



Awin, DSGVO & ePrivacy

Die DSGVO ist eine einmalige Gelegenheit die Datenschutzgesetze in ganz Europa zu überdenken. Für Unternehmen der Digitalwirtschaft ist es besonders wichtig die Feinheiten der DSGVO und ePrivacy zu verstehen. In diesem Whitepaper versuchen wir die Auswirkungen auf das Affiliate-Marketing zu erläutern und praktische Hinweise für Publisher und Advertiser zu geben.



Inhaltsverzeichnis

Awin & die DSGVO.....	3
DSGVO in Kürze	4
Gesamtüberblick mit ePrivacy	5
Wie wirkt sich die DSGVO auf die Affiliate Marketing Industrie aus?	6
Awin's Vorbereitung auf die DSGVO	7
Verwendung von personenbezogenen Daten	8
Verbraucherdaten	9
Verantwortlicher oder Verarbeiter?	10
Netzwerke und Publisher; Verarbeiter oder gemeinsam Verantwortliche mit dem Advertiser?	11
Wie unterscheidet sich das von Positionen anderer Netzwerke?	12
Welche Vorkehrungen trifft Awin?	13
Berechtigtes Interesse und „balancing test“	14
Warum keine Einwilligung?	15
Einwilligung respektieren	17
Die ePrivacy Richtlinie.....	18
Wie wirkt sich die DSGVO auf die Cookie-Einwilligung aus?.....	19
Wie verändert das die Art und Weise, wie Publisher mit Awin zusammenarbeiten?	20
Awin's Consent Tool.....	21
Awin's Position in aller Kürze.....	22
Was bedeutet das, wenn ich als Advertiser oder Publisher mit Awin zusammenarbeite?	23
Wo finde ich weiterführende Informationen?	24

Einleitung

Awin & die DSGVO

Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) tritt am 25. Mai 2018 in Kraft. Sie bringt wesentliche Änderungen für den Umgang mit personenbezogenen Daten in der EU mit sich und ersetzt den bestehenden Rechtsrahmen des Datenschutzes.

Jedes Affiliate Marketing Netzwerk und Software as a Service (SaaS) Plattform hat ihre eigenen Prüfungsmaßnahmen durchgeführt und nach rechtlichen Hinweisen gesucht, wie genau ihre Rechtslage bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten zu bewerten ist und wie sich diese in das System mit Advertisern/Publishern einfügen lässt.

Da es keine Einheitlichkeit in der Art und Weise gibt, wie Affiliate Netzwerke Daten verwenden, gibt es dahingehend keinen Konsens. Das führt zur Verwirrung in der Branche. Dieses Dokument soll aufzeigen, welche Logik hinter Awins Position steht und welche Erwartungen an unsere Partnerunternehmen gestellt werden.

Bitte beachten Sie, dass dieses Dokument als Leitfaden dient und nicht als Rechtsberatung ausgelegt werden kann.



DSGVO in Kürze

Die DSGVO soll die Verbraucher in der EU stärken und ihre Rechte in Bezug auf die Verwendung ihrer Daten festlegen und schützen. Für die Digitalwirtschaft gewinnt dies zunehmend an Bedeutung, insbesondere, da die Definition der personenbezogenen Daten sehr weitreichend ist. Personenbezogene Daten sind all jene Daten, welche eine Person ausmachen, nicht zwingend jedoch zu einer eindeutigen Identifizierung führen müssen. Eine E-Mail-Adresse ist also selbstverständlich personenbezogen aber auch pseudonyme Identifikatoren wie eine IP-Adresse oder eine Bestellnummer gehören dazu.

Um diese Daten verarbeiten zu dürfen, müssen Unternehmen sich auf eine der sechs Rechtsgrundlagen aus der DSGVO berufen. Während für manche Unternehmen die einschlägige Rechtsgrundlage offensichtlich sein wird, ist es für viele digitale Marketing Unternehmen schwieriger. In der Regel werden diese Unternehmen die Rechtsgrundlagen „*Einwilligung*“ oder „*berechtigtes Interesse*“ wählen müssen. Mehr dazu später.

Neben diesen Rechtsgrundlagen gibt es auch einige Kernprinzipien zum Datenschutz, die in der DSGVO verankert sind.

“Datenschutz durch Technikgestaltung” (oder “Privacy by design”) soll sicherstellen, dass Datenschutz und Privatsphäre bereits in der Entwicklung von Technik beachtet werden. Es verlangt von Unternehmen ein grundlegendes Umdecken bei der Entwicklung von neuen Tools und Technologien, um den Datenschutz und -kontrolle gewährleisten zu können.

Aus dem Kernprinzip der Datenminimierung folgt, dass Unternehmen nur die Daten nutzen dürfen, welche sie für die konkrete Ausführung der Verarbeitungsfunktion benötigen.

Außerdem sind Mitarbeiter-Schulungen sowie die Benennung von verantwortlichen Personen für die Durchsetzung im Unternehmen zwei sehr wichtige Aspekte.

Die Nichteinhaltung der neuen Datenschutzregeln kann zu hohen Strafen, insbesondere hohen Geldbußen, führen.

Die DSGVO ist sehr weitreichend und allumfassend. Doch auch über diesen Rechtsakt hinaus müssen die bestehenden Datenschutzregeln für das digitale Marketing, welche jeweils von den Mitgliedstaaten im Zuge der Implementierung der ePrivacy Richtlinie der Europäischen Union, verankert wurden, geprüft werden.



Gesamtüberblick mit ePrivacy

Die ePrivacy Richtlinie (auch bekannt als Cookie Richtlinie) gibt den Menschen spezifische Datenschutzrechte in Bezug auf die elektronische Kommunikation. Der wichtigste Bereich für das Affiliate Marketing ist hierbei die Verwendung von Cookies und ähnlichen Technologien.

Die ePrivacy-Richtlinie ergänzt die allgemeinen Datenschutzgesetze und legt spezifischere Datenschutzrechte für die elektronische Kommunikation fest.

Während die Datenschutz-Grundverordnung - wie ihr Name schon sagt - eine Verordnung ist und als solche direkt auf in Europa tätige Unternehmen anwendbar ist, ist die ePrivacy- Richtlinie in ihrer jetzigen Form als Richtlinie lediglich indirekt auf die Unternehmen anwendbar. Das bedeutet, dass die jeweiligen Mitgliedstaaten die Richtlinie selbst umsetzen müssen. Daraus folgt, dass die Anforderungen an Cookies (und ähnlichen Technologien) nicht europaweit einheitlich geregelt sind.

Im Ergebnis gilt die DSGVO als universal anwendbar, die ePrivacy Richtlinie unterliegt jedoch lokal unterschiedlichen Auslegungen.

Diese Rechtsunsicherheit wird mit dem Inkrafttreten der ePrivacy-Verordnung behoben (Hierfür steht jedoch noch kein Datum fest). Bis dahin müssen die Unternehmen, die in mehreren EU-Ländern tätig sind, prüfen, ob eine weitergehende Prüfung hinsichtlich der Einhaltung der jeweiligen Vorschriften notwendig ist.

Hinzu kommt eine weitere Verwirrung: DSGVO und ePrivacy dürfen nicht isoliert voneinander betrachtet werden. In einigen Geltungsbereichen kann die ePrivacy für die Nutzung von Cookies die Einwilligung auf Basis der DSGVO erfordern (unabhängig davon, ob personenbezogene Daten durch diese Cookies gesammelt werden oder nicht). Wir haben versucht, eine klare Unterscheidung zwischen Datenzustimmung und Cookiezustimmung, zu treffen.

*DSGVO und
ePrivacy dürfen
nicht isoliert
betrachtet werden.*

Obwohl dieser Leitfaden in erster Linie auf die Auswirkungen der DSGVO auf das Affiliate Marketing hinweisen soll, werden wir an einigen Stellen auf ePrivacy verweisen, um die Gesamtheit der Datenregulierungen darstellen zu können.



