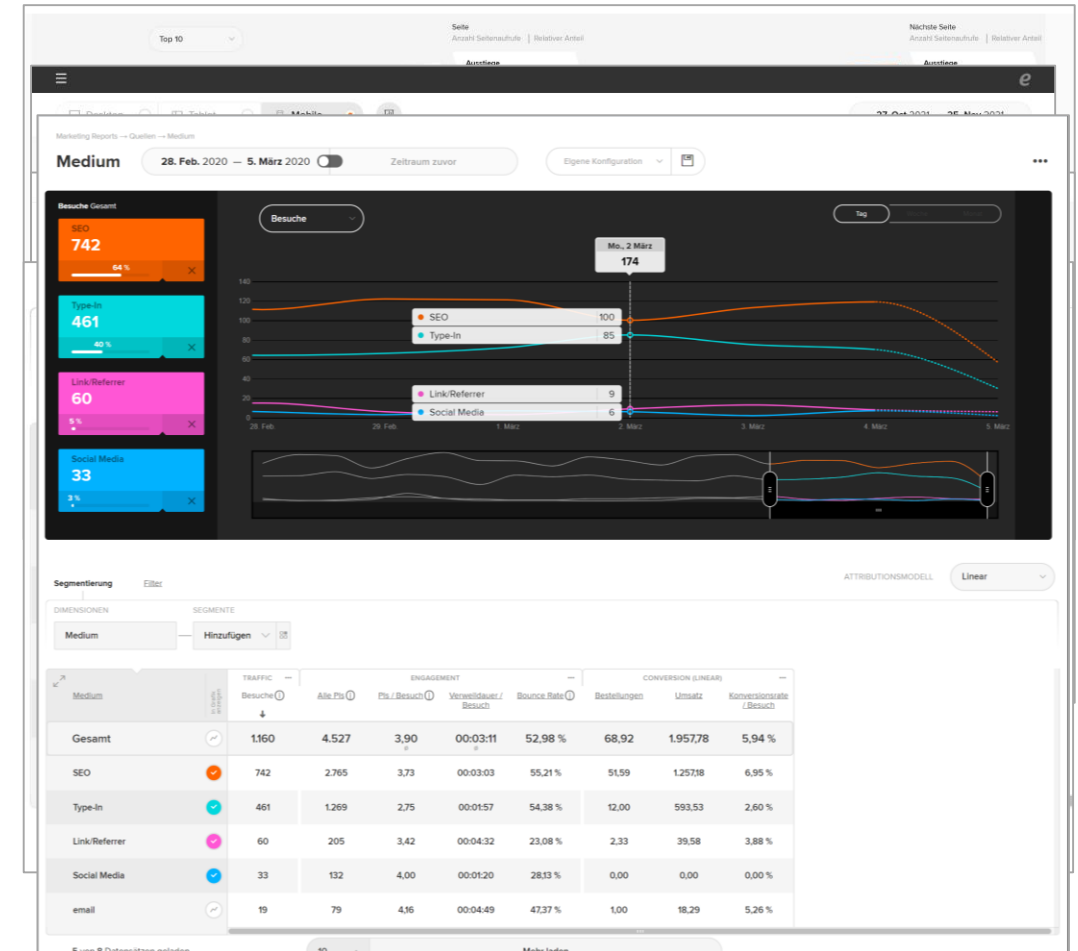


Datenschutz
zwecklos?



