

LEITFADEN WEBSEITEN- & KAMPAGNEN-TRACKING AB 2023

Für Rückfragen:

Giancarlo Palmisani

SWICO

Leiter Verbandsdienstleistungen

Direkt: +41 44 446 90 85

Welche Konsequenzen haben die Einstellung von Google Universal Analytics sowie das Tracking ohne Cookies für Schweizer Webseitenbetreiber? Welcher Handlungsbedarf besteht für eine nahtlose Umstellung auf ein neues Tracking Tool?

Der vorliegende Leitfaden soll diese und andere Fragen zum Webseiten- und Kampagnen-Tracking beantworten und Betreibern von Webseiten beim Wechsel des Tracking-Tools unterstützen.

1 Ausgangslage

Google Universal Analytics wird im Sommer 2023 eingestellt und durch Google Analytics 4 (GA4) abgelöst. Betreiber von Webseiten müssen ihr Tracking mit einem neuen Tool folglich neu aufbauen und mit neuen Datenauswertungen vertraut werden.

Deshalb bietet es sich an, die Evaluation eines Tracking-Tools vorzunehmen, das die Tracking Anforderungen erfüllt und «actionable» Daten bereitstellt. Tracking Tools wie fusedeck.com aus der Schweiz oder etracker.com aus Deutschland stellen Alternativen zu Google Analytics dar. Im Gegensatz zum kostenfreien Google Analytics, sind Alternativ-Tools, jedoch kostenpflichtig.

2 Ein Tracking Tool Wechsel ist unumgänglich

Für Webseitenbetreiber, welche zur Zeit das Zugriffs- und Nutzerverhalten auf der Webseite mit Google Universal Analytics auswerten, ist ein Wechsel zu einem neuen Tool unumgänglich. Ansonsten liegen spätestens ab Sommer 2023 keine Auswertungen mehr vor.

Demzufolge ist jetzt der richtige Zeitpunkt, um ein passendes Tool für das künftige Tracking der Webseiten-Nutzung zu evaluieren. Da die DSGVO und die ePrivacy Richtlinien das Webseiten-Tracking massgeblich verändert haben, ist auch der Datenschutzaspekt in die Evaluation mit einzubeziehen. Neben den grossen US-Anbietern sollten bei der Evaluation deshalb auch die ebenbürtigen Tools aus dem EU-Raum und der Schweiz berücksichtigt werden.

3 Evaluationen eines Tracking Tools

Die individuellen Anforderungen an ein Tracking können je nach Bedarf unterschiedlich sein. U.a. sind die unten aufgeführten Punkte zu beachten:

3.1 Datenschutz

– **Welchem Rechtsraum ist der Tool-Anbieter unterstellt?**

In einem aus Sicht der DSGVO unsicheren Drittland oder nicht? Hintergrund: Beim Transfer von personenbezogenen Daten (z.B. IP Adresse) an einen Anbieter aus einem unsicheren Drittland (z.B. USA) muss anhand einer Kombination von zusätzlichen rechtlichen und organisatorisch-technischen Massnahmen ein angemessener Datenschutz sichergestellt werden. Dabei spielt es keine Rolle, wo der Anbieter die Daten speichert oder ob die Vereinbarung mit einer EU-Tochter der US-Mutter abgeschlossen wird.

– **Wird ein Auftragsdatenverarbeitungsvertrag angeboten?**

Der Auftragsdatenverarbeitungsvertrag ist unter der DSGVO und dem neuen Schweizer Datenschutzgesetz Pflicht. Es empfiehlt sich somit, einen Anbieter zu wählen, der die Möglichkeit eines Auftragsdatenverarbeitungsvertrages vorsieht.

3.2 Consent-freies Tracking

– **Ist das Tracking ohne User Consent möglich?**

Offeriert das Tool das Messen des Traffics ohne User-Consent (Cookieless Tracking)? Ohne diese Funktion werden bis zu 70% der Daten zur Webseiten-Nutzung nicht erfasst, womit eine solide Entscheidungsbasis fehlt. Es ist somit ein Tool zu bevorzugen, welches das Tracking auch ohne User Consent ermöglicht.

3.3 Data Ownership

– **Gehören die erfassten Nutzungsdaten ausschliesslich dem Webseitenbetreiber?**

Werden die auf der Webseite erhobenen Daten vom Tool-Anbieter zu eigenen Zwecken weiterverarbeitet (z.B. in Form von Targeting weiterverkauft)? Oder sind die Daten ausschliesslich im Besitz des Webseitenbetreibers?