Wie wirkt sich die DSGVO auf die Affiliate Marketing Industrie aus?

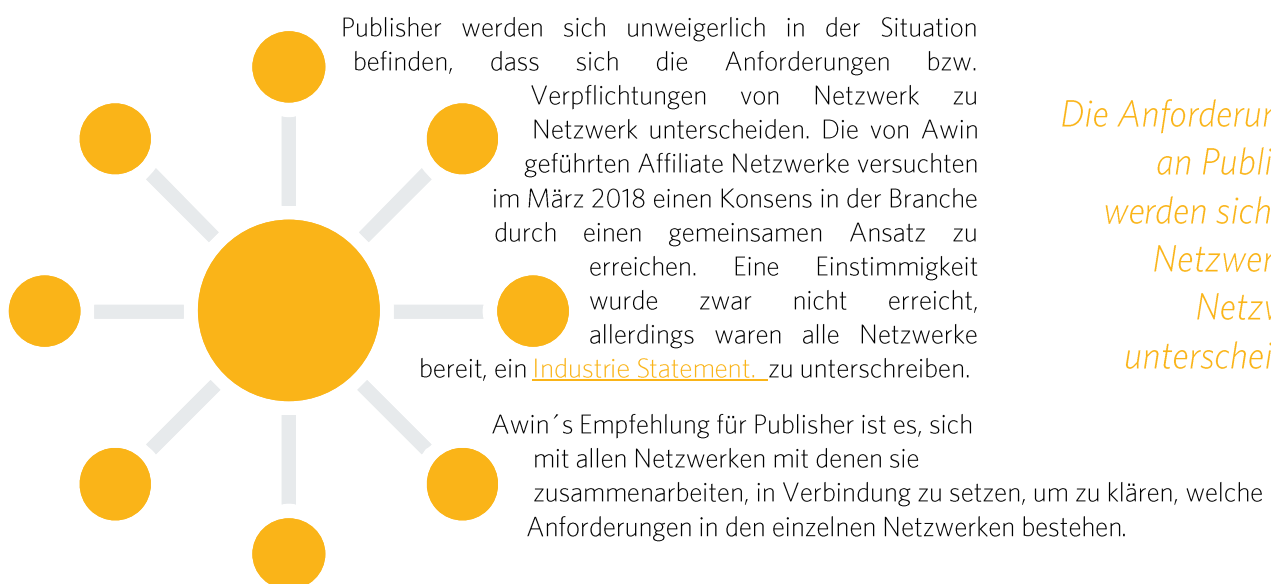
Der erweiterte Anwendungsbereich der DSGVO öffnet sich nun für Arten personenbezogener Daten, für die eine Datenverarbeitung bislang eventuell noch nicht reguliert war. Für unsere Branche sind hierbei insbesondere Geräte-IDs, Cashback-Mitglieder-IDs, Kundenreferenznummern und andere technische Kennungen von Bedeutung. Darüber hinaus stellt die DSGVO strengere Anforderungen an die Einwilligung der Nutzer in die Verarbeitung personenbezogener Daten.

Dennoch erwarten wir keine wesentlichen Auswirkungen auf das Affiliate-Marketing. Die personenbezogenen Daten, die Awin im Rahmen seiner Dienstleistungen verarbeitet sind unsensibel und weitestgehend technischer Natur.

Im Gegensatz zu anderen Kanälen, die personenbezogene Daten benutzen, um Verbraucherprofile oder ähnliches zu erstellen, beschäftigt sich Affiliate Marketing normalerweise weniger mit Remarketing oder anderen programmatischen Techniken.

Allerdings werden einige Advertiser, die mit Affiliates zusammenarbeiten diese Art von Aktivität auf CPO-Basis über den Affiliate Kanal betreiben. Wir erwarten, dass in einigen Fällen der verhaltensbasierten Werbung oder anderen erfolgsbasierten Marketingmethoden, was stark von der Erstellung von Benutzerprofilen abhängt, um stark zielgerichtete Werbung zu schalten, größere regulatorische Verpflichtungen Anwendung finden werden.

Einige andere Affiliate Netzwerke verwenden die durch Affiliates generierten Daten, um Profile für Zwecke des Remarketings oder der Personalisierung zu nutzen. Diese Tätigkeiten könnten implizieren, dass hierfür eine andere Rechtsgrundlage benötigt wird, was wiederum bedeutet, dass sich die betroffenen Affiliates an diese Rechtsgrundlage binden müssen.



Awin's Vorbereitung auf die DSGVO

Eine der Hauptauswirkungen der DSGVO besteht darin, dass alle Unternehmen gezwungen sind, ihre Verwendung von personenbezogenen Daten auf den Prüfstand zu stellen. Awin hat diese Bewertung im Rahmen einer detaillierten Datenschutzfolgeabschätzung durchgeführt. Ziele dieser Abschätzung waren unter anderem:

01

Einen detaillierten Überblick über alle im Rahmen von Tracking-Aktivitäten gesammelten Daten zu erstellen.

02

Eine Beurteilung, ob Awin in Bezug auf diese Daten als Verantwortlicher oder Auftragsverarbeiter agiert.

03

Eine Beurteilung hinsichtlich des Zwecks und der Rechtsgrundlage für jede Verarbeitungstätigkeit.

04

Die Erstellung eines „balancing tests“ *

05

Die Identifizierung der zum Schutz der Daten erforderlichen Sicherheitsvorkehrungen.

06

Die Nutzungsminimierung von personenbezogenen Daten wo immer es möglich ist.

* Dieser Test soll zur Beurteilung verwendet werden, ob ein berechtigtes Interesse legitim angenommen werden kann.



Für die Interpretation von Awin's Position im Rahmen der DSGVO ist es wichtig zu verstehen, wie Awin personenbezogene Daten verarbeitet und welche Auswirkungen dies auf die Privatsphäre des Einzelnen hat.

Verwendung von personenbezogenen Daten

Im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit verwendet Awin Daten von folgenden Personengruppen:

01

Awin Personaldaten

02

Publisher-, Advertiser-
und Dienstleister
Personaldaten

03

Publisher, die
Einzelpersonen sind

04

Verbraucher, deren
Einkäufe von Awin
getrackt werden

Für die Zwecke dieses Leitfadens werden wir nur die Tracking Aktivitäten beschreiben, durch die personenbezogene Daten der Verbraucher verarbeitet werden. Das hat den Hintergrund, dass alle anderen Verarbeitungstätigkeiten lediglich zu Administrationszwecken durchgeführt werden und diese gemäß den gesetzlichen Vorgaben äußerst selten als Risiko für den Einzelnen angesehen werden.

*Hier werden nur die
Tracking-Aktivitäten
beschrieben, durch die
personenbezogene
Daten verarbeitet
werden.*



Verbraucherdaten

Awin verwendet in erster Linie Verbraucherdaten zur Nachverfolgung. Die Nachverfolgung (Tracking) ermöglicht es Awin, die Reise eines Verbrauchers („Customers Journey“) über bestimmte Websites zu verfolgen nachdem er eine Anzeige betrachtet oder angeklickt hat. Zweck des Tracking ist es, den Verkaufs- und Marketingaufwand eines Publishers einer bestimmten Transaktion zuzuordnen. Damit ermöglicht man den Advertisern, die Publisher pro Transaktion zu vergüten. Zudem können so entsprechende Berichte an die Publisher und Advertiser durch Awin zur Verfügung gestellt werden.

Durch Cross Device Tracking ist es Awin möglich die Customers Journey nachzuverfolgen, selbst wenn diese auf einem anderen Gerät beginnt und die Transaktion auf einem anderem abgeschlossen wird.

