# Traffective

WEBINAR:
"DSGVO, ePrivacy & Consent"

Google
Certified
Publishing
Partner

- Rechtsgrundlagen Datenschutz
- Cookies nach DSGVO
- Einwilligung nach DSGVO
- Stellungnahme der Datenschutzkonferenz (DSK)
- Zusammenfassung
- IAB Consent Framework
- Das Traffective Consent Management Tool
- To Dos Publisher/Traffective

# DSGVO und das neue BDSG

- DSGVO
  - Ende der Übergangsphase zum 25.05.2018
- Neus BDSG (27.04.2017 vom Bundestag beschlossen)
  - Gilt neben der DSGVO
  - Im Zweifel: Vorrang der DSGVO
- ePrivacy Richtline (Richtlinie 2002/58/EG)
  - Die Bundesrepublik  Deutschland hat die ePrivacy-Richtlinie in der Fassung der späteren Cookie-Richtlinie 2009/136/EG – durch §12 und §15 Abs. 1 S. 1 im Telemedien-Grundgesetz (TMG) national umgesetzt
  - IN PLANUNG: ePrivacy Verordnung (diese gilt dann unmittelbar für alle Mitgliedstaaten)

# ERHÖHUNG DER STRAFEN

1. Erhöhung der Bußgelder
   - ✓ Derzeit: bis zu 300.000 EUR (§43 Abs. 3 BDSG alt)
   - ✓ Demnächst: bis zu 20.000.000 EUR oder bis zu 4% des weltweiten Jahresumsatzes des KONZERNS (Art. 83 Abs. 5 DSGVO)

2. Erhöhung der Strafen
   - ✓ Derzeit: Freiheitsstrafe bis zu 2 Jahre (§ 44 BDSG alt)
     Voraussetzung für Strafe ist u.a. die **„Absicht, sich oder einen anderen zu bereichern oder einen anderen zu schädigen“.**
   - ✓ Demnächst: Freiheitsstrafe bis zu 3 Jahre (§ 42 BDSG neu)
     Keine Bereicherungs- oder Schädigungsabsicht mehr erforderlich

3. Einführung von „immateriellem Schadensersatz“ für Betroffene
   - ✓ Derzeit: Betroffene haben Anspruch auf Ersatz materieller Schäden
   - ✓ Demnächst: Betroffene können immateriellen Schadensersatz („Schmerzensgeld“) verlangen (Art. 82 Abs. 1 S.1 DSGVO)

# Cookies als personenbezogenes Datum?

- Alte Rechtslage:

  § 3 Abs. 1 BDSG alt:

  Personenbezogene Daten sind Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person.

  - *Durch Cookies ist keine Person „bestimmt“ oder „bestimmbar“, also bisher kein personenbezogenes Datum!*

# Cookies als personenbezogenes Datum? Ja!

- ✓ Neue Rechtslage:

  Art. 4 Nr. 1 DSGVO:

  „Personenbezogene Daten“ [sind] alle Informationen, die sich auf eine [...] identifizierbare natürliche Person [...] beziehen; als identifizierbar wird eine natürliche Person angesehen, die direkt oder indirekt, insbesondere mittels Zuordnung zu einer Kennung wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung [...] identifiziert werden kann [...].

  - ✓ *DSGVO stellt anders als BDSG alt auf die „Identifizierbarkeit“ ab und nicht auf „Bestimmbarkeit“*
  - ✓ *Online-Kennungen können zur Identifizierung ausreichend sein*

Traffective

# DATENVERARBEITUNG

Ist nach der zentralen Erlaubnisnorm des Art. 6 DSGVO unter folgenden Umständen erlaubt:

a) Einwilligung
   - ✓ Inhaltliche Anforderungen in Art. 7, 8 DSGVO (Nachweisbarkeit, Widerrufbarkeit, weitere Anforderungen bei Kindern)

b) Notwendigkeit zur Vertragserfüllung oder für vorvertragliche Maßnahmen
   - ✓ Neuer Erlaubnistatbestand bei bestehenden Kundenbeziehungen

c) Erforderlichkeit zur Ausübung einer rechtlichen Verpflichtung
   - ✓ Entspricht §4 Abs. 2 Nr. 1 BDSG alt

d) Lebenswichtige Interessen einer natürlichen Person

e) Wahrnehmung einer Aufgabe im öffentlichen Interesse

f) <u>Berechtigtes Interesse des Verarbeiters oder eines Dritten</u>

# EINWILLIGUNG NACH: BERECHTIGTES INTERESSE Art. 6 Abs. 1 F DSGVO

- ✓ Alte Rechtslage:

  § 4 Abs. 2 Nr. 2 b BDSG alt erlaubt die Erhebung personenbezogener Daten ohne Einwilligung, wenn…

  „die Erhebung beim Betroffenen einen unverhältnismäßigen Aufwand erfordern würde und keine Anhaltspunkte dafür bestehen, dass überwiegende schutzwürdige Interessen des Betroffenen beeinträchtigt werden!“

# EINWILLIGUNG NACH: BERECHTIGTES INTERESSE Art. 6 Abs. 1 F DSGVO

- ✓ Neue Rechtslage:

  Art. 6 Abs. 1 f DSGVO erlaubt die Erhebung personenbezogener Daten ohne Einwilligung, wenn…

  „die Verarbeitung […] zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich [ist], sofern nicht die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person, die den Schutz personenbezogener Daten erfordern, überwiegen, insbesondere dann, wenn es sich bei der betroffenen Person um ein Kind handelt“

**Die Nutzung von Cookies als „personenbezogenes Datum“ kann u.U. ohne Einwilligung des Nutzers über Art. 6 Abs. 1 f) DSGVO gerechtfertigt werden. Diese Auslegung wird jedoch nicht europaweit geteilt.**

**Das heißt es wird interpretiert das die bisherige Umsetzung der ePrivacy Richtlinie mit der Aufklärung das Cookies genutzt werden und der Möglichkeit zum OptOut in der Datenschutzrichtlinie reichen. Weitere Nutzung der Website nach Aufklärung wird daher als „Implicit OptIn“ gewertet.**

# EINWILLIGUNG NACH ART. 6 ABS. 1 A) DSGVO

- ✓ Bedingungen für Einwilligung werden in Art. 7 DSGVO konkretisiert
  1. Nachweisbarkeit (Double OptIn; Protokollierung) – Art. 7 Abs. 1 DSGVO
  2. Freiwilligkeit (kein Koppelgeschäft!) – Art. 7 Abs. 4 DSGVO
  3. Leichte Erkennbarkeit der Erklärung – Art. 7 Abs. 2 DSGVO
  4. Informationspflicht (z.B. über Widerrufsmöglichkeit, Zweck in der DV) – Art. 7 Abs. 3 DSGVO
- ✓ Minderjährige unter 16 Jahren: Zustimmung der Eltern erforderlich – Art. 8 DSGVO

**Nach deutschem Rechtsverständnis sind Einwilligungen nach Art. 6 Abs. 1 a) DSGVO für IT-Unternehmen nur mit sehr hohem Aufwand beschaffbar. In anderen europäischen Mitgliedsstaaten sehen die Marktteilnehmer die deutschen Bedenken (bislang) wohl nicht und betrachten „Einwilligungen“ der Nutzer als realistische Option „explicit OptIn“!**

# DAS POSITIONSPAPIER DER DATENSCHUTZKONFERENZ (DSK)

- ✓ Da der Gesetzgeber es versäumt hat die ePrivacy Verordnung zeitgleich mit der DSGVO zu verabschieden herrscht nun eine große Unsicherheit beim Interpretationsspielraum der DSGVO

- ✓ Die Datenschutzkonferenz (DSK) hat in Ihrem Positionspapier vom 26.04.2018 eine klare Stellung bezogen.