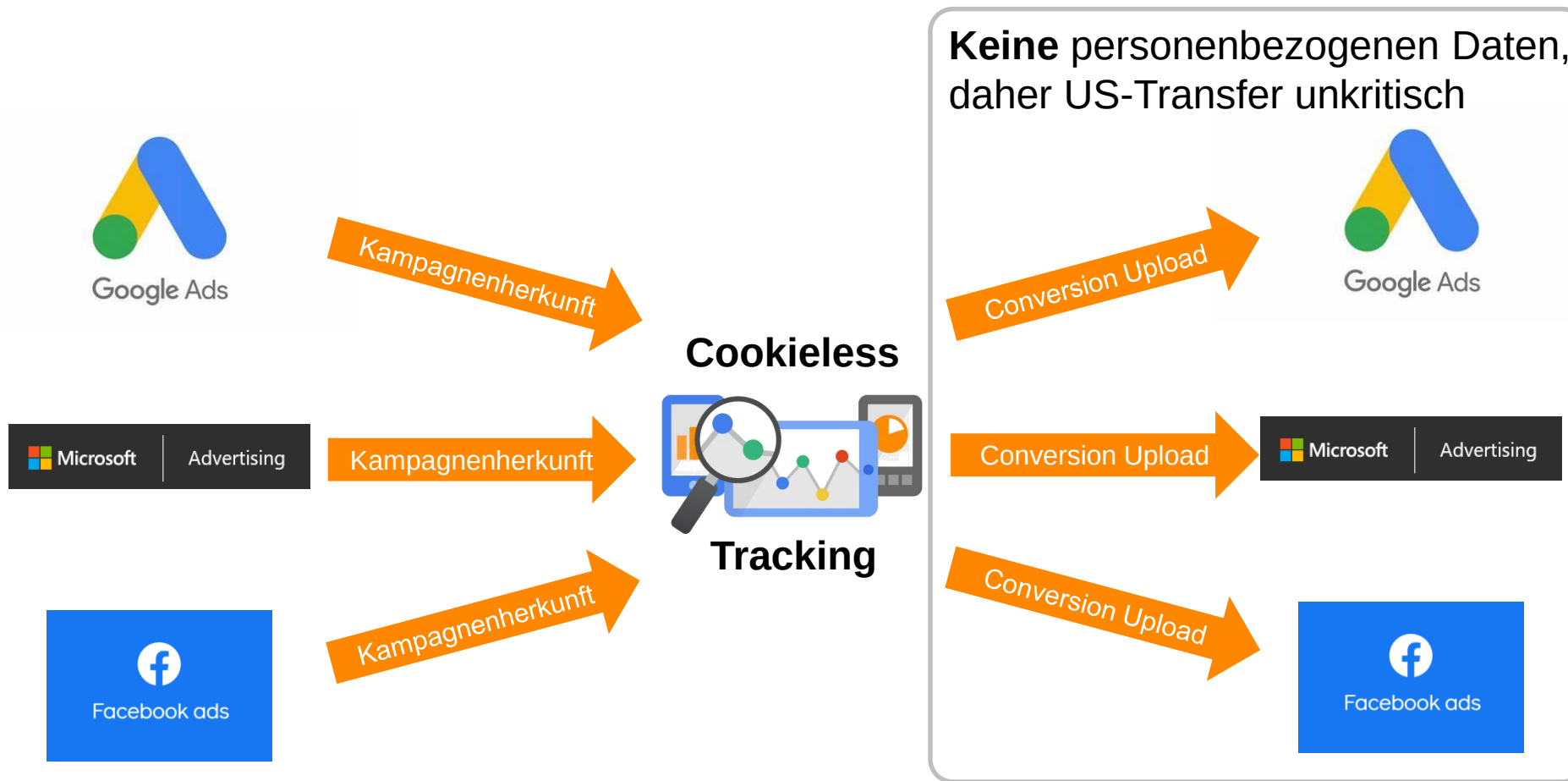
KPI mit Cookieless-Tracking

- Seitenaufrufe, Navigation, Klickpfade
- Verweildauern, Scrolltiefe, Downloads
- Interaktion mit Seitenelementen, Menüs
- Stehengelassene Warenkörbe & Inhalte
- Beliebige Conversions: Anfragen, Merklisten, Bestellungen
- Beliebige Kampagnenherkunft: z.B. Google, Facebook,... – und Referrer
- **Nicht möglich:** Unique User, Wiederkehrhäufigkeit, Zeit zw. Besuchen



Alle KPI ohne große Einschränkungen auch cookieless möglich

Automatische Gebotsstrategie ohne extra Tracking Pixel



Advertising Systeme wie bisher nutzbar

Gebotsstrategie

Gebotsstrategie ändern

Aktuelle Gebotsstrategie: Klicks maximieren

Worauf möchten Sie den Schwerpunkt legen?

