

## FAQ Spezialthemen Datenschutz / Datenschutz und Marketing - (kein) Widerspruch

### 1. Gibt es aktuelle Informationen zur Verwendung von Google Ads?

Über Google Ads werden zielgerichtete Kampagnen geschaltet. Hierfür ist schon allein aufgrund telekommunikationsrechtlicher Vorgaben (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation oder kurz „ePrivacy Richtlinie“) eine Einwilligung der Nutzer:innen erforderlich.

Es gibt aber auch ein weiteres Problemfeld. Google muss manche Daten an die Niederlassungen in die USA transferieren, was derzeit ohne Angemessenheitsbeschluss nur auf Basis von sogenannten „Standarddatenschutzklauseln“ und ausreichenden zusätzlichen Schutzmaßnahmen für die personenbezogenen Daten oder auf Basis einer Einwilligung der Nutzer:innen in diesen Datentransfer möglich ist. Google versuchte bislang die Argumentation, deren technische und organisatorische Schutzmaßnahmen seien ausreichend und führt hierzu Verfahren vor den datenschutzrechtlichen Aufsichtsbehörden (zum Tool Google Analytics). Aus derzeitiger Sicht ist es datenschutzrechtlich schwierig, Google Ads zu verwenden.

Google selbst hat hierzu ein FAQ veröffentlicht, wie es aus ihrer Sicht weiterhin möglich ist:

[https://ads.google.com/intl/de\\_at/home/faq/gdpr/](https://ads.google.com/intl/de_at/home/faq/gdpr/)

### 2. Eine Verlinkung auf eine Kampagne in einem Double-Opt-In Bestätigungsmail kann logischerweise als Werbung eingeordnet werden. Aber was wenn nur ein Logo als Teil der Signature auf die Webseite verlinkt?

Es ist davon abzuraten. Die österreichische und deutsche Judikatur ist zu „Spam“ bzw. unerwünschten Werbemails sehr streng, weshalb die Aufmachung von Bestätigungsmails am besten so einfach wie möglich sein sollte, d.h. nur jene Elemente erfassen sollte, die rechtlich oder technisch notwendig sind. Ein Logo mit Verlinkung auf die Webseite ist es nicht.

### 3. Wo kann ich Spam (Newsletter, Social Media) melden?

Beim zuständigen Fernmeldebüro in Wien: <https://www.fb.gv.at/>.

### 4. Noch eine Frage zur Datenschutzerklärung (DSE): Sollte die Information über Datenverarbeitung von Kundendaten innerhalb des Unternehmens auch in die DSE der Webseite, obwohl diese nichts mit den auf der Website angebotenen Leistungen zu tun hat?

Empfehlenswert ist eine vollständige, gegliederte DSE auf der Webseite, die für alle zugänglich ist. Warum? Weil man so einfach im Geschäftsverkehr Links einbeziehen kann, nicht mit unterschiedlichen DSE arbeiten muss und in den meisten Fällen nicht darauf vergisst.

Rechtlich ist es nicht erforderlich, man kann auch unterschiedliche DSE für unterschiedliche Unternehmensbereiche (online, offline etc) anbieten. Die Informationen müssen zum Zeitpunkt der Datenerhebung gegeben werden.

### 5. Eine Frage zum Cookie-Thema: Das Thema Cookies ist eigentlich primär eine bürokratische Hürde. In der Praxis klickt man meist einfach auf das „Ja“. Es verschlechtert die Usability und hat wenig praktischen Nutzen. Wäre es nicht insgesamt eine gute Lösung, wenn künftig einfach 3rd Party Cookies durch Browser nicht mehr zugelassen werden und der Rest an Cookies wird einfach akzeptiert?

Das ist ein sehr umstrittenes Thema. Technisch und für die Nutzer:innen „einfacher“ wäre wohl die Browserlösung. Rechtlich und faktisch gibt es allerdings nicht sehr viele Browserhersteller, d.h. man verschiebt die Macht noch weiter zu ein paar großen weltweit agierenden Konzernen. Wenn Webseitenbetreiber individuell nach Einwilligungen fragen können, haben sie mitunter auch mehr Möglichkeiten, diese einzuholen (zB auch aufgrund von Incentives, wie Rabatte bei Bestellungen oÄ).

Im Grunde wird aber die 3rd-Party-Cookie Technologie aber ohnehin von den meisten Expert:innen bereits als beendet erklärt. Vermutlich wird diese Technologie in den nächsten paar Jahren nicht mehr bestehen (vgl auch Google Privacy Sandbox uÄ).