3.4 Tracking-Funktionen

Die Anforderungen an die Tracking-Funktionen hängen vom Bedarf des Webseitenbetreibers ab. Diese essentiellen Funktionen/Features erachten wir auf jeden Fall für empfehlenswert:

- Event- und Tag-Management
- Custom Events
- Consent-Management
- Data-Layer
- Analytics (Auswertung der Daten)
- Campaign Tracking
- Datenaktivierung auf Drittplattformen wie Facebook, Twitter etc. (Audiences Management, Server-to-Server)
- Bereitstellen von Rohdaten für weitere Auswertungen
- Datenexport für die Weiterverarbeitung

3.5 Rohdaten / API

Sollen die generierten Daten automatisiert in Drittplattformen weiterverarbeitet werden, ist der Zugriff auf die Rohdaten per API unumgänglich. Das Tool sollte entsprechende Endpoint anbieten.

4 Einfluss des Schweizer Datenschutzgesetzes und der DSGVO auf das Webseiten Tracking

4.1 Was gibt das Schweizer Datenschutzgesetz vor?

In der Schweiz besteht seit 2007 in Art. 45c lit. b des Fernmeldegesetzes (FMG) eine eigene Cookie-Regelung für Webseitenbetreiber. Sie ist im Vergleich zur EU-Cookie-Richtlinie und zur DSGVO deutlich weniger restriktiv. Eine explizite Einwilligung ist in der Regel nicht erforderlich.

Das revidierte Datenschutzgesetz, welches im September 2023 in Kraft treten wird, zeigt sich deutlich liberaler und wirtschaftsfreundlicher als die DSGVO. Grundsätzlich ist das komplette Prinzip umgekehrt, was nicht explizit verboten ist, ist erlaubt. Eine explizite Einwilligung ist daher auch nach dem revidierten Datenschutzgesetz nicht erforderlich. Neu greift eine verschärfte Informationspflicht (Art. 19 revDSG). Demnach müssen betroffene Personen vorab über die beabsichtigte Datenbearbeitung informiert werden. Die Informationspflicht umfasst im Wesentlichen Angaben über die Bearbeitungszwecke, die verantwortliche Person der Datenbearbeitung sowie über die Empfänger bei Übermittlung von Daten und auch über eine Übermittlung ins Ausland (inkl. Information über die Rechtsgrundlage für Exporte in unsichere Länder) sowie das Ablehnungsrecht. Die entsprechende Information erfolgt in der Regel über die Datenschutzerklärung.

Rein auf die Schweiz bezogen genügt weiterhin in der Regel ein entsprechender Hinweis in der Datenschutzerklärung und die Möglichkeit eines «Opt-Out». Ein separates Cookie-Banner braucht es nicht.

4.2 Bei Aktivitäten im EWR Raum gilt die DSGVO

Schweizer Webseiten, die im EWR ein Produkt, eine Dienstleistung, gegen Bezahlung oder kostenfrei anbieten, müssen den EWR Traffic gegenüber dem Schweizer Traffic unterschiedlich behandeln: Von den Besuchern aus dem EWR Raum ist eine Einwilligung für das Speichern oder Auslesen von Cookies, die nicht technisch notwendig für den Betrieb der Webseite sind, einzuholen.

5 Umgehen von Tracking Ungenauigkeiten aufgrund Cookie Banners

- Durch die technischen und rechtlichen Regulierungen entsteht ein hoher Datenverlust (rund 70 % der Webseiten Nutzer verweigern die Cookies).
- Dieser Datenverlust lässt sich durch Cookieless Tracking stoppen.
- Das Tracking kann auf die eigene Domain übertragen werden, damit das Tracking Script nicht durch Adblocker geblockt wird.

6 Anforderungen an ein State of the Art Tracking Tool (2022)

- **Erkennen des Herkunftslandes des Webseitenbesuchers**
Ein zeitgemässes Webseiten Tracking Tool erkennt das Herkunftsland des Besuchers automatisch und kennt die rechtlichen Anforderungen des Herkunftslandes. Es wählt automatisch den richtigen Tracking Typ aus und entscheidet, ob vom Besucher ein Consent (Einwilligung zum Tracking) eingeholt werden muss oder nicht.
- **‘Cookieless Session Tracking’**
Das Tool sollte die Möglichkeit offen lassen, vor dem User Consent mit dem Tracking zu beginnen, um eine möglichst breite Datenbasis zu gewährleisten (Consent-freies Tracking).