Die **unter Ziffer 9 dort aufgelistete Positionierung zeigt wohin es geht:**

- ✓ „Es bedarf jedenfalls einer vorherigen Einwilligung beim Einsatz von Tracking-Mechanismen, die das Verhalten von betroffenen Personen im Internet nachvollziehbar machen und bei der Erstellung von Nutzerprofilen. Das bedeutet, dass eine informierte Einwilligung i. S. d. DSGVO, in Form einer Erklärung oder sonstigen eindeutig bestätigenden Handlung vor der Datenverarbeitung eingeholt werden muss, d.h. z.B. bevor Cookies platziert werden bzw. auf dem Endgerät des Nutzers gespeicherte Informationen gesammelt werden.“

# AUSLEGUNG: BERECHTIGTES INTERESSE nach Art. 6 Abs. 1 F DSGVO

- ✓ Die DSGVO stellt (anders als das BDSG alt) auf die berechtigten Interessen des Verantwortlichen ab, der die Daten erheben möchte.
- ✓ Die Erwägungsgründe zur DSGVO geben Hinweise darauf, was der Gesetzgeber als „berechtigtes Interesse“ anerkennen möchte:

**Erwägungsgrund 47 zur DSGVO**

- ✓ „[…] Auf jeden Fall wäre das Bestehen eines berechtigten Interesses besonders sorgfältig abzuwägen, wobei auch zu prüfen ist, ob eine betroffene Person […] vernünftigerweise absehen kann, dass möglicherweise eine Verarbeitung für diesen Zweck erfolgen wird. […]
- ✓ Die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden.“

# ZUSAMMENFASSUNG

Traffective

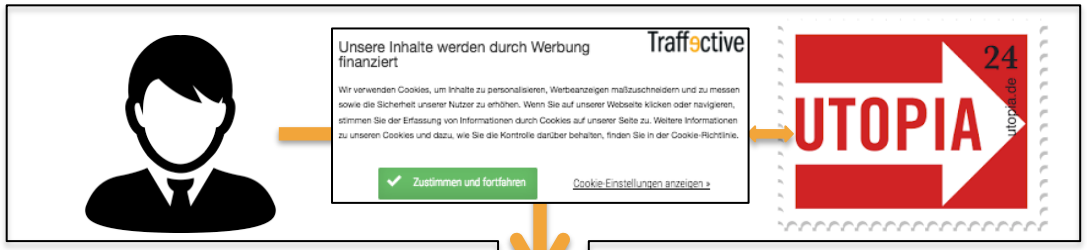
- ✓ Das DSK Papier erklärt jedoch pauschal, nach DSGVO ist ein OptIn des Users erforderlich
- ✓ Die unterschiedliche Umsetzung der ePrivacy Richtlinie in den europäischen Mitgliedstaaten macht es europäisch agierenden Unternehmen unmöglich unterschiedliche Auffassungen wahr zu nehmen
- ✓ Traffective Monetarisierungs-Partner, wie Google & Appnexus, werden daher für die europäisch-vereinheitlichte Auslieferung von personenbezogener Werbung ein OptIn verlangen
- ✓ Hierzu gibt es noch kein offizielles Fälligkeitsdatum für die Umsetzung (es wird allerdings von Ende Julie 2018 gesprochen), ab dort soll OptIn verpflichtend werden
- ✓ Die Auslieferung der Werbung kann ab dem 25.05. auf Basis des berechtigten Interesses, vorerst, fortgesetzt werden, da Direktwerbung als legitimiertes Interesse der Interessensabwägung ausdrücklich in den Erwägungsgründen der DSGVO erwähnt wird
- ✓ Um von vornherein auf der ganz sicheren Seite zu stehen empfiehlt Traffective das Einholen von OptIns (z.B. über die Traffective Consent Management Plattform)

# ZIELE DES TRANSPARENCY AND CONSENT FRAMEWORK

- ✓ **Kontrolle und Information für User** – darüber wie und von wem seine persönlichen Daten verwendet werden
- ✓ **Kontrolle für Publisher** – darüber welche Anbieter auf seinen Seiten Daten der User verwenden
- ✓ **Legitimierte Werbemittelaussteuerung für Agenturen und Advertiser** – Stichwort: Erfolgsmessung von Werbung
- ✓ **Standardisierung** – im Übermittlungsprozess eingeholter OptIns durch Verwendung eines einheitlichen, transparenten „open source“ Standard
- ✓ **Minimierung von Störfaktoren bei der Verwendung des Internets** – wovon letztlich alle profitieren: der User, der Publisher, die Werbeagentur, der Vermarkter und alle seine Partner

# IAB CONSENTFRAMEWORK

Traffective




conensu.org

CONSENT - von
Max Mustermann
*„VENDORENLISTE“*

- ✓ Appnexus
- ✓ OpenX
- ✓ Yoc
- ✓ Just Premium
- ✓ Outbrain
- ✓ Taboola
- ✓ .....

