

BGH-Urteil Cookie-Einwilligung – Nutzer-Zustimmung erforderlich

BGH-Urteil Cookie-Einwilligung – was sich jetzt ändert

Cookies setzen – das geht jetzt nicht mehr ohne die aktive Zustimmung des Users. Vorausgefüllte Kästchen und auch das früher übliche Opt-out-Verfahren dürfen nicht mehr verwendet werden. Das entschied der Bundesgerichtshof (BGH) in seinem Urteil vom 28.05.2020 zum Thema Cookie Management und gab damit der Verbraucherzentrale Bundesverband (kurz: vzbv) Recht. Demnach muss jetzt zwingend eine explizite Einwilligung für das Platzieren von Cookies seitens der Website-Besucher vorliegen.

Wieso sind Cookies so wichtig im Online-Bereich?

Mit dem BGH-Urteil (Az. I ZR 7/16, "Cookie-Einwilligung II") müssen sich die Betreiber von Websites auf eine neue Situation einstellen. Bislang nutzten viele Webseiten quasi ungefragt die Möglichkeiten und Vorteile von Cookies aus. Die Textdateien (Cookies), die beim Aufrufen von Websites auf dem Rechner des jeweiligen Users abgelegt werden, speichern Daten zum Besuch der jeweiligen Website.

Und genau diese Informationen helfen letztendlich dabei, die Benutzerfreundlichkeit für jeden einzelnen Besucher zu optimieren. Cookies agieren als Gedächtnis für eine Internet-Präsenz. Sie merken sich zum Beispiel vom User genutzte Spracheinstellungen. Dies generiert im Grunde genommen nützliche Aspekte sowohl für den Website-Betreiber als auch für den Nutzer.

Was bemängeln die Datenschützer am Cookie-Einsatz?

Datenschützer bewerten das Setzen von Cookies demgegenüber seit jeher kritisch. Sie prangern an, dass die Website-Betreiber Cookies auch nutzen, um Relevanzen beim Surfverhalten aufzuzeichnen. Das ermöglicht das Einblenden von personalisierter Werbung oder auch individualisierte Marketingaktionen. Kritisch betrachtet werden dabei vor allem gezielt eingesetzte Tracking- und Targeting-Cookies.

Unterscheiden müssen Sie hierbei zwischen den zeitlich begrenzt gespeicherten Session Cookies und den persistenten Cookies. Erstere stellen auch für Datenschützer kein Problem dar. Ihnen geht es um

die Cookies, die personenbezogene Daten und Verhaltensweisen beim Surfen auskundschaften und speichern. Auf diese Weise erhalten die Werbetreibenden Informationen über Vorlieben, Bedürfnisse und Handlungsmuster der User. Auf Basis der zusammengetragenen Daten können dann detaillierte Nutzerprofile erstellt werden.

Worauf müssen sich Betreiber jetzt einstellen?

Durch das bereits in Kraft getretene BGH-Urteil sind Website-Betreiber jetzt in der Pflicht, die neuen Vorschriften gesetzeskonform umzusetzen. Es gilt zum einen, via Cookie-Banner die Zustimmung der Besucher für das Setzen von Cookies einzuholen. Zum anderen aber benötigen Sie exakten Überblick über die auf Ihrer Seite genutzten Skripte und welche Cookies von ihnen in welchem Bereich gesetzt werden.

Diese Webseite verwendet Cookies

Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu Ihrer Verwendung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter. Unsere Partner führen diese Informationen möglicherweise mit weiteren Daten zusammen, die Sie ihnen bereitgestellt haben oder die sie im Rahmen Ihrer Nutzung der Dienste gesammelt haben.

Nur notwendige Cookies

Auswahl erlauben

Cookies zulassen

<input checked="" type="checkbox"/> Notwendig	<input type="checkbox"/> Präferenzen	<input type="checkbox"/> Statistiken	<input type="checkbox"/> Marketing	Details zeigen ▼
---	--------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------------	------------------

Dies sind die wichtigsten Änderungen:

- Ohne explizite Einwilligung der Besucher Ihrer Webseite dürfen keine Cookies mehr gesetzt werden. Im Fokus stehen dabei in erster Linie die nicht-technischen Cookies. Zu diesen zählen zum Beispiel die Tracking-Cookies von Facebook, Google Analytics und ähnlichen Tools bzw. Methoden.
- Vorgekreuzte Checkboxes, eingebettet in ein Cookie-Banner, waren lange Zeit nahezu Standard. Das reicht laut des BGH-Urteils jetzt mehr aus. Jeder Website-Besucher wählt jetzt direkt selber aus, ob er respektive welche Cookies er erlaubt. Platz für Interpretationen bleibt diesbezüglich nicht. Es dürfen auch nicht mehr lediglich Hinweise angeboten werden, wie es in der Vergangenheit in der Praxis üblich

war. Das stellt ebenfalls keine ausreichende Zustimmung für das Setzen von Cookies dar.

– Der Website-Betreiber muss technisch gewährleisten, dass erst dann Cookies platziert werden, wenn die explizite Einwilligung des Nutzers vorliegt. Solange das Cookie-Banner unbeantwortet bleibt, sind Cookies konsequent zu blockieren.

Diese Herausforderung kommt auf Website-Betreiber zu:

– Das eigene Cookie Management muss jetzt zwingend professionalisiert werden, um Transparenz und Kontrolle rundum das Setzen von Cookies zu erhalten. Dies stellt die Basis dar, um Entscheidungen und Einstellungen auf die durch das BGH-Urteil generierten Vorschriften auszurichten.

Empfehlung: Professionalisieren Sie Ihr Cookie Management

Neben den Änderungen aufgrund des BGH-Urteils müssen sich Website-Betreiber beim Thema Cookies zusätzlich beispielsweise auch mit der Cookie-Richtlinie der Europäischen Union oder auch der e-Privacy-Verordnung auseinandersetzen. Wer bei der Vielfalt ein Fehler beim Setzen von Cookies begeht, dem drohen mitunter empfindliche Bußgelder. Denn eins machen alle Gesetze, Verordnungen und Richtlinien deutlich: Jede einzelne Website ist verpflichtet, den Schutz der Privatsphäre der Besucher zu respektieren und zu schützen.

Spezialisten wie zum Beispiel das Unternehmen [Cookiebot](#) unterstützen die Betreiber von Websites bei der Professionalisierung. Durch die Implementierung "intelligenter" Systeme und Tools erfolgt dann zum Beispiel die Cookie-Einwilligung stets konform zur Datenschutz-Grundverordnung (kurz: DSGVO, EU-Richtlinie, California Consumer Privacy Act (kurz: CCPA und e-Privacy (kurz: ePR)). Auch die Cookie-Überwachung und die Cookie-Kontrolle stehen hierbei für die Kernkompetenzen von Cookiebot.

Vertrauen schaffen und Reputation steigern

Ein transparenter und respektvoller Datenaustausch, dem der jeweilige Nutzer zugestimmt hat, in Verbindung mit strikter Einhaltung der Datenschutzgesetze, schafft beim Verbraucher Vertrauen und Seriosität. Gerade in Zeiten, in denen das Erfassen von Nutzerdaten und Verhaltensweisen im Business allgegenwärtig ist, vielen Nutzern aber selbst bitter aufstößt, stellt ein professionelles Cookie Management einen wesentlichen Erfolgsgaranten dar.