7 Anforderungen an das ‘Cookieless Session Tracking’

Bei dieser Tracking Form sind folgende Anforderungen zu beachten:

- **Cookies dürfen nicht gespeichert oder gelesen werden**
Das Tracking darf nicht auf zuvor gespeicherte Daten zugreifen
- **Kein Verarbeiten von personenbezogenen Daten**
- **Kein Verarbeiten von Daten durch Anbieter aus unsicheren Drittländern (z.B. USA)**
- **Kein Zusammenführen von Daten von unterschiedlichen Webseiten durch den Tool Anbieter**

- **Kein Verwenden oder Veräussern von Daten durch Tool-Anbieter zu eigenen Zwecken**
- **Der Webseitenbetreiber ist Alleineigentümer der erhobenen Daten**

8 Worin unterscheidet sich die Aussagekraft der Daten ab 2023

Die mit der DSGVO konformen Tools bieten die Möglichkeit des 'Consent Trackings', d.h. des Trackings nach der Zustimmung des Webseiten Besuchers über einen Cookie Banner an. Ein Teil der Tools ermöglicht das 'Cookieless Tracking', das bereits vor dem User Consent einsetzt.

8.1 'Cookieless Tracking' weitgehend mit 'Cookie basierten Tracking' vergleichbar

- Die User ID wird anstelle eines Cookie auf dem Tracking Server gespeichert
- Das 'Cookieless Tracking' speichert Sessions, Pageviews und Events ohne einen User-Datensatz. Aussagen zu Returning Users sind nicht möglich
- Beim Consent im Verlauf des Webseiten Besuchs, wechselt das Tracking Tool auf ein Cookie-basiertes Tracking

9 Wie bereiten sich Unternehmen heute auf den Tracking Wechsel im Sommer 2023 vor?

9.1 Erkennen der Bedürfnisse

Webseitenbetreiber sollten sich frühzeitig Gedanken zum Tracking Setup ab Sommer 2023 machen und entsprechend handeln. In einem ersten Schritt sind die Tracking Anforderungen zu bestimmen, um Tracking Tools zu prüfen, die diese erfüllen.

9.2 Möglichst bald das neue Tracking Tool aktivieren

Mit dem Aktivieren des neuen Tools sollte nicht bis zur letzten Minute zugewartet werden, da eine gewisse Einarbeitungszeit notwendig ist.

9.3 Vergleichen der Daten der Tools

Bis zum Sommer 2023 stehen die Google Universal Analytics Daten (UA) zur Verfügung. Der Vergleich der UA Daten mit denen des neuen Tools eröffnet womöglich interessante Insights.

10 Anforderungen an Cookie Banner im EWR Raum

Die Anforderungen an einen Cookie Banner fallen hoch aus:

- Korrektes und verständliches Informieren des Besuchers über die Verwendung seiner Daten
- Freiwillige und aktive Zustimmung des Besuchers zum Tracking
- Das Ablehnen des Trackings ist genauso einfach wie das Akzeptieren (kein Nudging)
- Die Tracking Einwilligung kann jederzeit und auf einfache Weise widerrufen werden
- Die Einwilligung muss separat von anderen Erklärungen – bspw. der Zustimmung zu den AGB eines Online-Shops – abgegeben werden können
- Generell gilt, dass der User verstehen muss, wofür er seine Tracking-Einwilligung gibt und welche Tragweite seine Einwilligung hat. Sollte der User nicht verstehen, wofür er seine Einwilligung gibt, ist die Einwilligung ungültig

11 Weiterführende Links

- Antworten auf Fragen zur Migration von Universal Analytics zu Google Analytics 4 [<https://support.google.com/analytics/#topic=10737980>]

- Step by Step Guideline für den Wechsel von Google Universal auf Google Analytics 4
[\[https://support.google.com/analytics/answer/10759417?hl=de\]](https://support.google.com/analytics/answer/10759417?hl=de)
- Vertiefte Informationen zu Google Analytics 4
[\[https://marketingplatformacademy.withgoogle.com/events/new-ga4-paradigm\]](https://marketingplatformacademy.withgoogle.com/events/new-ga4-paradigm)
- How to legally use Google Analytics in Europe von Vischer AG
<https://www.vischer.com/en/knowledge/blog/how-to-legally-use-google-analytics-in-europe-39512/>
- Warum kann fusedeck® auch ohne User-Consent eingesetzt werden?
<https://fusedeck.com/de/daten-datenschutz/>