Zur Durchführung des Trackings verwendet Awin Tracking-Domain-Cookies, Journey-Tags und Device-Fingerprinting. Nachfolgend eine kurze Beschreibung wie die Technologien funktionieren:

Tracking domain cookies	Journey tags	Device fingerprinting
Cookies, die von der Awin Domain bereitgestellt werden, sobald ein Verbraucher auf eine Anzeige klickt, die auf einer Publisher Seite eingebunden ist.	Ein in der Webseite des Advertiser integrierter JavaScript Code, der es ermöglicht, dass Awin die Transaktionsdaten empfangen kann.	Eine Methode, mit der Awin ein Gerät unter Berücksichtigung von bestimmten Eigenschaften (inkl. Bildschirmgröße/ -auflösung und Benutzerkonfiguration) eindeutig identifizieren kann.

Das Cross Device Tracking verwendet die oben beschriebenen Techniken und kann zusätzlich pseudonyme Konsumentenprofile erstellen, die dazu dienen, dass mehrere Geräte einem Konsumenten zugeordnet werden können.

Alle Daten, die Awin trackt, sind pseudonym, unsensibel, weitestgehend technisch und beziehen sich weder auf das Verhalten, jegliche Prognosen noch auf Bewertungen von Verbraucherinteressen oder Persönlichkeiten.

Verantwortlicher oder Verarbeiter?

Jedes Unternehmen, das mit Daten umgeht, muss entscheiden, welche Rolle es bei der Verarbeitung spielt.

Das ist eine wichtige Überlegung, da es je nach Rollenzuweisung unterschiedliche Auswirkungen gibt. Ob man ein Verantwortlicher („Controller“) oder ein Verarbeiter („Processor“) von Daten ist, hängt wesentlich von der Reichweite der Entscheidungsfindung hinsichtlich der Datenverwendung ab.

Als Verantwortlicher wird man deklariert, wenn man entscheidet:

Warum die Daten verarbeitet werden sollen

Wie diese verarbeitet werden sollen, um den beabsichtigten Zweck zu erreichen, *oder beide*.

Verarbeiter hingegen entscheiden nie, warum sie Daten verarbeiten. Sie überlassen dies vollständig dem anweisenden Verantwortlichen. Verarbeiter können nur begrenzt Entscheidungen darüber treffen, wie sie die Daten für die vom Verantwortlichen festgelegten Zwecke verarbeiten. Dies können jedoch nur „unwesentliche“ Entscheidungen sind.

Dies bedeutet, dass wesentliche Entscheidungen immer dem für die Verarbeitung Verantwortlichen überlassen werden sollten. Einschließlich der Entscheidung, welche Daten zur Erreichung des Zwecks des für die Verarbeitung Verantwortlichen oder des wirtschaftlichen Modells des verfolgten Zwecks verarbeitet werden sollen.

Dabei ist vor allem zu beachten, dass die Rollenverteilung auf Basis von Fakten erfolgt.

Es ist beispielsweise nicht möglich, einen Vertrag abzuschließen, der festlegt: "X ist Verantwortlicher, Y ist Verarbeiter". Wenn Y faktisch entschieden hat, welche Daten für die Zwecke von X zu verarbeiten sind, wird Y zusammen mit X in die Rolle des gemeinsamen Verantwortlichen schlüpfen. Wenn Y beschließt, Daten für seine eigenen Zwecke zu verarbeiten, wird er alleiniger Verantwortlicher für diesen neuen Zweck sein.

Im Affiliate Marketing ist der Advertiser immer ein Verantwortlicher, denn nur der Advertiser kann entscheiden, warum er Daten verarbeitet. Als Beispiel kann also nur der Advertiser entscheiden; "Wir machen Werbung im Internet und zahlen dafür eine Vergütung auf CPO Basis".



Netzwerke und Publisher; Verarbeiter oder gemeinsam Verantwortliche mit dem Advertiser?

Awin ist gemeinsam mit dem Advertiser und den Publishern ein gemeinsam Verantwortlicher. Es gibt in der Tat eine dreiteilige gemeinsam Verantwortlichen-Beziehung. Denn Awin hat sich für das Wirtschaftsmodell entschieden und sowohl Awin als auch die Publisher entscheiden, welche Daten für die Affiliate-Kampagne des Advertisers verarbeitet werden sollen.

Dies liegt an der Art und Weise, wie Transaktionen getrackt, abgefragt und in Reports angezeigt werden.

Wir glauben, dass diese Schlussfolgerung genau widerspiegelt, wie die Dinge in der Praxis funktionieren.

Wenn beispielsweise Awin oder ein Publisher versuchen würden, innerhalb der Grenzen einer Datenverarbeitungsrolle zu arbeiten, müssten sie jede neue Datenverarbeitung im Voraus von dem jeweiligen Advertiser genehmigen lassen. Sie können diese Entscheidungen nicht selbst treffen. Dies scheint sowohl unpraktisch als auch undurchführbar zu sein.

*Awin entscheidet
gemeinsam mit den
Publishern, welche
Daten verarbeitet
werden sollen.*



Wie unterscheidet sich das von Positionen anderer Netzwerke?

Manche Netzwerke haben entschieden, die Position des Datenverarbeiters einzunehmen, was bedeutet dass sie selbst keine Rechtsgrundlage festlegen müssen. Dadurch können sie jedoch auch ihren Publishern keine legitime Rechtsgrundlage an die Hand geben.

Sie können sich dafür entscheiden, dass die Advertiser die Publisher direkt darauf hinweisen müssen, dass sie nicht für einen potentiellen Datenmissbrauch durch den Publisher haftbar sind. Damit würden sie sich aus der Beziehung Advertiser/ Publisher komplett herausziehen.

Eine zusätzliche Herausforderung in der Position als Datenverarbeiter ist es, dass zukünftig die Entscheidungsfähigkeit hinsichtlich Verwendung der Daten deutlich eingeschränkt werden kann. Dies hat auch Auswirkung auf die Fähigkeit Entscheidungen über die Entwicklung der angebotenen Dienste und Technologien zu treffen. Beispielsweise müsste Awin – wenn mit den Advertisern ein Vertrag über die Datenverarbeitung besteht – die Advertiser darüber informieren, dass Fehlerbehebungen, Updates, Upgrades oder zusätzliche Funktionen der Produkte oder Dienstleistungen von Awin nur angeboten werden können, wenn der Advertiser Awin schriftlich dazu auffordert.

Es ist wichtig zu erkennen, dass sich Awins Interpretation der Verarbeiter-/Verantwortlicher-Position von anderen Netzwerken unterscheidet. Wir sind überzeugt, dass unsere Position den richtigen Status widerspiegelt.

Im Wesentlichen glauben wir, dass die folgenden Aussagen unsere Position als Verantwortlicher beschreiben:

01

Advertiser entscheiden nicht was getrackt werden soll. Sie entscheiden sich für ein Netzwerk aber das Netzwerk entscheidet, wie ihre Technologie funktioniert und welche Daten verwendet werden. Ohne dieses Entscheidungsprivileg wäre ein Netzwerk nicht in der Lage neue Technologien einzuführen, ohne eine neue Vereinbarung zur Datenverarbeitung jedem Partner einholen zu müssen.

02

Netzwerke bestimmen das Wirtschaftsmodell.

03

Netzwerke weisen die Advertiser an z.B. das Tracking aufrechtzuerhalten.

Direktmarketing kann mit einem einzigen Datensatz durchgeführt werden (z.B. E-Mail-Adresse). Das macht es für einen Verantwortlichen möglich, dem Verarbeiter (das Direktmarketingunternehmen) zu sagen: „Senden Sie diese E-Mails an diese Liste von E-Mail-Adressen.“ Affiliate Marketing ist komplexer, weswegen eine solch genaue Anweisung an jeden einzelnen Affiliate unmöglich ist.



Welche Vorkehrungen trifft Awin?

Als gemeinsam Verantwortliche sind die beteiligten Parteien verpflichtet eine Vereinbarung über die Rollenverteilung und die jeweiligen Verantwortlichkeiten zu treffen. Im Gegensatz zu Datenverarbeitungsvereinbarungen, bei denen eine Partei als Verantwortlicher und die andere Partei als Verarbeiter fungiert, haben die Parteien mehr Freiheiten in der Ausgestaltung der Vereinbarung und müssen nicht die DSGVO- Verpflichtungen eines Verarbeiters miteinbeziehen.