Empfohlen

Conversions

Conversion-Wert

Weitere Optimierungsmöglichkeiten

Klicks

Anteil an möglichen Impressions

Neue Kampagne erstellen Vorhandene Kampagne verwenden

Buchungsart
Auktion

Kampagnenziel auswählen
Mehr dazu

Bekanntheit
☐ Markenbekanntheit
☐ Reichweite

Abwägung
☐ Traffic
☒ Interaktionen
☐ App-Installationen
☐ Videoaufrufe
☐ Leadgenerierung
☐ Nachrichten

Conversion
☒ Conversions
☐ Katalogverkäufe
☐ Store Traffic

Conversions

Zeige deine Anzeigen den Personen, die am wahrscheinlichsten darauf reagieren, z. B. indem sie etwas kaufen oder dich über deine Website anrufen. Mehr dazu

Gib deiner Kampagne einen Namen - Optional

Abbrechen Weiter

Herausforderung

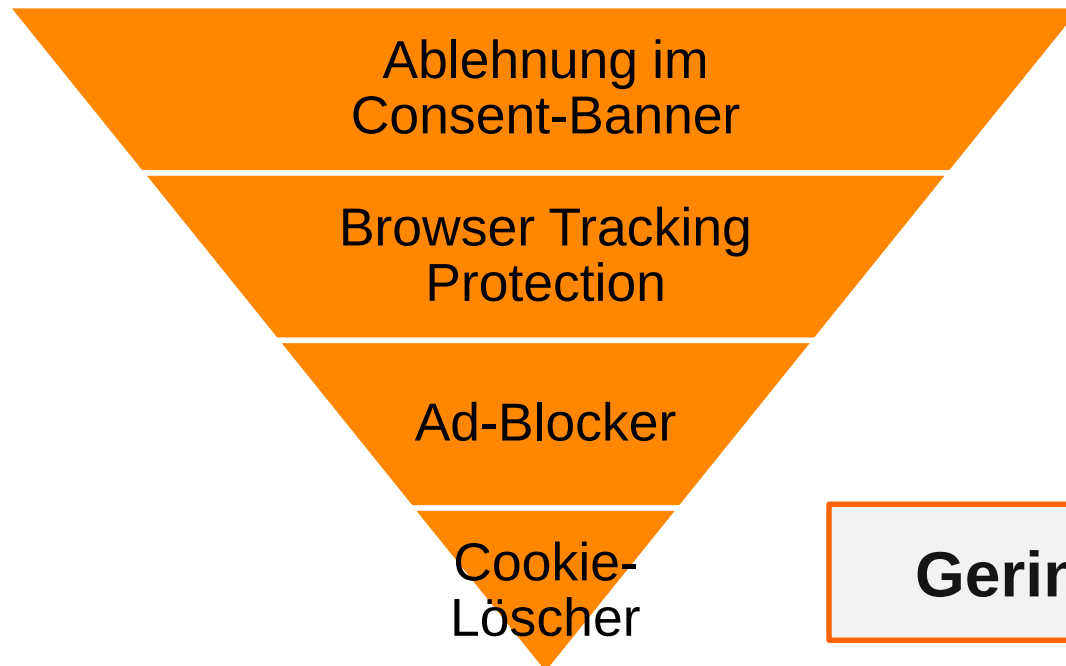
Customer Journey Tracking und Attribution

- **Cookieless**
 - wird die Kampagnenherkunft erfasst
 - werden sämtliche Conversions erfasst
 - können Besucher über maximal 24h wiedererkannt werden
 - längere Zeiträume widersprechen den Vorgaben zur Datenanreicherung von Profilen
- Direkte / sofortige Conversion → **keine Cookies benötigt**
- Conversion am gleichen Tag → **keine Cookies benötigt**
- Mehrtägige Journey über gleichen Kanal → **keine Cookies benötigt**
- Mehrtägige Journey über unterschiedliche Kanäle → **Cookies benötigt**