FuPa.net

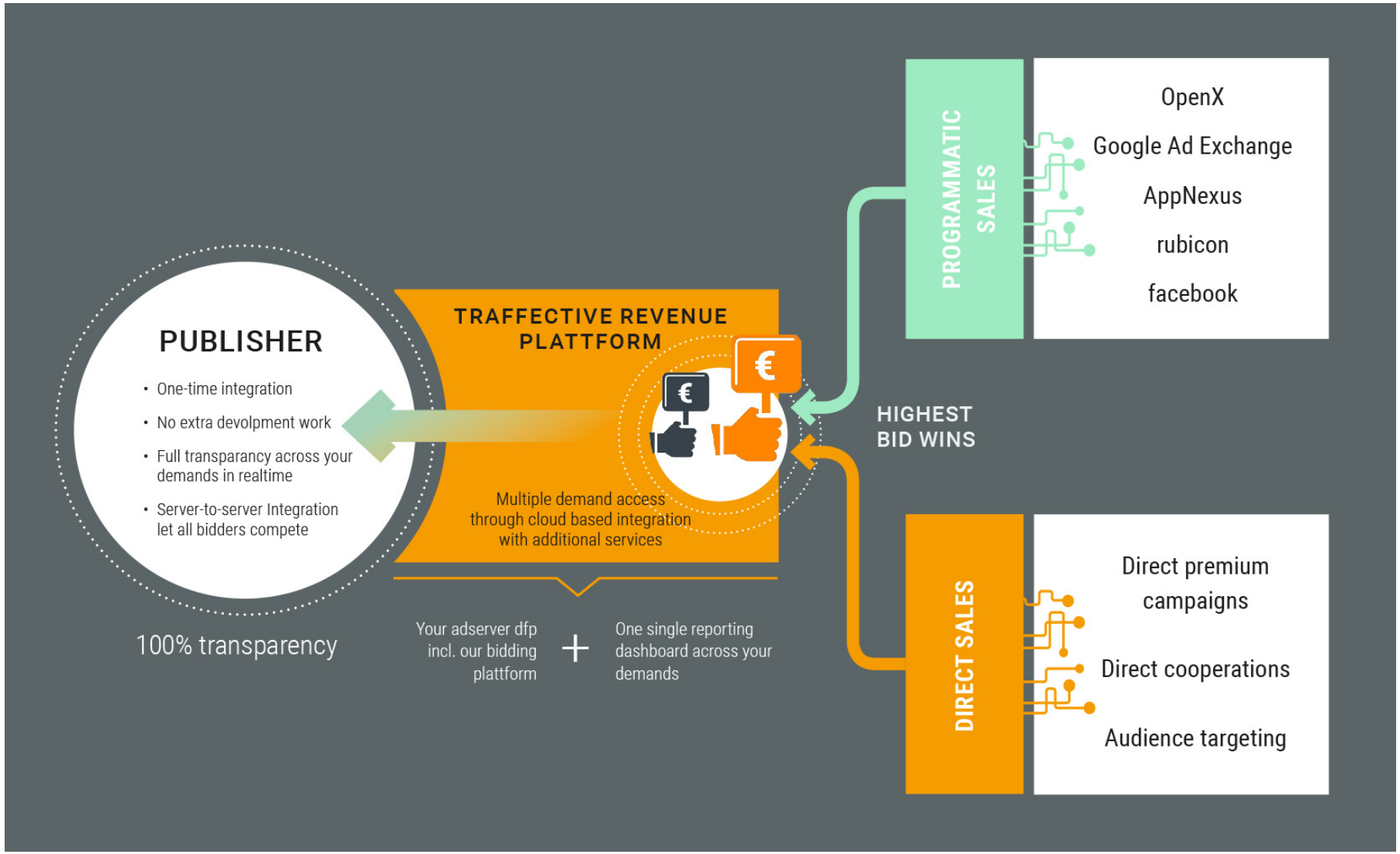
tz

MacTechNews

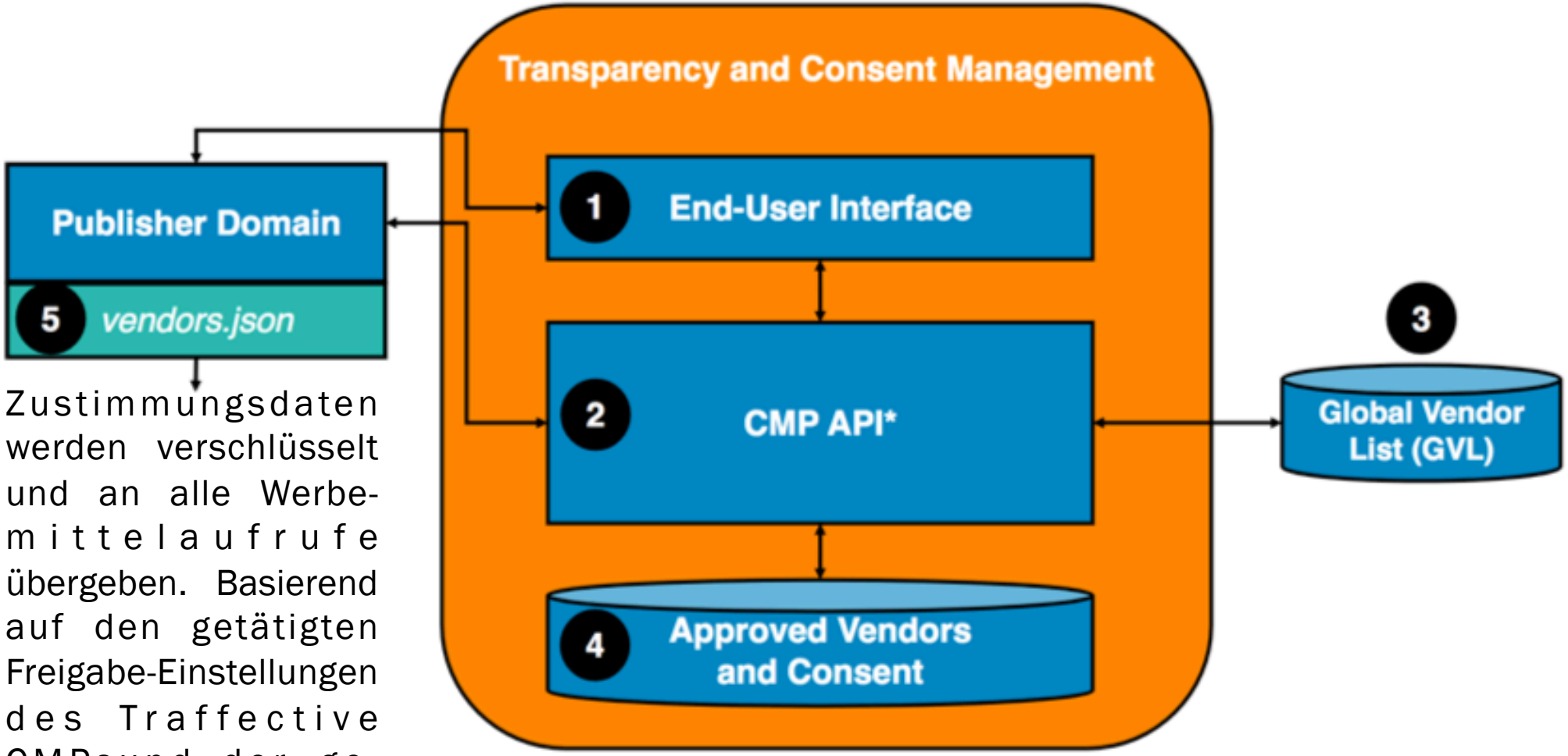
TAUCHER.NET

speisekarte.de
wo was wie schmeckt

# Traffective Monetization