Für Advertiser stellt Awin auf Anfrage einen Datenverarbeitungsvertrag im Sinne des gemeinsam Verantwortlichen bereit. Zudem aktualisiert Awin die Geschäfts- und Datenschutzbedingungen, um die Datenschutzregelungen auch für den Fall gelten zu lassen, wenn kein Datenverarbeitungsvertrag besteht (sog. Fallback-Szenario).

Für Publisher ergänzen wir unsere Standard-Vertragsbedingungen um Regelungen, die klarstellen, welcher der gemeinsamen Verantwortlichen für was verantwortlich ist. Diese Bedingungen beziehen sich z.B. darauf, wie Awin und die Publisher mit Datenanfragen umgehen und wie Datenverstöße geahndet werden.

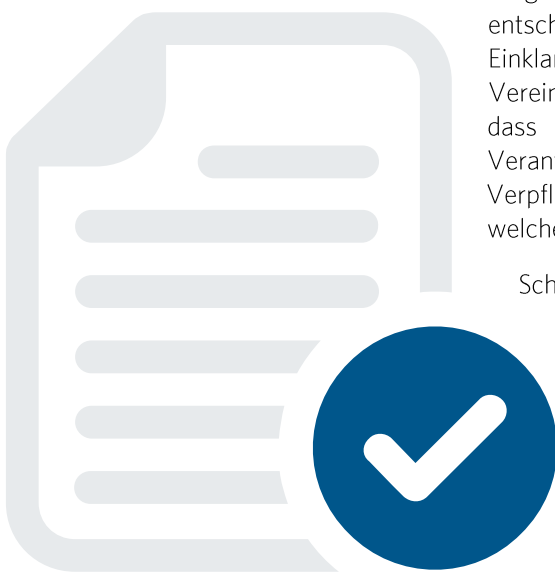
Durch die Verdeutlichung dieser Verantwortlichkeiten wird verhindert, dass Advertiser, Publisher und Awin für Verstöße gegen die DSGVO des jeweilig anderen haften.

Es bedeutet auch, das Advertiser und Publisher als Verantwortliche mehr von der Verpflichtungen der DSGVO erfüllen müssen. Diese sind jedoch bereits bei der Verarbeitung von Daten für eigene Zwecke erforderlich. Dies hat zur Folge, dass sie diese Verpflichtungen nun auch auf die verarbeiteten Daten anwenden müssen, wenn sie die Endkunden von Advertiser ansprechen.

Durch die Verdeutlichung der Verantwortlichkeiten, wird verhindert, dass die beteiligten Parteien für Datenverstöße der anderen haften.

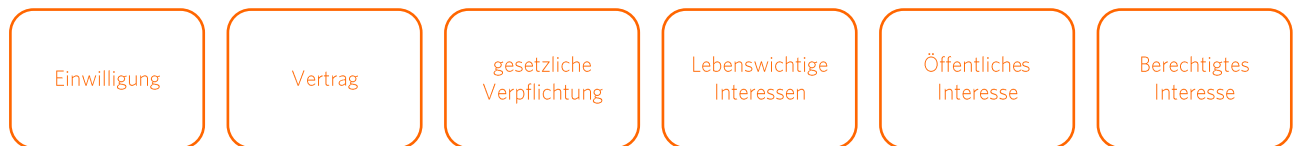
Der größte Vorteil besteht darin, dass die Parteien im Awin-Netzwerk selbst entscheiden können, wie die Daten verarbeitet werden sollen, soweit dies im Einklang mit den Vorgaben der DSGVO und den entsprechenden Vereinbarungen und Bedingungen geschieht. Wir sind der festen Überzeugung, dass dies ohnehin der Fall ist und die Behörden uns als gemeinsam Verantwortliche qualifizieren würden. Durch die Schaffung einer vertraglichen Verpflichtung, die der tatsächlichen Sachlage entspricht, sollte jedem klar sein, welche Verpflichtungen er im Rahmen der DSGVO übernehmen muss.

Schließlich haben wir bei der Entscheidung, uns als gemeinsamer Verantwortlicher zu positionieren, berücksichtigt, welche Aufsichtsbehörde für die Einstufung von Awin und seinen Partnern zuständig sein wird.



Berechtigtes Interesse und „balancing test“

Als Verantwortlicher ist Awin verpflichtet, die Verarbeitung personenbezogener Daten durch einen Rechtfertigungsgrund zu legitimieren, bevor diese als rechtmäßig angesehen wird. Dafür gibt es 6 Rechtsgrundlagen:



Für die Affiliate Branche kommen zwei der angegebenen Rechtsgrundlagen in Betracht: Die Einwilligung und das berechtigte Interesse. Laut öffentlich zugänglichen Stellungnahmen der Netzwerke, haben zwei angegeben, dass sie die Einwilligung als Rechtsgrundlage benutzen, die restlichen stützen sich auf das berechtigte Interesse.

Für die Beurteilung des berechtigten Interesses von Awin wurden die Interessen des gesamten Affiliate-Ökosystems berücksichtigt. Anschließend wurde ein Ausgleichstest („balancing test“) durchgeführt, der bestätigen soll, dass das Tracking kein Risiko einer unangemessenen Beeinträchtigung der Interessen oder der Grundrechte und -freiheiten der betroffenen Personen, birgt.

Das bedeutet, dass Awin nicht von der individuellen Einwilligung als Rechtsgrundlage für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten im Rahmen seiner Tracking-Methode abhängig ist.

*Es wurde bestätigt,
dass das Tracking
kein oder ein nur sehr
geringes Risiko einer
unangemessenen
Beeinträchtigung
birgt.*

Warum keine Einwilligung?



Zunächst ist wichtig zu erwähnen, dass es viel Verwirrung rund um die Einwilligung gibt. Dies liegt zum einen daran, dass es keinen Konsens in der Branche zu diesem Thema gibt, zum anderen aber vor allem daran, dass es neben der Einwilligung im Rahmen der DSGVO auch eine Einwilligung in Bezug auf die bestehende Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (ePrivacy, sog. Cookie-Richtlinie) gibt.

*Es gibt keinen
branchenweiten
Konsens zu diesem
Thema.*

Diese Gesetze sind getrennt voneinander, existieren jedoch nebeneinander. Betrachtet man den Datenschutz, so kann man die DSGVO als allgemeines Datenschutzrecht ansehen, muss allerdings beachten, dass die ePrivacy zusätzliche Regelungen zu Direktmarketing und Funktionen des Online-Trackings, als Spezialgesetz, enthält.

Es kommt zwangsläufig zu Überschneidungen, da Cookies oft personenbezogene Daten enthalten. Falsch ist jedoch zu sagen, dass Cookies und personenbezogene Daten dasselbe sind.

Unter der DSGVO gibt es einige Möglichkeiten, personenbezogene Daten legal zu verarbeiten, ohne sich auf die rechtmäßige Einwilligung berufen zu müssen. Tatsächlich kann man sagen, dass die Einwilligung die unkomfortabelste und hürdenreichste Rechtsgrundlage für eine Verarbeitung ist.

Gemäß der ePrivacy Richtlinie von 2012 ist eine Cookie-Zustimmung zur Cookie-Setzung immer erforderlich, es sei denn, die Cookies sind für die Bereitstellung eines von der Person angeforderten Dienstes unbedingt erforderlich. Deswegen benötigen z.B. Cashback- und Loyalty-Anbieter u.U. keine Cookie-Zustimmung für Affiliate-Cookies, da diese zur Funktionsfähigkeit des Services notwendig sind.

Die Einholung einer Daten-Einwilligung hat einige Herausforderungen. Es kann passieren, dass der Benutzer durch die Aufforderung zur Einwilligung negativ in seiner User-Experience beeinflusst wird. Außerdem kann jeder Einzelne seine Einwilligung verweigern.