#### **6. Ist bereits das serverseitige Zählen von Zugriffen auf Seiten eine Art des Webtrackings?**

Im Grund ist auch das bereits eine Form von Abfragen von Informationen aus dem Endgerät der Nutzer:innen. In manchen Fällen lassen die Aufsichtsbehörden eine derartige Analyse jedoch zu, vgl die deutsche Datenschutzkonferenz (vgl [https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20221205\\_oh\\_Telemedien\\_2021\\_Version\\_1\\_1\\_Vorlage\\_104\\_DSK\\_final.pdf](https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20221205_oh_Telemedien_2021_Version_1_1_Vorlage_104_DSK_final.pdf)):

- Reichweitenanalyse durch **lokale Logfile-Analyse**
- Verzicht **Drittanbieter**-Dienste
- Datensparsame Konfiguration (Grundsatz der **Datenminimierung**)
- **Kein Zusammenführen** von Nutzungsdaten (zB mehrere Anbieter / mehrere Geräte)
- **Keine Verwendung** der zur Wiedererkennung des Nutzenden erlangten Informationen für andere Zwecke
- Ausführung in der **Datenschutzerklärung**, welche einfach und rasch auf jeder Unterseite der Webseite erreicht werden kann (bspw. unter einem Button „Datenschutzerklärung“ oÄ).

#### **7. Gilt auch ein klassisches (postalisches) Direct Mailing als "Cold Calling"?**

Postalische, nicht elektronische, Zustellungen gelten nicht als unerbetene Kommunikation (iSd § 174 TKG 2021). Achtung: Aber auch postalische Zustellung sollte in Maßen durchgeführt werden.

#### **8. Wie kann man Adobe Fonts rechtskonform verwenden? Adobe Typekit funktioniert ausschließlich mit einem CDN und kann technisch nicht so einfach wie Google Fonts lokal eingebettet werden. Fällt das Laden von Schriftarten von einem Drittstaatsenserver (Adobe) unter technisch essentielle Einbindung oder benötigt es ein Opt-In?**

Das Laden der Schriften selbst kann mE als technisch notwendig interpretiert werden, ABER das betrifft nur das technische Laden selbst. Wenn Drittstaaten involviert sind, müsste hier explizit extra geprüft werden, ob dieser Datentransfer erlaubt ist oder nicht - eine völlig andere Frage. Da Adobe leider mit Servern in den USA kommuniziert, demnach die IP-Adresse beim Laden der Schriften bereits erhoben und weitergereicht wird, kann ich noch nicht beurteilen, ob dies DSGVO-konform ist. Wir müssen dazu die Entscheidung der Datenschutzbehörde zu Google Fonts abwarten, welche ähnlich funktionieren, sofern nicht lokal heruntergeladen.

#### **9. Frage zur Anonymisierung: Warum werden nicht einfach die Internetanbieter gezwungen einen Vertrag mit den Kunden zu schließen, niemals (außer zur Leistungserfüllung) die Verbindung von IP Adresse zu Kunden herzustellen? Würde das nicht viele Probleme lösen?**

Adressierung im Internet funktioniert über die IP-Adresse. Auch die Pseudo- oder Anonymisierung der Adresse funktioniert daher in vielen Fällen schlichtweg nicht. Eine Weitergabe der IP-Adresse ohne Notwendigkeit regelt ohnehin bereits die DSGVO (und ist unzulässig, wenn nicht durch besondere Gründe gerechtfertigt, zB Weitergabe IP Adresse in die USA - Rechtfertigung möglicherweise im Vertrag oder durch Einwilligung).

#### **10. Frage zu Cookieblocker: Was halten Sie von IAB TCF 2.0. Wenn ich das richtig sehe ist es ein "privater" Standard.**

Das Transparency and Consent Framework 2.0 des Interactive Advertising Bureau (IAB) war bislang ein Marktstandard, keine gesetzliche Regelung. Eine belgische Aufsichtsbehörde befand das Framework jetzt für unzulässig. Das IAB Europe arbeitet momentan an einer Lösung des Problems und ist in Kontakt mit der belgischen Aufsichtsbehörde.