Plattform - Eine Plattform für alles!



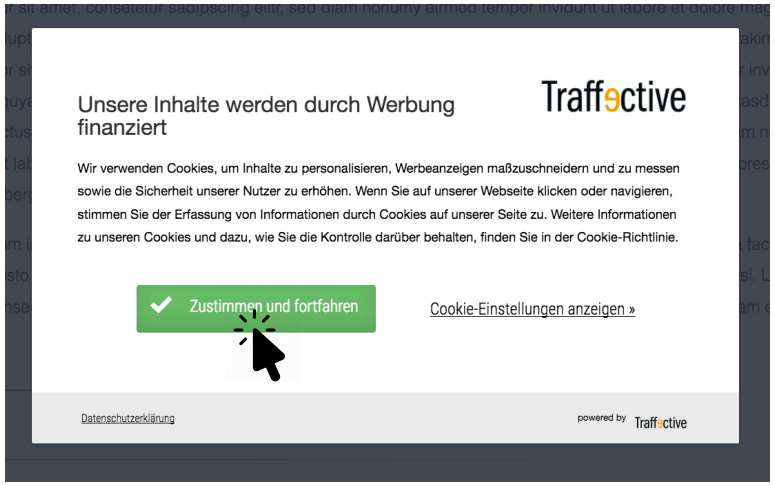
# BESTANDTEILE DES TRANSPARENCY AND CONSENT FRAMEWORK

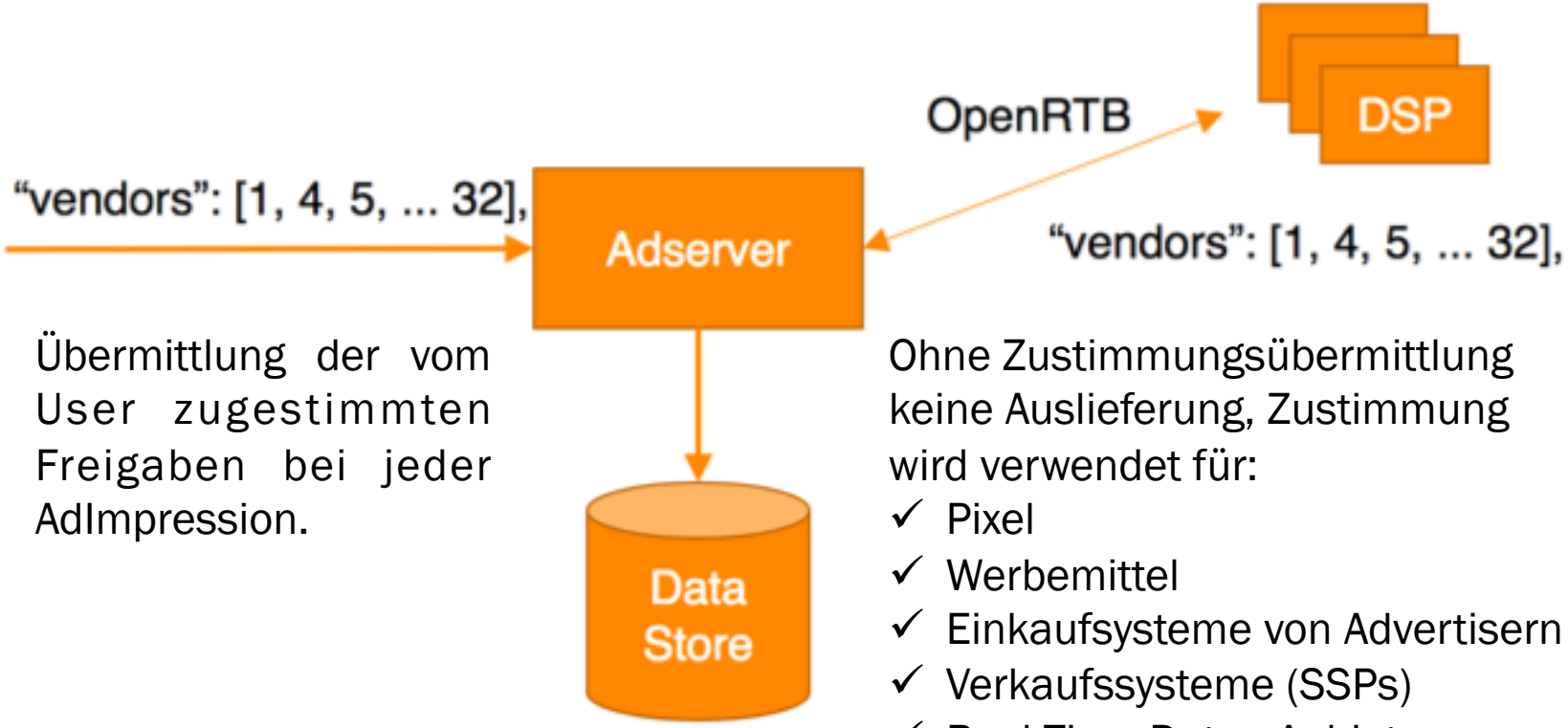



Zustimmungsdaten werden verschlüsselt und an alle Werbemittelaufrufe übergeben. Basierend auf den getätigten Freigabe-Einstellungen des Traffective CMPsund der gespeicherten Präferenz des Users.

