

Was geht mit Cookies?

Opt-in, Opt-out – oder lieber gar keine Regelung? Die europäischen Länder handhaben die EU-Richtlinie in Sachen Cookies und Privacy unterschiedlich.

Von Britta Hinzpeter*

Seit dem 25. Mai 2011 schreibt die Europäische Union für alle Mitglieder ein einheitliches Rezept für Cookies vor. Mit diesem Tag ist die Frist abgelaufen, die für die Umsetzung der Richtlinie 2009/136/EG über den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation (auch „Cookie-Richtlinie“ oder „E-Privacy-Richtlinie“ genannt) in nationales Recht eingeräumt war. Doch nicht alle Länder haben sie schon umgesetzt.

Erlassen hat der europäische Gesetzgeber die Cookie-Richtlinie schon 2009. Sie bestimmt unter anderem Folgendes: Dienen die Cookies nicht dem alleinigen Zweck der Übertragung von Nachrichten über ein elektronisches Kommunikationsnetz oder der von einem Nutzer ausdrücklich gewünschten Dienstleistung, so soll ihre Verwendung nur noch mit vorheriger Einwilligung des Nutzers erlaubt sein, sagt Artikel 5 (3) der Richtlinie. Vorausgesetzt ist die umfassende Information des Nutzers über den Einsatz der Cookie-Techniken und die Verwendung der damit erzeugten Daten.

Ohne Einwilligung ist weiterhin das Setzen eines Cookies im Rahmen eines Online-Shops möglich, wenn es darum geht, den „Einkaufswagen“ einem bestimmten Nutzer zuzuordnen. Anders verhält es sich mit Cookies, die darauf abzielen, das Surf-Verhalten des Nutzers auszuwerten.

Was die Gesetzgeber bemängeln

Die Gesetzgeber der europäischen Länder, die die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen haben, monieren vor allem den unklaren Wortlaut des Artikels 5 (3). Die Richtlinie lässt offen, wie die Einwilligung eingeholt werden muss, damit sie wirksam ist. So wird dem nationalen Gesetzgeber ein Gestaltungsspielraum eingeräumt, der in der Praxis zu erheblichen Problemen geführt hat.

Gestritten wird insbesondere darüber, ob ein Nutzer aktiv in die Verwendung von Cookies einwilligen muss („Opt-in“). Manche gehen davon aus, dass es reicht, wenn er – beispielsweise über ein Anpassen der Browser-Einstellungen – der Verwendung widersprechen kann („Opt-out“). Die EU-Staaten haben diesen Gestaltungsspielraum genutzt und den Artikel 5 (3) der Richtlinie unterschiedlich umgesetzt.

Diskutiert wird auch, mit welchen technischen Mitteln die geforderte Einwilligung am praktikabelsten auf einer Website eingeholt werden kann. Hier bevorzugen die meisten Staaten „Pop-ups“ oder Banner, die beim ersten Besuch auf einer Website angeklickt werden müssen. Auch über die Nutzungsbedingungen einer Site kann die Einwilligung eingeholt werden.

Einheitlich setzten alle Staaten nur voraus, dass der Nutzer eindeutig und klar verständlich über den Zweck der Speicherung und Nutzung seiner Daten – sowie die Möglichkeit, eine Speicherung zu verweigern – informiert sein muss. Einige Staaten,

darunter Deutschland, haben die Richtlinie bisher noch nicht in nationales Recht umgesetzt. Jetzt besteht die Gefahr, dass sich ein Nutzer direkt auf die EU-Richtlinie beruft. Ob er im Rahmen einer Beschwerde bei einer Datenschutzbehörde damit Erfolg hat, hängt aber davon ab, ob diese die Richtlinie als hinreichend konkret einstuft. Zudem droht Staaten, die ihrer Umsetzungspflicht nicht nachkommen, ein Vertragsverletzungsverfahren vor dem Europäischen Gerichtshof.

Wer setzt wie um?

Unter der Rechtsunsicherheit leiden vor allem Unternehmen mit Sitz außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums. Sie haben möglicherweise verschiedene nationale Vorgaben für ein und dieselbe Website zu beachten. Hier empfiehlt es sich in der Regel dem strengsten Schutzstandard zu folgen. Welche EU-Länder Vorreiter in der Umsetzung der Cookie-Richtlinie sind, zeigt die folgende Übersicht. Sie wurde von der internationalen Kanzlei DLA Piper erstellt.

Was ist ein Cookie eigentlich?

- Als Cookie bezeichnet man kleine Dateien, die auf dem Rechner eines Internet-Nutzers installiert werden, sobald der bestimmte Seiten aufruft. Beim Online-Einkauf beispielsweise kann so die Kaufhistorie nachvollzogen und entsprechend Werbung für möglicherweise relevante Produkte eingeblendet werden.
- Gleichzeitig können Cookies aber auch das Surf-Verhalten des Nutzers protokollieren.
- Grundsätzlich muss deshalb unterschieden werden zwischen den „Tracking Cookies“ zu Werbezwecken und solchen, die der Dienstleistung im Internet dienen.
- Die winzigen Dateien, die als Tracking Cookies bezeichnet werden, sind eines der wichtigsten Instrumente der Internet-Werbewirtschaft.
- Diese „digitalen Krümel“ sind in der Lage, das Surf-Verhalten eines Nutzers über einen langen Zeitraum und unterschiedliche Domains hinweg zu verfolgen.
- So lassen sich auch Nutzerprofile erstellen, die lukrativ an Dritte verkauft werden können.
- Es verwundert daher nicht, dass Cookies inzwischen auf nahezu allen gängigen Internet-Seiten Verwendung finden.