

Datenschutzkonformer Umgang mit Cookies und Surfspuren: Neues Schober-Whitepaper hält wertvolles Fachwissen bereit

Cookies liefern Werbetreibenden wichtige Informationen über die Interessen und Vorlieben ihrer (potenziellen) Kunden und helfen bei der Erstellung hoch individualisierter Inhalte und Botschaften. Wie diese Datenspuren professionell gesetzt und datenschutzkonform ausgewertet werden, verrät das neue Whitepaper „Cookies und Surfspuren: Datenschutzkonformes Erheben von Nutzerverhalten im Web – nach deutschem Recht“ der Schober Information Group.

Ditzingen, 07. Oktober 2014__ Bei jedem Website-Besuch hinterlassen Online-User wertvolle Spuren im Netz: Wie lange sie eine Website angesehen haben, für welche Produkte und Dienstleistungen sie sich am stärksten interessieren oder welche Artikel final im Warenkorb landen. Genau dieses Detailwissen ist für werbetreibende Unternehmen Grundlage zur Erstellung und Auslieferung persönlich zugeschnittener

Werbung im Internet. Das Ziel: die Beziehung zu Bestandskunden stärken und bei potenziellen Kunden Interesse für einen Website-Besuch zu wecken. Dafür wird, ohne den Namen des Surfers festzuhalten, das Verhalten des „surfenden Geräts“ bei seinen Webaktivitäten in bestimmtem Umfang nachvollzogen. Das bekannteste und traditionelle Tool zur Erfassung solchen Surfverhaltens ist der „Cookie“. Diese werden zum Beispiel gesetzt, wenn ein User seine Log-In-Daten in einen geschützten Bereich eingibt, oder bestimmte Produkte anklickt.

In Deutschland ist der Umgang mit Online-Daten durch das Bundesdatenschutzgesetz und das Telemediengesetz (TMG) reglementiert. Bereits am 25. November 2009 beschlossen das Europäische Parlament und der Rat der Europäischen Union, die bestehende E-Privacy-Richtlinie (2002/58/EG) um neue Regelungen für Cookies zu ergänzen. Diese Anpassungen verschärfen vor allem die Voraussetzungen für das Setzen von Cookies, sie sehen insbesondere die Einwilligung des Users in die Speicherung von Cookies vor.

Bei vielen Unternehmen und Werbetreibenden aber herrscht aufgrund der deutschen und europäischen Gesetzesvorgaben mitunter große Unsicherheit, was das professionelle Setzen von Cookies und das Verwenden von Trackingtools angeht. Das neue Whitepaper der Schober Information Group Deutschland schafft Abhilfe und macht Unternehmen fit für den richtigen Umgang mit Cookies und Surfspuren. Gemeinsam mit Rechtsanwalt Dr. Philipp Kramer (Gliss & Kramer), seit dem Jahr 2000 auf Datenschutzrecht spezialisierter Rechtsanwalt, ist ein neuer Praxisleitfaden entstanden, der Marketingverantwortliche mit den wichtigsten Grundlagen rund

um das datenschutzkonforme Erheben von Nutzerverhalten im Netz vertraut macht – angefangen beim Einsatz und dem Nutzen von Tracking bis hin zur werblichen Verwendung erhobener und anonymisierter, nicht personenbezogener Daten.

Das Whitepaper „Cookies und Surfspuren: Datenschutzkonformes Erheben von Nutzerverhalten im Web – nach deutschem Recht“ bringt das juristische Fachwissen in einen Praxisbezug und erklärt anschaulich und leicht verständlich die rechtlichen Möglichkeiten und Grenzen beim Erfassen digitaler Surfspuren. Zudem erhalten Marketingverantwortliche Tipps zur transparenten und datenschutzkonformen Erhebung ihrer Daten an die Hand sowie wichtiges Hintergrundwissen, etwa zur Abgrenzung verschiedener Cookie-Arten oder deren Anonymisierung.

Bereits 2013 hat Schober die Whitepaper-Reihe zum Thema „Datenschutz“ ins Leben gerufen, um Kunden und Interessenten stärker für den richtigen Umgang mit Daten zu sensibilisieren. Vor allem für die Erfassung, Verarbeitung und die damit einhergehende Nutzung von Online- und Offline-Daten gilt die strengste Einhaltung deutscher Datenschutzgesetze und europäischer Datenschutzrichtlinien. Seit mehr als 60 Jahren beschäftigt sich die Schober Information Group mit innovativem Daten- und Informationsmanagement sowie der Entwicklung neuer datenschutzkonformer Datenverarbeitungstechnologien. So werden beispielsweise in der neuen Data Management Plattform, dem capaneo DataDriver, alle Online- und Offline-Informationen ausschließlich anonymisiert und in einem eigenen geschützten Bereich gesammelt, verknüpft und

weiterverarbeitet, sodass keinerlei Rückschlüsse auf persönliche Informationen und Daten gezogen werden können.

Das Whitepaper „Cookies und Surfspuren“ kann ab sofort kostenlos unter <http://www.schober.de/whitepaper-cookies> heruntergeladen werden.

Über die Schober Information Group Deutschland:

Die Schober Information Group Deutschland ist seit über 60 Jahren Europas führender Marketing-Service-Dienstleister. Sie unterstützt Kunden in über 40 Ländern mit Daten, Datenlösungen und Technologien bei der Marktbearbeitung - national und international.

Basis des Leistungsangebotes sind die jahrzehntelangen Erfahrungen im Adressen- und Daten-Management sowie das fundierte Methodenwissen in den Feldern Analytik, aCRM und Database-Marketing. Mit den neusten Technologien und dem Expertenwissen der Mitarbeiter schafft die Schober Information Group Deutschland so intelligente Multi-Channel-Lösungen, mit denen Unternehmen profitable Kundenbeziehungen aufbauen und erhalten können.

Weitere Informationen unter www.schober.de

Schober International:

Berlin · Bonn · London · Singapur
Stuttgart · Warschau · Zürich

Kontakt Unternehmen:

Stefanie Seybold,
Schober Information Group Deutschland GmbH
Tel.: 07156 304-242 Fax: 07156 304-576
presse@schober.de

Pressekontakt:

Kathrin Hamann, ELEMENT C
Tel.: 089 720 137-18 Fax: 089 720 137-10
schober@elementc.de

Schober Information Group
Deutschland GmbH
Max-Eyth-Str. 6-10
71254 Ditzingen/Stuttgart
Telefon 07156 304-0
Telefax 07156 304-576
E-Mail info@schober.de
Internet www.schober.de