*Die Traffective CMP API verwendet das IAB Transparency & Consent Framework

# ADSERVER UND ANGESCHLOSSENE SYSTEME BENÖTIGEN ÜBERMITTLUNG



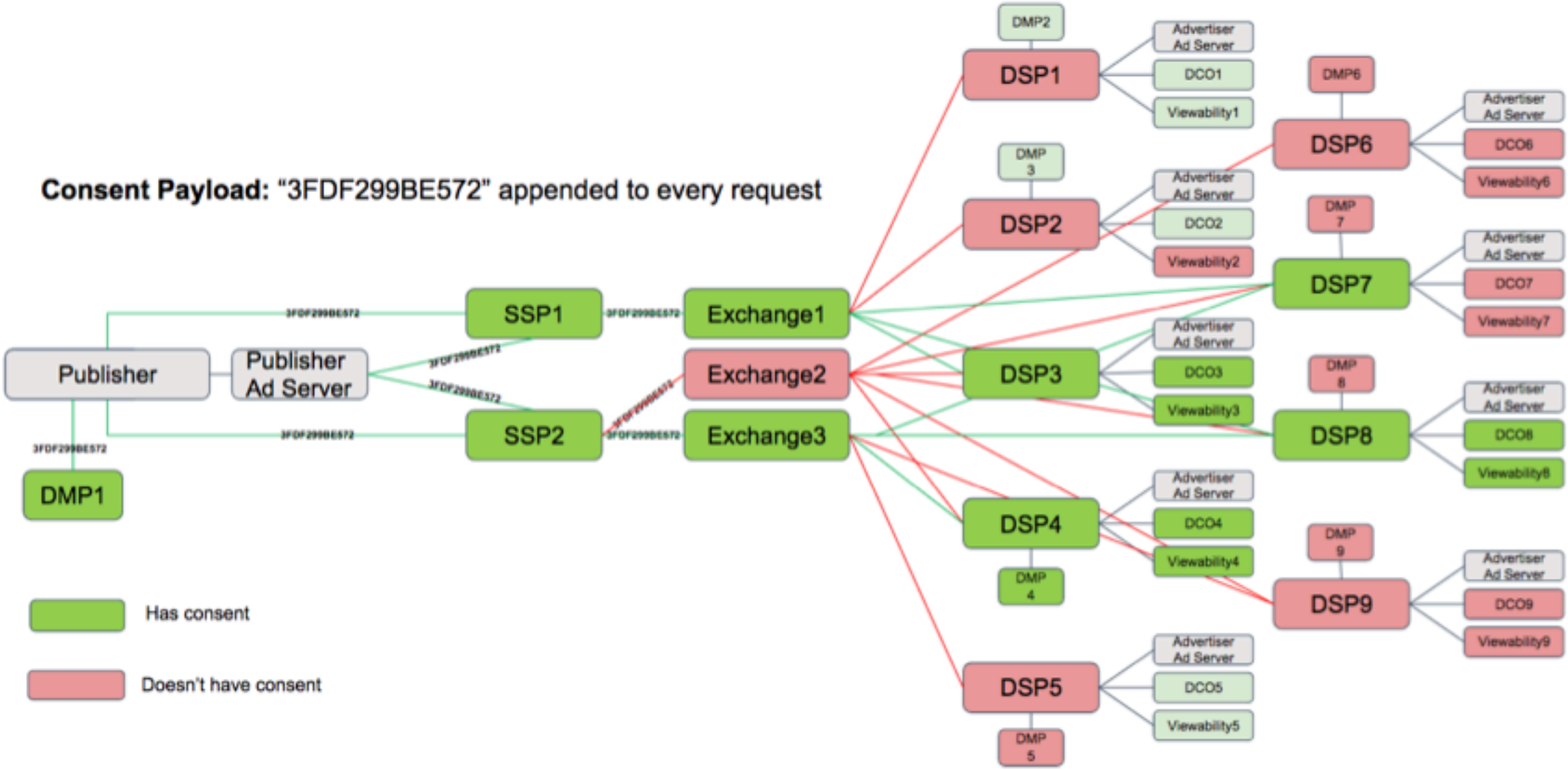

Übermittlung der vom User zugestimmten Freigaben bei jeder AdImpression.

Ohne Zustimmungsübermittlung keine Auslieferung, Zustimmung wird verwendet für:

- ✓ Pixel
- ✓ Werbemittel
- ✓ Einkaufsysteme von Advertisern
- ✓ Verkaufssysteme (SSPs)
- ✓ Real Time Daten Anbieter
- ✓ .....

Traffective

# PRAXISBEISPIEL: ÜBERMITTLUNG VON CONSENT & VENDOR OPTINS



# DAS TRAFFECTIVE CONSENT MANAGEMENT TOOL

Traffective

- Die Traffective GmbH ist offizieller Consent Management Provider im IAB Consent Framework ( http://advertisingconsent.eu/iab-europe-transparency-consent-framework-list-of-registered-cmps/ )
- Neben den im IAB Consent Framework gelisteten Verkaufsplattformen/Advertisern wird das Traffective Consent Management Tool auch eigene Consents für den Publisher sammeln
- Dies umfasst zum Start:
  - Google DfP
  - Google AdSense
  - Goolge Analytics
  - Wenn die Services über die Traffective Plattform verwendet werden gibt es keinen Handlungsbedarf Ihrerseits
  - Nutzen Sie Services in Eigen-Regie so müssen Sie unsere CMP API verwenden um die Consents für diese Systeme abzufragen und sind in Eigen-Regie für die Übermittlung verantwortlich