Werden die Daten auf Basis einer Einwilligung verarbeitet, stehen der betroffenen Person weitgehende Rechte zu, die es zu respektieren gilt. Darüber hinaus muss die Daten-Einwilligung detailliert verwaltet und protokolliert werden, da die Einwilligung durch die betroffene Person widerrufen werden kann. Es ist nicht rechtens, wenn einem Benutzer der Zugang zu einem Dienst verweigert wird, weil er seine Daten-Einwilligung nicht erteilt hat, es sei denn, die Nutzbarkeit des Dienstes hängt von der Einwilligung ab.

Das wahrscheinlich Wichtigste um eine rechtswirksame Einwilligung zu erhalten: Die betroffene Person muss mit genügend Informationen versorgt werden, um eine sogenannte „informierte Entscheidung“ treffen zu können.

Da Awin ein Affiliate Netzwerk ist, verwenden wir begrenzt personenbezogene Daten für die Verfolgung von Verweisungen auf Websites von Advertisern, die daraus resultierenden Transaktionen und für unsere Reportings. Jedoch verwenden wir diese Daten niemals für die Erstellung von Benutzerprofilen oder für andere Marketingzwecke. Wir sammeln auch keine weiteren Daten für:

01

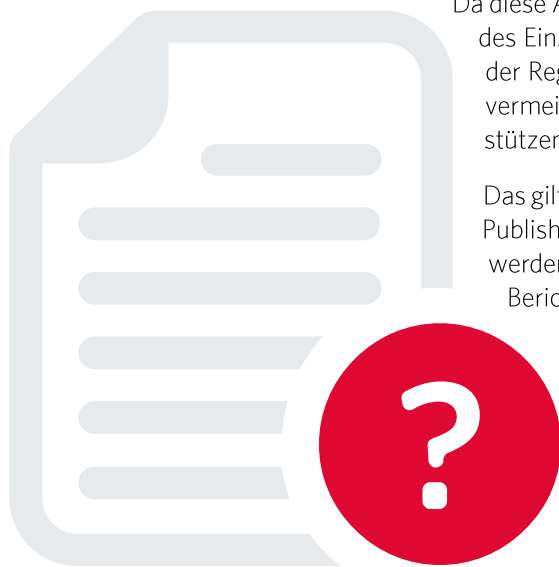
Die Erstellung von
Nutzerprofilen

02

Verhaltensbasierte Werbung

03

Marketing für andere Zwecke



Da diese Arten von Datenverarbeitungen einen größeren Einfluss auf die Privatsphäre des Einzelnen haben, benötigen diese, um rechtmäßig durchgeführt zu werden, in der Regel eine Einwilligung des Betroffenen. Da Awin diese Art von Verarbeitung vermeidet, können wir uns auf den Rechtsgrund des berechtigten Interesses stützen und eine aufwändige Einwilligung vermeiden.

Das gilt für die Verarbeitung personenbezogener Daten wenn die Personen von der Publisher Website über unsere Domain auf die Website des Advertisers geleitet werden. So können wir die Bestätigung der Transaktion und die anschließende Berichterstattung für unser Reporting in der Benutzeroberfläche tracken.

Einwilligung respektieren

Es ist wichtig zu bedenken, dass wenn ein Verantwortlicher sich für die Rechtsgrundlage der Einwilligung entscheidet, ein Wechsel zu einer anderen Rechtsgrundlage u.U. nicht mehr möglich ist, selbst wenn sich die Einwilligung als problematisch erweisen sollte.

Gemäß Art. 29 der Leitlinien der Arbeitsgruppe zur Einwilligung gemäß der Verordnung 2016/679 muss der für die Verarbeitung Verantwortliche, wenn als Rechtsgrundlage die für eine Verarbeitung oder einen Teil einer Verarbeitung Einwilligung gewählt wurde, dies respektieren und die Verarbeitung/den Verarbeitungsteil einstellen, wenn der Betroffene seine Einwilligung hierzu zurückzieht. Die Arbeitsgruppe führt dazu aus:

Wird die Einwilligung als Rechtsgrundlage gewählt, muss einiges beachtet werden.

“Zu Kommunizieren, dass die Daten auf Grundlage der Einwilligung verarbeitet werden, während man sich in Wirklichkeit auf eine andere gesetzliche Grundlage stützt, wäre grundsätzlich ungerecht gegenüber Einzelpersonen. Mit anderen Worten: Der Verantwortliche kann nicht von der Einwilligung zu anderen gesetzlichen Grundlagen wechseln. So ist es beispielsweise nicht zulässig, das berechtigte Interesse nachträglich zu nutzen um die Verarbeitung zu rechtfertigen, nur weil Probleme mit der Gültigkeit der Einwilligung aufgetreten sind.”

Aufgrund der Notwendigkeit der vorherigen Offenlegung einer Rechtsgrundlage, muss der Verantwortliche vorab entscheiden, welche der sechs Rechtsgrundlagen angewendet wird.



Die ePrivacy Richtlinie

Da die ePrivacy Richtlinie EU-weit in nationales Recht umgesetzt wurde, muss jeder die Cookie-Zustimmung einholen, sobald Cookies gesetzt werden.

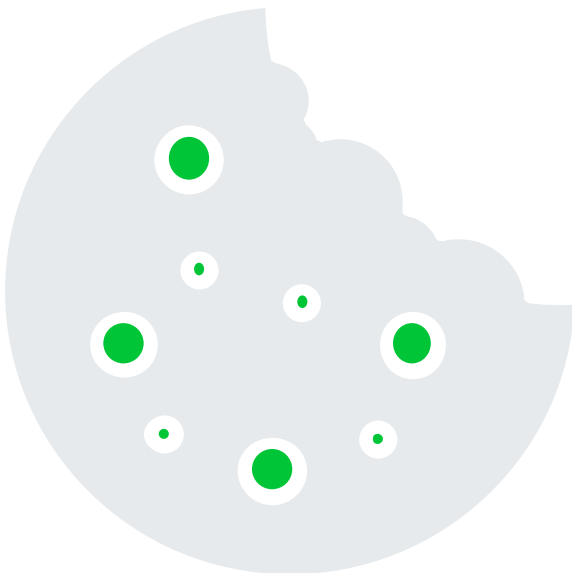
*Jeder, der Cookies
setzt, muss eine
Einwilligung
einholen*

Awin verlangt durch die Publisher-Bedingungen von den Publishern seit 2012, dass sie die Cookie-Zustimmung einholen. Damit soll sichergestellt werden, dass sich die Publisher an die ePrivacy Richtlinie halten, gleichzeitig jedoch auch, dass die Zustimmung für die Awin-Cookies im Namen von Awin eingeholt werden können. Das ist typisch für ein Netzwerk wie unseres, die in der Regel keine Möglichkeit haben, mit Einzelpersonen selbst in Kontakt zu treten um von diesen die Einwilligungen einzuholen.

Cookie-Zustimmung ist wieder in der Diskussion, da die meisten EU-Mitgliedsstaaten ihre Gesetze zur Umsetzung der ePrivacy Richtlinie und deren genaue Ausgestaltung, insbesondere das Verständnis der Cookie-Zustimmung, an die lokalen Datenschutzgesetze angelehnt haben.

Wenn nun die DSGVO die lokalen Datenschutzgesetze ersetzt, wird auch das Verständnis der Cookie-Zustimmung auf der Grundlage der DSGVO basieren müssen.

Das ist bedeutend, da der Standard eine Zustimmung nach DSGVO viel höher ist als die Anforderungen nach bisherigen Datenschutzgesetzen. Der wesentliche Unterschied besteht darin, dass die Zustimmung eindeutig sein muss.



Wie wirkt sich die DSGVO auf die Cookie-Einwilligung aus?

Das Ergebnis ist, dass die Einholung der Cookie-Einwilligung nun komplizierter ist. Der besondere Unterschied besteht darin, dass, da die Cookie-Einwilligung eindeutig sein muss, der allgemeine Ansatz einer stillschweigenden Einwilligung wahrscheinlich nicht ausreicht. Die Cookie-Einwilligung muss immer eingeholt werden, bevor jegliche Cookies gesetzt werden.

