

Positionspapier

Online-Handel schützen: Keine einseitige Cookie-Politik

Online-Händler nutzen seit jeher Cookies, also Textdateien, die auf dem Endgerät eines Website-Nutzers gespeichert werden. Diese ermöglichen es, eine reibungslose Erfahrung im Online-Shop zu gewährleisten, Warenkörbe und Spracheinstellungen zu speichern, aber auch Informationen über das Nutzerverhalten auf den Seiten zu erlangen, mit denen Angebote ausgewertet und verbessert werden können.

Am 1. Oktober urteilte der Europäische Gerichtshof (EuGH), dass das Setzen von technisch nicht notwendigen Cookies eine aktive Einwilligung des Webseitenbesuchers erfordert. Für die Betreiber von Internetseiten führt dieses Urteil zu großer Unsicherheit darüber, wie die aktive Einwilligung der Seitenbesucher eingeholt werden kann, wie ein Cookie-Banner auf der eigenen Seite auszusehen hat oder welche Informationen in der Datenschutzerklärung bereitgestellt werden müssen. Auch unter Juristen und Datenschutzexperten ist die konkrete Umsetzung des Urteils höchst umstritten.

Der Händlerbund e.V. fordert die Bundesregierung dazu auf, sich in Deutschland wie in Europa für klare und eindeutige rechtliche Rahmenbedingungen zur Nutzung von Tools, welche Cookies verwenden, einzusetzen und insbesondere die Interessen kleiner und mittelständischer Online-Händler bei der konkreten Umsetzung der europäischen Vorgaben zu berücksichtigen. Maßnahmen zur Stärkung der Verbraucherrechte im Rahmen des Datenschutzes müssen einhergehen mit einer sorgfältigen Abwägung ihrer wirtschaftlichen Auswirkungen für Online-Händler.

Herausforderungen für Online-Händler und Kunden berücksichtigen

Datenschutzbehörden aus 12 Bundesländern haben Mitte November nochmals ihre Rechtsauffassung bekräftigt, wonach die aktive Einwilligung für Analyse-Dienste wie z. B. Google Analytics nicht durch faktische Nutzung der Internetseite erteilt werden kann. Der Thüringer Landesbeauftragte für Datenschutz hat sogar schon eine Anhörung von Online-Händlern begonnen, obwohl die Anforderungen nicht geklärt sind. Das führt zu großen Herausforderungen für die Digitalbranche: Insbesondere Analyse-Dienste, die entsprechende Cookies setzen, sind nicht nur die Voraussetzung für zielgerichtete Werbeschaltung im Internet, sondern dienen auch der Messung von Reichweite und Effektivität von Anzeigen und Angeboten. Der Händlerbund e.V. befürchtet, dass gerade der Mittelstand durch eine einseitige Datenpolitik und eine strenge Umsetzung der Vorgaben in nicht hinnehmbarer Weise wirtschaftlich beeinträchtigt wird und im Wettbewerb mit außereuropäischen Konkurrenten in den Rückstand gerät. Die Auslegung der Datenschutzbehörden würde Unternehmen und den Online-Handel unverhältnismäßig einschränken und langfristig zu Problemen auf drei Ebenen führen:

1) Online-Händler werden Schwierigkeiten bekommen, ihre Shops bestmöglich an die Kundenbedürfnisse anzupassen. Erhöhen sich die Hürden, (nicht personenbezogene) Analyse-Cookies setzen zu kön-



nen, schwinden die Erkenntnisse über Kundenverhalten und -wünsche. Die Folge: Ratlose Händler, unzufriedene Kunden, drohende Umsatzeinbußen.

2) Unternehmer können nicht mehr zielgerichtet auswerten, ob ihre Werbung effektiv ist oder welche Konversionsraten erreicht werden. Sie können nicht mehr messen, wo es sich lohnt, Werbung zu schalten. Es wird mit erheblichen Problemen verbunden sein, gezielt die Konsumenten anzusprechen, die sich für konkrete Produkte interessieren. Ernsthafte Umsatzeinbußen sind dadurch zu befürchten. Ohne die Möglichkeit der Datenauswertung wird daher weniger Werbung gebucht werden. Das führt zusätzlich zu einer Gefährdung von Online-Unternehmern mit werbefinanzierten Geschäftsmodellen, beispielsweise Nachrichtenseiten oder Blogs.