#### **11. Darf ich nur nach persönlichem Kontakt per E-Mail/Telefon/Social Media mit anderen Unternehmen Kontakt aufnehmen? Oder gibt es irgendeine andere saubere Variante?**

Es muss eine vorherige Einwilligung für die elektronische Kontaktaufnahme vorliegen. Etwaig gibt es Plattformen, die eine solche Kontaktaufnahme gewährleisten (zB Kooperationsplattformen oÄ). Achten Sie da bitte auf die jeweiligen Nutzungsbedingungen, oftmals sind Verkaufsangebote oÄ nämlich ausgeschlossen.

**12. Könnten Sie einige problematische Tools nennen - wie sieht es z. B. mit Mailchimp aus?**  
Es gibt keine Blacklist von Tools - davon halte ich persönlich auch nichts, da alle Anbieter naturgemäß darauf erpicht sind, ihre Dienstleistungen auch DSGVO-konform anzubieten. Man sollte ein Auge auf jene Unternehmen werfen, deren Sitze in den USA oder sonstigen datenschutzrechtlich problematischen Drittstaaten liegen und - bestenfalls - eher Anbieter aus der EU oder sicheren Drittstaaten wählen.

**13. Drittlandtransfer mit Grundlage Art. 49? Ausdrückliche Einwilligung? Obwohl eben NICHT gelegentlich? Eine normale Einwilligung würde ja nicht reichen. z.B. Facebook Pixel.**  
Um rechtskonform Informationen am Endgerät der Nutzer:innen abzulegen oder auf diese zuzugreifen (wie beim Facebook Pixel) ist (nach § 165 TKG 2021) eine Information an die Nutzer:innen und eine Einwilligung nötig - das betrifft nur das Setzen des Tools selbst (1. Ebene: Darf ich das Tool überhaupt einsetzen?).

Wenn noch ein internationaler Datentransfer in ein unsicheres Drittland hinzukommt, muss darüber ebenfalls informiert werden und kann dieser Transfer evtl. mit einer zusätzlichen Einwilligung gerechtfertigt werden (2. Ebene: Darf ich Daten durch das Tool in die USA übermitteln?).

Diese 2. Einwilligung betrifft eben nur den Transfer. Das ist laut dem Europäischen Datenschutzausschuss (EDSA) lediglich als „Ausnahmen für bestimmte Fälle“ anwendbar. Der EDSA sieht das kritisch, weshalb die Einwilligungslösung riskant ist. Es gibt aber noch keine Entscheidung zu diesem Thema, dh es kann aus derzeitiger Sicht zumindest argumentiert werden. Einige Unternehmen sind auf diese Variante umgestiegen, sich des Risikos aber bewusst.

**14. Matomo nicht einwilligungspflichtig wenn ich es auf dem EIGENEN Server betreibe?**  
So einfach ist es leider nicht. Im Grund ist auch das bereits eine Form von Abfragen von Informationen aus dem Endgerät der Nutzer:innen. In manchen Fällen lassen die Aufsichtsbehörden eine derartige Analyse jedoch zu, vgl die deutsche Datenschutzkonferenz (vgl [https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20221205\\_oh\\_Telemedien\\_2021\\_Version\\_1\\_1\\_Vorlage\\_104\\_DSK\\_final.pdf](https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20221205_oh_Telemedien_2021_Version_1_1_Vorlage_104_DSK_final.pdf)):

- Reichweitenanalyse durch **lokale Logfile-Analyse**
- Verzicht **Drittanbieter**-Dienste
- Datensparsame Konfiguration (Grundsatz der **Datenminimierung**)
- **Kein Zusammenführen** von Nutzungsdaten (zB mehrere Anbieter / mehrere Geräte)
- **Keine Verwendung** der zur Wiedererkennung des Nutzenden erlangten Informationen für andere Zwecke
- in der **Datenschutzerklärung**, welche einfach und rasch auf jeder Unterseite der Webseite erreicht werden kann (bspw. unter einem Button „Datenschutzerklärung“ oÄ).

Ob Matomo völlig ohne Einwilligung verwendet werden kann, ist noch nicht Gegenstand eines Verfahrens bei einer Aufsichtsbehörde gewesen.

**15. Wie sieht es mit dem Kontaktieren von Personen mit elektronischer Werbung aus, mit denen eine Geschäftsbeziehung besteht (bspw. Business-Partner/Sponsoren, keine Kund:innen)?**

Es kann hier möglicherweise mit der Stammkunden-Ausnahme argumentiert werden (vgl den Foliensatz zum Newsletter-Versand).