Um eine gültige Cookie-Einwilligung nach der neuen Zustimmungsdefinition zu erhalten, muss die betroffene Person ihr Einverständnis deutlich signalisieren. Momentan gibt es einen wachsenden Fokus auf sogenannte „Universal Consent Tools“; eine Technologie, die eine Nachricht erscheinen lässt, sobald ein Benutzer auf einer Webseite eintrifft und ihn um Erlaubnis bittet, seine Aktivitäten auf dieser Webseite zu verfolgen.

Der Einzelne muss aktiv etwas tun, um seine Einwilligung zu signalisieren

Publisher können für die Cookie-Einwilligung ein „Consent-Tool“ benutzen oder die Zustimmung durch Weiterleitung innerhalb der Website einholen (vorausgesetzt, dass davor keine Cookies gesetzt werden).

Da Cookies von Natur aus weniger kompliziert sind als alles, was mit persönlichen Daten gemacht werden könnte, ist die Einhaltung der erhöhten Einwilligungsstandards bei der Erlangung der Cookie-Einwilligung wesentlich einfacher als bei der Erlangung der Dateneinwilligung für Cookies.

Denn es gibt weniger Aufklärungspflichten, weniger Aufbewahrungspflichten und weniger zusätzliche Rechte für den Betroffenen.

Das Compliance-Risiko ist ebenfalls geringer, da die von der DSGVO verhängten hohen Bußgelder zwar für die Daten-Einwilligung gelten, nicht jedoch für die Cookie-Einwilligung.

Auch wenn die Gesetze zur Umsetzung der ePrivacy-Richtlinie sich bei der Definition der Cookie-Einwilligung auf die DSGVO stützen, haben sie dennoch ihre eigenen Bußgelder und Strafen bei Nichteinhaltung.

Ja

Nein

Wie verändert das die Art und Weise, wie Publisher mit Awin zusammenarbeiten?

Aufgrund der Änderung der Definition der Einwilligung, werden existierende Regelungen für Publisher strenger. Nur einige Rechtsordnungen, wie z.B. die der Niederlande, hatten schon vor Inkrafttreten der DSGVO solch strenge Anforderungen an die Cookie-Zustimmung.

Die Cookie-Zustimmung wird weiterhin benötigt, da die Publisher die Cookie-Zustimmung sowohl für sich selbst als auch für die von der Awin-Domain gesetzten Cookies einholen müssen.

Wir werden auch weiterhin die Einhaltung der Publisher bezüglich dieser Anforderungen überprüfen und sie bitten, die Cookie-Zustimmung korrekt einzuholen, wenn wir den Eindruck haben, dass dies nicht der Fall ist.

Awin schreibt jedoch nicht vor, wie die Cookie-Einwilligung eingeholt werden muss.

Awin wird ein Consent Tool anbieten, das für die Cookie-Einwilligung verwendet werden kann. Wir freuen uns aber auch, wenn Publisher andere Zustimmungs-Tools verwenden oder auf andere Weise eine gültige Einwilligung einholen. Beispielsweise reicht es in den meisten Fällen aus, bestehende Cookie-Hinweise zu ändern. In diesem Fall muss man erklären, dass die Person ihre Zustimmung zu einem Affiliate-Tracking-Cookie gibt, wenn sie auf einen externen Link klickt und ihre Browser-Cookie-Einstellungen nicht ändert. Dieser Methodik folgt auch der Ansatz von Awin.

Die Anforderungen an Publisher werden mit der DSGVO strenger.

Wir wissen, dass die DSGVO nicht einfach zu durchschauen ist. Schwierigkeiten gibt es insbesondere für kleinere Publisher, weswegen wir versuchen, die Belastungen so gering wie möglich zu halten.

Um keine Daten-Zustimmung einholen zu müssen, gibt es die Möglichkeit, das berechtigte Interesse als Rechtsgrundlage für die Verarbeitung zu wählen. Das ist allerdings keine Option für die Cookie-Zustimmung, hier muss zwingend eine Einwilligung eingeholt werden, wenn die Cookie-Setzung nicht zwingend zur Dienstenutzung notwendig ist. Die Cookie-Zustimmung ist jedoch einfacher als die Daten-Zustimmung, weswegen hier eine gewisse Flexibilität im Rahmen der von uns akzeptierten Methoden der rechtmäßigen Cookie-Zustimmung besteht.



Awin's Consent Tool

Awin's Consent Tool wurde für Publisher entwickelt, die eine Cookie-Einwilligung unter Beachtung der aktuellen ePrivacy-Richtlinie einholen möchten. Es ist ein einfaches Banner, das leicht installiert werden kann und für den Verbraucher als Anweisung gedacht ist, aber nicht aufdringlich oder störend erscheint.

Die Technologie ähnelt der von Awin aus dem Jahr 2012, als die ePrivacy-Richtlinie in Kraft trat. Damals wurde versucht, eine "informierte" Zustimmung der Verbraucher zu gewährleisten. In seiner aktualisierten Version wird das Banner eine ausdrückliche Zustimmung einfordern und die Zustimmung mit der Aktion des Klickens auf eine Anzeige verknüpfen.

Wie bereits erwähnt, wurden die Anforderungen an die Cookie-Zustimmung verschärft, und Awin ist der Ansicht, dass die Verbraucher durch Anklicken eines Links darauf hingewiesen werden, dass sie die Möglichkeit haben, überlegte und klare Maßnahmen zu ergreifen, wenn sie weiterhin auf eine ihnen präsentierte Werbung klicken. Wenn ein Benutzer auf einen Link klickt, vom Tracking aber unberührt bleiben möchte, ist dies natürlich weiterhin möglich, indem er die Browsereinstellungen ändert, um Cookies auszuschalten.

Publisher müssen sich die Zustimmung für Cookies, die sie setzen möchten, einholen.

Es muss beachtet werden, dass Publisher für weitere Cookies, die sie möglicherweise setzen, auch eine Cookie-Zustimmung einholen müssen. Das Banner ist derzeit nicht in das IAB Consent Framework integriert, da der Schwerpunkt dieses Tools auf programmatischen und personalisierten Aktivitäten liegt.

Weitere Informationen dazu [hier](#) oder nach Anmeldung im User Interface.



Awin's Position in aller Kürze

01

Awin ist ein gemeinsamer Verantwortlicher mit den Advertisern und den meisten Publishern

02

Es entfällt die Notwendigkeit Vereinbarungen zur Datenverarbeitung zu unterzeichnen

03

Es gibt dem Netzwerk die Flexibilität, neue Technologien zu entwickeln und die Basis für zukünftige Technologie-Weiterentwicklungen und Innovationen zu legen

04

Awin nutzt das berechtigte Interesse als Rechtsgrundlage zur Datenverarbeitung

05

Awin verlangt von seinen Partnern keine Daten-Einwilligung auf Basis der DSGVO und bietet einen flexiblen Ansatz (es wird anerkannt, dass es unterschiedliche Affiliate-Modelle gibt, wobei manche für andere Rechtsgrundlagen besser geeignet sind)

06

Awin verlangt von allen Partnern, dass die Cookie-Zustimmung gemäß den geltenden Datenschutzgesetzen eingeholt wird. Diese sind seit 2012 nur in soweit verändert, dass die Zustimmungserfordernisse um die Eigenschaften der „freien Erteilung“ und der „Eindeutigkeit“ ergänzt wurden.

07

Es steht den Publishern frei, wie sie die Cookie-Zustimmung einholen. Awin wird jedoch ein einfach zu installierendes Zustimmungstool anbieten



Was bedeutet das wenn ich als Advertiser oder Publisher mit Awin zusammenarbeite?