- Traffective stellt Ihnen die Identifizierung von Usern ohne Werbe-OptIn bereit, so dass Sie ggf. auf Registrierungsseiten verlinken können
- ZUR LIVE DEMO

# TO DOS PUBLISHER/TRAFFECTIVE

Traffective

- Traffective GmbH:
  - Zusendung eines AVV an Publisher
  - Einrichtung der Consent-Übergabe an Werbesysteme, nach Weisung des Publishers

- Publisher:
  - Stimmen Sie in Ihrem Google AdSense Account den neuen Datenschutzbestimmungen bei Google zu
  - Prüfen Sie ihre Datenschutzbelehrung auf der Webseite nochmals auf Vollständikeit:
    - Weisen Sie Ihre User darauf hin das Sie zur Finanzierung des Angebotes Werbung einsetzen
    - Stellen Sie alle Informationen zur Online-Werbung bereit, inkl. aller „datenerhebenden Parteien“ mit Link zu deren OptOut
    - Verweisen Sie auf die OptOut Seite eines Verbandes (z.B. youronlinechoices.com des EDAA)
  - Stellen Sie sicher das Sie mindestens auf der Traffective SetUp Version 3.0 laufen (dies trifft für die meisten Publisher bei Traffective zu – Ausnahmen werden gesondert kontaktiert!)
  - Schreiben Sie eine Mail an publisher@traffective.com und teilen Sie uns mit ob Sie berechtigtes Interesse für sich geltend machen oder das Traffective Consent Management Tool für Sie aktiviert werden soll!
  - Senden Sie den AVV unterzeichnet an die Traffective GmbH zurück

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ihr Referent: Heiko Staab

Fragen? → privacy@traffective.com