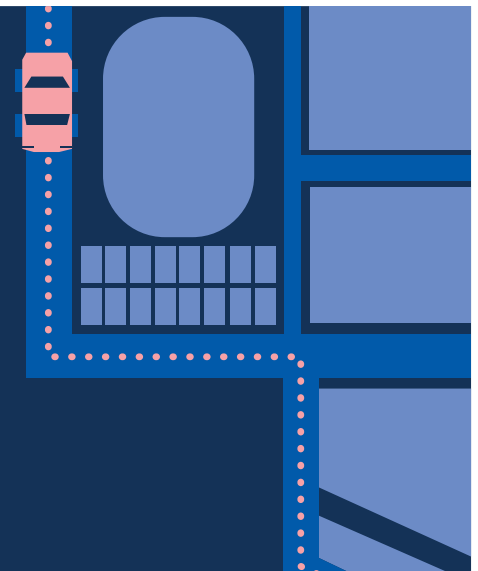


# TRACKING- TOOLS

Saint Elmo's Tourismusmarketing



## Was sind Tracking-Tools?

Mit Tracking-Tools können Informationen zur Nutzung (Traffic-Quellen, Nutzung der Unterseiten etc.) und den Nutzern (Geografie, Geräte etc.) der Website sowie zur Performance von Online-Kampagnen erhoben und ausgewertet werden.

Aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse können Websites optimiert und neue Marketing-Aktionen gestartet bzw. die Laufenden optimiert werden.

Der Marktführer im Bereich Tracking-Tools ist Google Analytics. Das Tool verfügt über einen großen Funktionsumfang, wird stetig weiterentwickelt und ist in der Basis-Version kostenlos. Aber: Durch die jüngsten Änderungen der Rechtslage in der EU ist das Tracking über Google Analytics im Umfang der Datenerfassung erheblich eingeschränkt.

## Rechtlicher Hintergrund

Die Datenerhebung erfordert konformes Handeln unter Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzbedingungen, welche sich in letzter Zeit zum Schutz der User und deren Daten geändert haben:

Die **Datenschutzgrundverordnung** (DSGVO) regelt die Verarbeitung von personenbezogenen Daten und damit, ob eine Einwilligung zum Tracking durch den User erforderlich ist. Als Konsequenz der Datenschutzgrundverordnung und nachfolgender Gerichtsurteile müssen User über die Weitergabe von personenbezogenen Daten an Dritte zum einen informiert werden und zum zweiten dieser Weitergabe explizit zustimmen.

Neben der Datenschutzgrundverordnung gilt es ebenso, die aktuell gültige **Cookie-Richtlinie** zu beachten. Gemäß dieser Richtlinie ist für den Einsatz von Cookies zur Erstellung von Nutzerprofilen zum Zwecke der Werbung oder Marktforschung die Einwilligung des Nutzers erforderlich. Dies wurde durch ein Urteil des BGH im Mai 2020 noch einmal klargestellt.

Zudem hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) das EU-US Privacy Shield Abkommen, welches die Übermittlung personenbezogener Daten von der EU in die USA regelte, am 16. Juli 2020 mit sofortiger Wirkung für ungültig erklärt („Schrems II“ Verfahren). Dieses Urteil betrifft alle Tools und Dienstleistungen von US-amerikanischen Unternehmen zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten. Dazu gehört u.a. auch Google Analytics.

Der Transfer zwischen der EU und den USA kann somit je nach Umgang mit personenbezogenen Daten riskant sein. Wir wissen noch nicht, wie viel riskanter es ist. Standardvertragsklauseln (SCC) und verbindliche Unternehmensregeln (BCR) erlauben zwar weiterhin den Transfer von Daten, aber die EU-Datenschutzbehörde (DPA) und Gerichte werden diese individuell bewerten. Einzelne Unternehmen sind nun einem höheren Risiko ausgesetzt, dass Verbraucher, Verbraucherrechtsgruppen und Datenschutzbehörden rechtliche Schritte gegen sie einleiten.

## Was sind die Alternativen?

Die dargestellten Entwicklungen bedeuten nicht, dass kein Tracking-Tool mehr eingesetzt werden und eine Datenerhebung erfolgen kann, sondern dass Alternativen zu Google Analytics nun attraktiver und damit zunehmend wichtiger werden.

Alternativen zu Google Analytics könnten ggf. auf dem eigenen Server oder einem Server in Deutschland betrieben werden. Die größte Differenzierung ist, dass diese Daten dann nicht vom Tracking-Anbieter selbst für Werbung (Retargeting, etc.) genutzt werden und auch nicht mit anderen Websites verknüpft sind. Somit kann mit einem „berechtigtem Interesse“ nach Art. 6.1 f der DSGVO argumentiert werden, dass die Daten ohne explizite Einwilligung verwendet werden können.

Die Anforderungen an das Tracking und das Reporting sind für jedes Unternehmen unterschiedlich. Umso bedeutsamer ist es deshalb, aus dem breiten Angebot an Tracking-Möglichkeiten die jeweils passende Tracking-Lösung auszuwählen.

Um diesen Entwicklungen gerecht zu werden und eine individuelle, rechtskonforme Lösung für Ihr Unternehmen zu finden, möchten wir Ihnen mit unserer Expertise bei der Auswahl und Implementierung zur Seite stehen.

## Was sind unsere Leistungen?

Wir verfügen über langjährige Erfahrung im Bereich Tracking, Analyse und Reporting.

### Konkrete Leistungen:

- \_ Analyse und darauf aufbauende Beratung, welches Tools bzw. welche Tool-Kombination passt am besten zu den bestehenden Anforderungen und Bedürfnissen?
- \_ Implementierung: Technische Installation und Konfiguration inkl. Einrichtung von Zielen, Filter, Datenschutz und eCommerce-Tracking
- \_ Laufende Analyse und Reporting inkl. Darstellung in individuell abgestimmten Dashboards

Der Aufwand ist abhängig von der Anzahl der Domains, der Komplexität der Kampagnen bzw. der Website(s), weshalb die Leistungen individuell an die Bedürfnisse des jeweiligen Kunden angepasst werden.

## Kontakt

Ansprechpartner:

**Dipl.Des. Olaf Nitz, BSc.**

Chief Data Officer

Mail: [o.nitz@saint-emos.com](mailto:o.nitz@saint-emos.com)

Mobil: +43 664 8413197

[www.saint-emos.com](http://www.saint-emos.com)



# SI ELMO'S

TOURISMUSMARKETING