**16. Muss ich für technisch notwendige Cookies eine Information mittels Cookie Banner schalten oder reicht der Hinweis in der Datenschutzerklärung?**

Nach derzeitiger Sicht (so auch die FAQ der Datenschutzbehörde) reicht ein Ausweisen in der jederzeit einfach abrufbaren Datenschutzerklärung.

**17. Wie ist es mit Umfragen nach dem Online-Kauf (also nicht Werbung für Produkte). Auf welcher rechtlichen Basis darf eine automatisierte Kontaktaufnahme per Mail nach Online Kauf erfolgen, um die Zufriedenheit mit einem Produkt/Veranstaltung/Besuch abzufragen? Benötige ich dafür vorab Einwilligung (mit double Optin) oder fällt das unter berechtigtes Interesse? In wie weit ist das TKG zu berücksichtigen?**

Es könnte unter „Markt- und Meinungsforschung“ fallen oder man kann mit der Stammkundenausnahme argumentieren. Beachtet werden muss, keine Werbung für andere Produkte zu integrieren.

**18. Aber gibt es dann überhaupt anonymisierte Daten? Denn irgendeine Stelle muss diese ja anonymisieren.**

Anonymisierte oder anonyme Daten gibt es. Es gibt unterschiedliche Meinungen, ob der Vorgang des Anonymisierens als Verarbeitung personenbezogener Daten gilt oder nicht. Jedenfalls klar ist: Wenn Daten so bearbeitet wurden, dass der Personenbezug nicht mehr herstellbar ist (mit vertretbaren Mitteln), so spricht man von anonymisierte oder anonyme Daten.

**19. Der Cookiebanner selbst setzt ja auch bereits vor Einwilligung einen Cookie über diese Speicherung. Ist das legitim? Und wie lange darf diese Einstellung zum Cookiebanner Cookie gespeichert werden, bevor der Cookiebanner wieder gezeigt werden muss?**

Da es sich um eine technische Notwendigkeit handelt, um die Einwilligung der Nutzer:in zuordnen und die Einwilligung nachweisen zu können, geht man von einer Notwendigkeit aus. Im Moment bestehen noch keine Regelungen über die Verfristung einer Einwilligung - d.h. eine einmal gegebene Einwilligung wirkt, solange sie widerrufen wird. Der Widerruf muss allerdings jederzeit (durch einfaches Betätigen eines Buttons) möglich sein.

**20. Darf ich Flyer zur Eigenwerbung einfach direkt in Briefkästen werfen?**

Solange keine Kennzeichnung für ein Verbot unadressierter Werbung angebracht wird, spricht nichts dagegen.

**21. Darf ich Firmen per E-Mail eine Anfrage zur beruflichen Kooperation per E-Mail senden oder nur per Post?**

Die elektronische Kontaktaufnahme zu Werbezwecken (wie auch Kooperationsanfragen) fällt unter das TKG und muss daher eine Einwilligung vom Empfänger vorliegen. Postalische Anfragen sind im normalen Ausmaß zulässig.

**22. Kaltaquise über Social Media Nachrichten ist allerdings in Ordnung? LinkedIn, Instagram, Facebook?**

Social Media ist kein rechtsfreier Raum, also gelten auch hier die Regelungen über elektronische Kontaktaufnahme nach dem TKG. Solange die Plattform die Kontaktaufnahme nicht explizit freigestellt hat und die Nutzer:innen dem zugestimmt haben, ist auch hier eine direkte Kontaktaufnahme zu Werbezwecken nicht erlaubt.

**23. Wie ist es wenn ich den Kunden per Mail um seine Zufriedenheit mit dem gekauften Produkt frage und gleichzeitig um eine Bewertung z.B. auf Google frage?**

Es könnte unter „Markt- und Meinungsforschung“ fallen oder man kann mit der Stammkundenausnahme argumentieren. Beachtet werden muss, keine Werbung für andere Produkte zu integrieren.

**24. Kaltaquise über Brief ist erlaubt?**

In einem angemessenen Ausmaß ja. Nicht auf die Datenschutzerklärung inkl. Verweis auf das jederzeitige Widerspruchsrecht vergessen!

**25. Ist es noch Kaltaquise, wenn man zuerst einen Brief schickt und dann per Telefon/EMail nachfolgt, da bereits ein Erstkontakt statt fand?**

Erstkontakt ist irrelevant. Es muss eine Zustimmung oder ein Kauf einer Dienstleistung / Ware (= Stammkundenausnahme) vorliegen.