Cookieless Conversion Tracking = Customer Journey Tracking “Lite”

Customer Journey Attribution heute kaum noch möglich

- Wie hoch ist der Nutzer-Anteil **längerer** CJs bei der Conversion?
 - CJ Attribution **nur** sinnvoll, wenn >25% der Conversions **unterschiedliche** Werbe-Kontakte benötigen
- **Aber:** Lassen sich längere CJs mit Cookies überhaupt verlässlich erfassen?

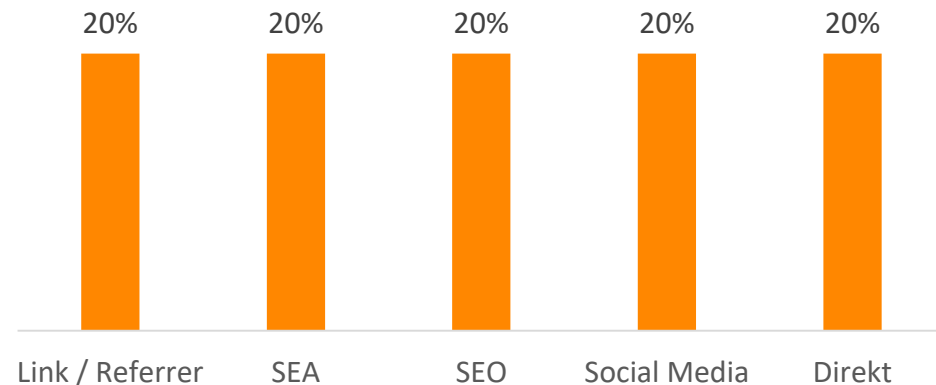


Geringe Datenbasis = maximaler Fehler

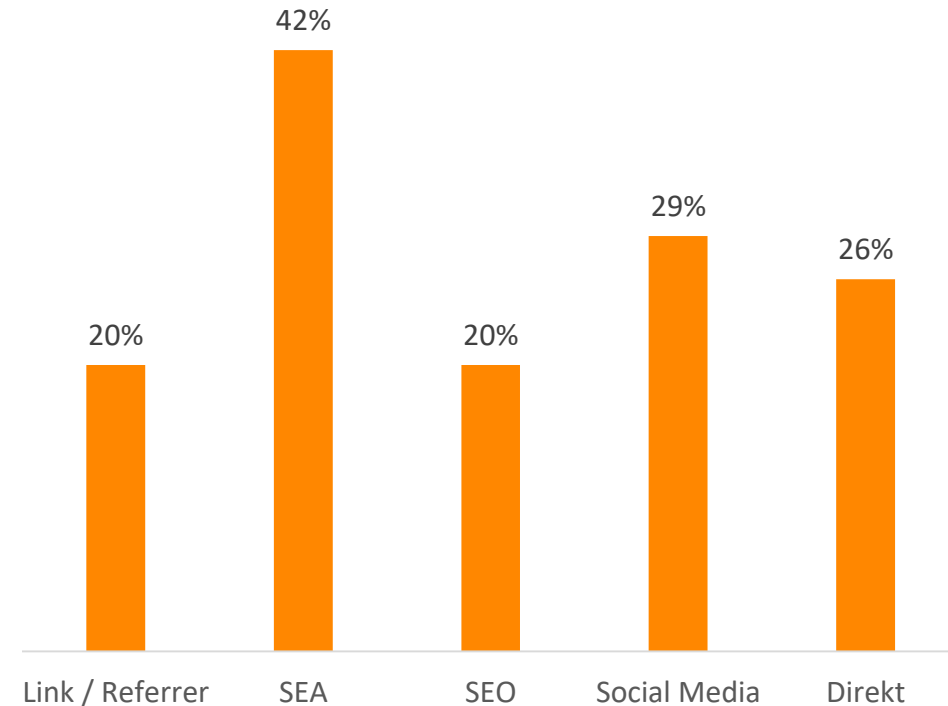
Einwilligungsbedingte Daten-Verzerrungen