Als Unternehmen, das unter dem Geltungsbereich der DSGVO operiert, hat man bestimmte Pflichten als Datenverantwortlicher. Zusätzlich hat man als Publisher, der mit Awin arbeitet, einige Aufgaben, um sicherzustellen, dass das Affiliate-Tracking auf Ihrer Website rechtmäßig betrieben wird. Wir haben eine Checkliste zu den wichtigsten Punkten nach dem 25. Mai erstellt:

01

Es muss geprüft werden, ob eine Anmeldung bei der lokalen Datenschutzbehörde notwendig ist.

02

Die allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen im Sinne der DSGVO angepasst werden.

03

Mit allen Dritten, mit denen Daten verarbeitet werden, müssen Vereinbarungen getroffen werden oder aktualisierte Vertragsbedingungen akzeptiert werden, um sicherzustellen, dass diese auch nach dem 25. Mai gelten.

04

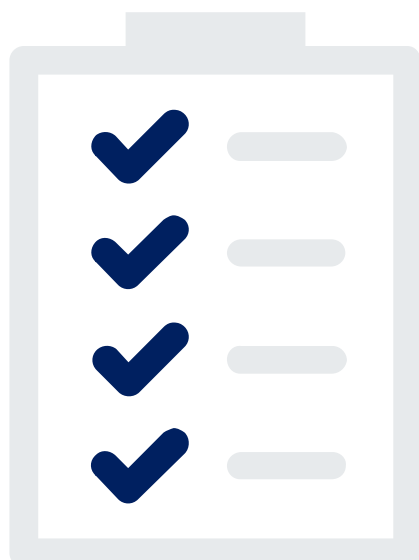
Es muss sichergestellt werden, dass es im Unternehmen ein Kontakt gibt, an den sich Einzelpersonen bei Fragen zum Datenschutz wenden können.

05

Es muss sichergestellt werden, dass jede Datenverarbeitung auf einer Rechtsgrundlage beruht, welche definiert werden muss.

06

Die Cookie-Zustimmung nach ePrivacy muss überprüft werden.



Wo finde ich weiterführende Informationen?

Awin aktualisiert sein [DSGVO-Portal](#). In den letzten Monaten ist die Zahl der Anfragen rund um unsere Datenverarbeitung stetig gestiegen. Die Fragen reichen von der Einhaltung der DSGVO bis hin zu technischen Fragen rund um die Datensicherheit. Nachfolgend haben wir die häufigsten Fragen von Advertisern und Publishern aufgelistet.

Ist Awin DSGVO konform? Wie hat sich Awin auf die DSGVO vorbereitet?

Ja, Awin erfüllt die Bestimmungen der DSGVO. In den letzten Monaten hat eine abteilungsübergreifende Arbeitsgruppe daran gearbeitet, Awins DSGVO-Einhaltung für den Termin im Mai sicherzustellen. Projekte wie die Erstellung der Datenschutzfolgeabschätzung, die Überprüfung aller Vertragsbeziehungen rund um den Datenschutz, die interne Datenminimierung und die Überprüfung der Richtlinien wurden durchgeführt. Obwohl wir uns als konform betrachten, werden wir weiterhin nach Verbesserungen suchen, denn die DSGVO verpflichtet die Unternehmen dazu, den Datenschutz an vorderster Front zu halten und die Datenverarbeitungsverfahren, wo immer möglich, kontinuierlich zu verbessern.

Der 25. Mai gilt als Ausgangspunkt für zukünftige Datenschutzbestimmungen sowie als Frist für die Einhaltung.

Habt ihr einen Datenschutzbeauftragten? Wie kann man ihn erreichen?

Ja, Awin hat ein Team von Datenschutzbeauftragten ernannt, um eine ausreichende lokale Vertretung in den Märkten sicherzustellen. Sie können das Team unter global-privacy@awin.com erreichen.

Welche personenbezogenen Daten werden von Awin erfasst? Werden diese gespeichert oder verarbeitet im Zuge des Trackings?

Die Daten, die Awin zum Tracking verwendet, sind pseudonym, unsensibel, weitgehend technisch und stehen nicht im Zusammenhang mit dem Verhalten, Aussagen oder Bewertungen von Verbraucherinteressen oder Persönlichkeiten.

Ein Tracking-Cookie würde z.B. folgende Daten sammeln:

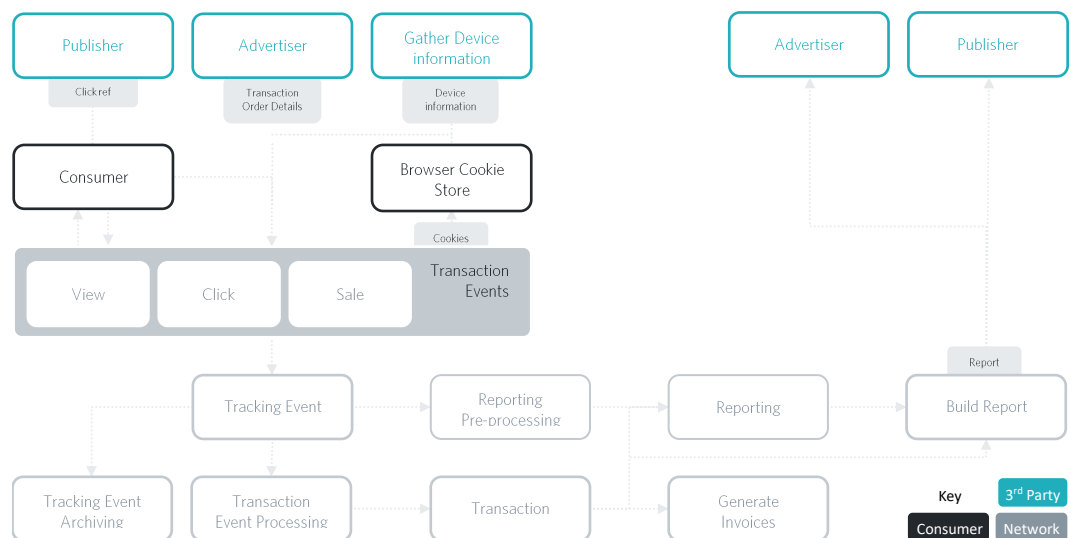


Sammelt Awin irgendwelche sensiblen persönlichen Daten?

Nein, Awin sammelt keine sensiblen Daten während des Trackings oder der Verwaltung seiner Geschäfte mit Advertisern, Publishern und Lieferanten.

Awin sammelt vertrauliche Daten über seine Mitarbeiter, wenn dies gesetzlich vorgeschrieben ist.

Welchen Datenfluss erfasst Awin?



Bitte beachten Sie, dass es sich hierbei nicht um ein vollständiges Datenflussdiagramm handelt, sondern um die wichtigsten Bearbeitungsfunktionen.

Wo werden diese Daten physisch gespeichert?

In der EU.

Gibt es Sekundäre-/Backup-Seiten?

Lokal gesicherte Daten werden verschlüsselt und offline in einem externen AWS-Cloud-Speicher abgelegt.

Wird für das Hosting der Anwendung und der Daten die Dienste eines Hosters oder eines Cloud-Providers genutzt?

Ja, Colt Technology Services (Berlin), Equinix (London/Slough), die unsere gemeinsamen Rechenzentren sind.

Cloud-Anbieter: AWS (Irland und Frankfurt, Deutschland) und Azure (Amsterdam).

Wie lange werden die Daten gespeichert? Gibt es Prozesse zur automatischen Löschung der Daten?

Sofern nicht anders angegeben (und gesetzlich zulässig), werden personenbezogene Daten nach 36 Monaten gelöscht.

Verwendet Awin Dritte als Mitverarbeiter der personenbezogenen Daten?

Ja, Awin verwendet mehrere Verarbeiter; eine vollständige Liste der Verarbeiter kann auf Anfrage freigegeben werden. Diese Dienstleister wurden einer Überprüfung unterzogen und es bestehen Datenverarbeitungsvereinbarungen, wo immer nötig.

Überträgt Awin Daten außerhalb der EU?