3) Internetnutzer bekommen künftig unspezifische, willkürliche Online-Werbung angezeigt, die nicht für sie optimiert ist. Vielmehr erhalten sie uninteressante und pauschale Werbeanzeigen. Dies wird von Internetnutzern vor allem als störend und irritierend empfunden. Gleichzeitig führt die derzeitige Uneinheitlichkeit der Umsetzung der Cookie-Einwilligungen zu Verwirrung bei Seitenbesuchern, die im Internet mit vielen unterschiedlichen und teils widersprüchlichen Cookie-Bannern konfrontiert werden. Gerade dies verstärkt das Misstrauen der Internetnutzer, was zu Nachteilen für Online-Händler führt.

Die Politik darf den Online-Handel nicht vernachlässigen

Diese Probleme betreffen insbesondere kleine und mittelständische Online-Händler. Diese verfügen meist nicht über eigene Rechts- und IT-Expertise, um sich in ausreichender Weise mit der Umsetzung unklarer Cookie-Regelungen zu befassen. Außerdem sind hier kurzfristige Umsatzeinbußen oftmals nicht anderweitig ausgleichbar, so dass mitunter auch existenzgefährdende Einschränkungen für Online-Händler zu befürchten sind. Die bestehende Rechtsunsicherheit kostet derzeit viel Geld und Ressourcen und die Datenschutzbehörden fordern zwar viel, geben aber keine konkreten Lösungen an die Hand. Der Händlerbund e.V. fordert, dass die Bedürfnisse der kleinen und mittelständischen Online-Händler nicht aus dem Blick gelassen werden, sondern im Mittelpunkt der Debatte um eine nationale und europäische Neuregelung der Cookie-Bestimmungen stehen müssen. Diese Unternehmer verdienen klare und eindeutige rechtliche Rahmenbedingungen, die ihnen ermöglichen, ihr Geschäft effizient und rechtssicher betreiben zu können.

Es liegt nun an der Politik, solche ausgewogenen Rechtsgrundlagen zu schaffen und auszugestalten. Diese Regelungen müssen eine Arbeitsgrundlage für alle Beteiligten darstellen, die zu weniger Rechtsunsicherheiten führt und Datenschutz effizient mit Wirtschaftlichkeit verbindet. Dazu gehört nicht nur die Überarbeitung des Telemediengesetzes auf nationaler Ebene, sondern auch die geplante ePrivacy-Verordnung auf europäischer Ebene.

Der Händlerbund appelliert an die deutsche Regierung, sich für einen **in Europa einheitlichen und sicheren Rechtsrahmen** für die Nutzung von Cookies einzusetzen. Aus Sicht des Händlerbund e.V. sollte klar und eindeutig geregelt werden, dass **Cookies zur Website- und Traffic-Analyse als unbedingt erforderlich** gelten, „damit der Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft, der vom



Teilnehmer oder Nutzer ausdrücklich gewünscht wurde, diesen Dienst zur Verfügung stellen kann“. Zusätzlich sollte die aktive, faktische Nutzung einer Webseite eine wirksame **konkludente Einwilligung** zum Setzen notwendiger Cookies darstellen, wenn die Nutzer hierüber eindeutig und verständlich informiert werden.

Über den Händlerbund

Der Händlerbund ist ein 360° E-Commerce-Netzwerk, das gemeinsam mit seinen Service-Partnern und Mitgliedern die Professionalisierung von Händlern aus ganz Europa vorantreibt. Seit Gründung im Jahr 2008 in Leipzig setzt sich der Händlerbund aktiv für die Weiterentwicklung der gesamten Branche ein. Aufgrund der rasanten Entwicklung des E-Commerce wurde der Händlerbund in kürzester Zeit zu Europas größtem Onlinehandelsverband.

Kontakt

Händlerbund e.V.

Florian Seikel
Sprecher Public Affairs & Verbandswesen
florian.seikel@haendlerbund.de