Erwartung: Gleichverteilung

Einwilligungsrate



Realität



Quelle: etracker Consent Studie Q4'2021, n=250 Websites, <https://etracker.com/consentstudie2021>

Customer Journey Attribution wird zum Abenteuer

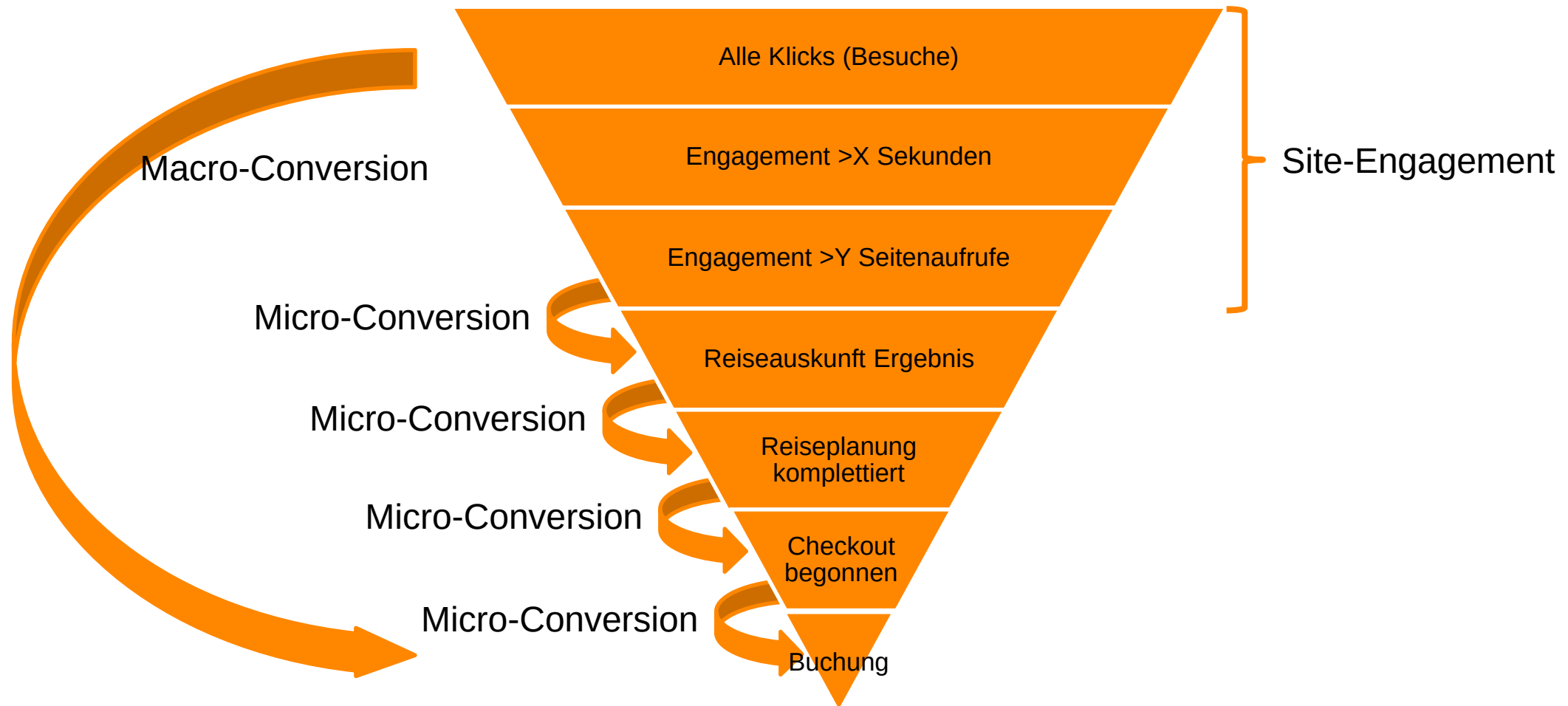


Fazit: Customer Journey Tracking ist problematisch

- Lange Customer Journey Ketten sind nicht (mehr) rechtskonform erfassbar
 - Cookieless-Tracking bietet Lösung für Customer Journeys in 24h Zeitfenster
- Rechtskonforme Einwilligungen
 - Reduzieren Datenbasis
 - Verfälschen Analyse
- Anti-Tracking Technologien
 - Zerstören längere Customer Journey Ketten
 - Verfälschen Analysen noch weiter

Alternative zum Customer Journey Tracking notwendig

Alternative: Conversion Prädiktoren im Funnel analysieren



Kampagnen Attribution über Engagement & Micro-Conversions

- Einwilligungen auf Websites sind rechtlich komplex – und gar nicht immer notwendig