Nur dann, wenn es dafür geeignete Sicherheitsvorkehrungen gibt.

Bitte beschreibt die technischen und organisatorischen Maßnahmen zum Schutz der Daten.

In Vorbereitung auf die DSGVO wurden unsere technischen und organisatorischen Maßnahmen überprüft und eine Reihe von zusätzlichen Sicherheitsvorkehrungen getroffen. Zu den technischen und organisatorischen Maßnahmen (TOMs) von Awin gehören daher:

- Pseudonymisierung und Anonymisierung von Daten, wo immer möglich (IP-Adress-Kürzung, E-Mail-Adressen werden bei Verwendung gehasht, Kunden-ID-Informationen werden pseudonymisiert).
- Physische Sicherheitsmaßnahmen (Kartenschutz, eingeschränkter Gastzugang)
- Die Verwendung von Zugriffsrechten auf der Basis von Berechtigungsnachweisen.
- Ein obligatorisches Schulungsprogramm für Mitarbeiter zum Thema Datenschutz und Datensicherheit.

Außerdem wurden die Richtlinien zur Datensicherheit, einschließlich Awins Business Continuity Plan, Incident Reporting Policy, Information Handling Policy, etc. umfassend aktualisiert.

Werden die TOMs regelmäßig getestet?

Ja, die TOMs werden jährlich und im unwahrscheinlichen Fall eines Sicherheits- oder Datenverstoßes überprüft.

Wie ist die IT-Sicherheit nach Rollen und Verantwortlichkeiten organisiert?

Der CTO übernimmt die Gesamtverantwortung für die IT-Sicherheit. Unsere Richtlinien werden auf globaler Ebene von unserem Group Systems and Architect Director festgelegt. Sie werden dann in jedem lokalen Markt von der IT-Direktion mit voller Unterstützung der Managementteams umgesetzt. Die Netzwerksicherheit liegt in der Verantwortung des Head of Network and Security, die Unternehmenssicherheit in der Verantwortung des Head of Internal IT, die Anwendungssicherheit in der Verantwortung des Group Systems and Architecture Director. Das Rechtsteam unterstützt die Einhaltung der Vorschriften in jedem dieser Bereiche.

Verschlüsselt, anonymisiert oder pseudonymisiert ihr personenbezogene Daten, damit sie nicht von Unbefugten gelesen werden können?

Die im Rahmen des Tracking gesammelten Daten sind pseudonym (IP-Adressen werden gekürzt, E-Mail-Adressen, die für das geräteübergreifende Tracking verwendet werden, werden standardmäßig gehasht). Alle Daten werden bei der Übertragung über öffentliche Netze verschlüsselt (SSL- oder IPSec-Verschlüsselung auf Basis aktueller Industriestandards). Wechselbare Geräte, Laptops und mobile Geräte verfügen über eine vollständige Festplattenverschlüsselung.

Bitte beschreibt die physische Sicherheit eurer Gebäude.

Der Zugang zu allen Standorten (Büros und Rechenzentren) wird über eine Schlüsselkarte gesteuert. Es ist den Gästen nicht gestattet, diese ohne Begleitung eines Mitarbeiters zu betreten. Der Zugriff auf die Standorte des Rechenzentrums ist auf das vorab genehmigte Personal innerhalb der IT-Teams beschränkt. Alle Zugriffe auf diese Standorte werden protokolliert.

Ist ein Firewall-Schutz in den Systemen integriert?

Alle internen Dienste von Awin sind über Firewalls mit dem Internet verbunden, die die Dienste vor Angriffen von außen schützen.

Unser Operations-Team führt jede Woche Schwachstellen-Scans auf unseren externen Systemen durch.

Welche Maßnahmen zur Beschränkung des Datenzugriffs gibt es?

Im Rahmen unserer Vorbereitung auf die DSGVO haben wir unsere Zugangskontrollpolitik überprüft und unsere Verpflichtungen wie folgt verstärkt: Zugangskontrollvereinbarungen werden befolgt, um den Zugang zu Awin-Einrichtungen, Geschäftsanwendungen, Informationssystemen, Netzwerken und Computergeräten zu beschränken.

- Alle Personen mit Zugang zu IT-Systemen, Informationssystemen, Anwendungen, Netzwerken und Computergeräten werden autorisiert, bevor ihnen Zugriffsrechte gewährt werden.
- Das Prinzip, dass so wenig Zugriffsrechte wie nötig vergeben werden, gilt.
- Die Aufgabentrennung sollte in Betracht gezogen werden.
- Der Zugang zu den Awin-Einrichtungen muss streng kontrolliert werden, wobei authentifiziertem und autorisiertem Personal durch geeignete physische Sicherheitskontrollen Zugang gewährt wird.
- Zugriffsrechte können nicht gemeinsam vergeben oder innerhalb einer Gruppe geteilt werden.
- Im Allgemeinen muss der Zugang zu Informationssystemen, die persönliche oder vertrauliche Informationen enthalten, eine 2-Faktor-Authentifizierung erfordern.

Habt ihr ein System von Benachrichtigungen im Fall einer Sicherheitsverletzung?

Verstöße werden gemäß unserem Störungsmeldungsplan behandelt und gemeldet. Im Falle eines Verstoßes gegen personenbezogene Daten (oder einer unrechtmäßigen Weitergabe vertraulicher Informationen) werden die betroffenen Advertiser so schnell wie möglich informiert – wenn möglich immer vor der Weitergabe an die Datenschutzbehörden und betroffene Personen.

Wie stellt ihr sicher, dass die Datenschutzbehörde im Falle eines Datenverstoßes innerhalb von 72 Stunden benachrichtigt wird?

Jeder Verstoß ist unverzüglich dem DSB von Awin zu melden. Dies ist ein entscheidendes Element für die Einhaltung der 72-Stunden-Frist und wird daher in allen Schulungen, Informationsmaterialien und Richtlinien für die Mitarbeiter hervorgehoben. Sobald die Informationen den DSB von Awin

erreicht haben, kümmern sie sich um die Meldepflichten. Die DSBs werden auf die Anforderungen von geschult.

Wie sichert ihr die Rechte des Einzelnen?

Awin hat seine Prozesse rund um die Rechte des Einzelnen überprüft und ist zuversichtlich, dass wir in der Lage sein werden, den Anforderungen gerecht zu werden. Alle Anfragen sollten an global-privacy@awin.com gerichtet werden, wo die lokalen Datenschutzbeauftragten auf Anfragen in der entsprechenden Sprache antworten.

Haben alle Mitarbeiter, die an der Verarbeitung von Kundendaten beteiligt sind, Schulungen zum Thema Datenschutz und Informationssicherheit erhalten?

Ja, Awin hat ein Schulungsprogramm für Mitarbeiter in den betroffenen Bereichen durchgeführt.

Wo finde ich den Link zu den Datenschutzbestimmungen?

<https://www.awin.com/de/rechtliches/privacy-policy>

Stellt ihr Beispielformulierungen für Datenschutzbestimmungen zur Verfügung?

Ihr könnt jeden beliebigen Wortlaut unserer Richtlinien für eure Zwecke verwenden.

Können wir als Advertiser eine Vereinbarung zur Datenverarbeitung abschließen?

Ja. Bitte frag bei deinem Account Manager oder Account Manager Team nach unser Vereinbarung zur Datenverarbeitung als gemeinsam Verantwortliche an.

Müssen wir als Publisher eine Vereinbarung zur Datenverarbeitung abschließen?

Das ist nicht erforderlich, da alle relevanten Bestimmungen in die Verlagsbedingungen enthalten sind. Bitte lesen und akzeptieren Sie diese (aktualisierten) Bedingungen.

An wen kann ich mich mit weiteren Fragen wenden?

Die Account Manager helfen euch bei allgemeinen Fragen zum Datenschutz und -sicherheit gerne weiter. Wenn ihr mit unserem Datenschutzbeauftragten direkt sprechen möchtet, wendet euch bitte per E-Mail an global-privacy@awin.com.