- Rechtskonforme Einwilligungen vermindern Stichprobe und verfälschen Attribution
- Cookieless-Tracking ermöglicht rechtskonform >99% der Nutzer zu erfassen
- Website-Analysen sind cookieless ohne große Einschränkungen möglich
- Klassische Customer Journey Attribution ist kaum noch sinnvoll
- Alternative: Engagement Analysen

Daten-getrieben agieren und Datenschutz einhalten ist kein Widerspruch

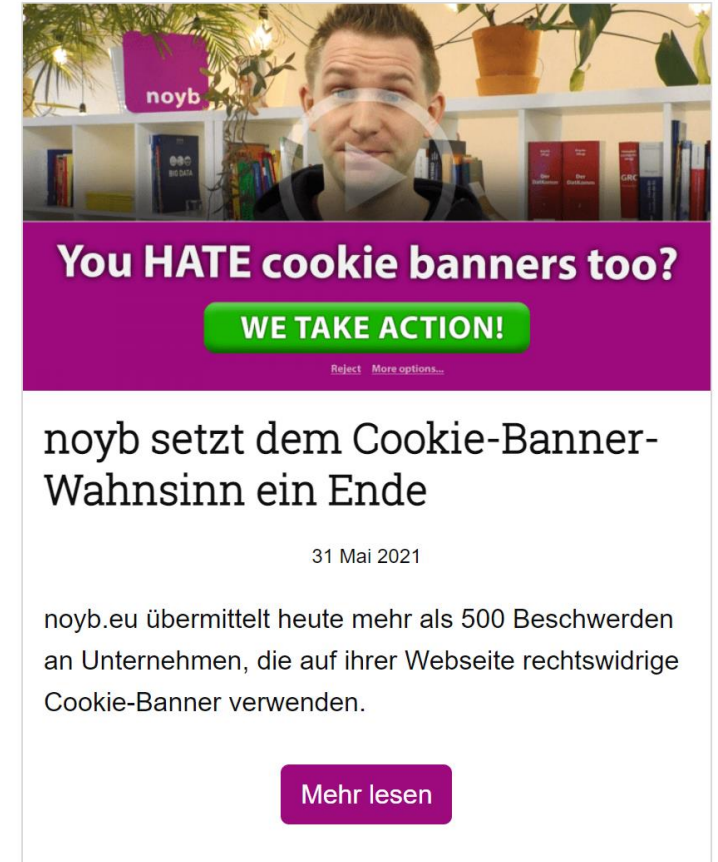
Weiter wie bisher? „Et hätt noch immer jot jejange“

■ Erste Urteile und Verfahren

- LG Rostock kassiert illegales Nudging
- VG Wiesbaden kassiert US-Datentransfer
- DSB Österreich verbietet Google Analytics



Quelle: <https://vzbv.de/>



Quelle: <https://noyb.eu/de/>

Die Zeit zu Handeln ist gekommen!

Jetzt die Weichen stellen

Datenschutz-Vorgaben
respektieren

Weiter illegal
tracken



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

bennefeld@datenschutz-zwecklos.de