

Episode #3

Digital Snacks

Ready - Set - Consent, Schweiz?

@dialog | EMPOWERING DATA-DRIVEN MARKETING
by people for people



“Succeed in a privacy-first, respectful world.”

Sandra Wojciechowska
Data Protection Officer &
Head of Consent Management

+43 1 309 09 09
wojciechowska@e-dialog.group

www.e-dialog.group

DM me for
Consent
Consultation!



“Consent Management is the base of your future-proof marketing.”

Lisa Weichselbaum
Senior Advisor

+43 1 309 09 09
weichselbaum@e-dialog.group

www.e-dialog.group



DM me for how
to use your data
in a privacy-first
way!



Ziele heute....

01

Wissensstand angleichen

...Know-how stärken
und Wissen
mitnehmen

02

Auswirkungen verstehen

...Thema &
Auswirkungen
verstehen

03

Überblick gewinnen

...wie greifen die
Themen ineinander?
Was gilt es zu tun?

04

Nicht-Ziel heute:

Massnahmenplan,
technische Feinheiten
& Rechtsberatung

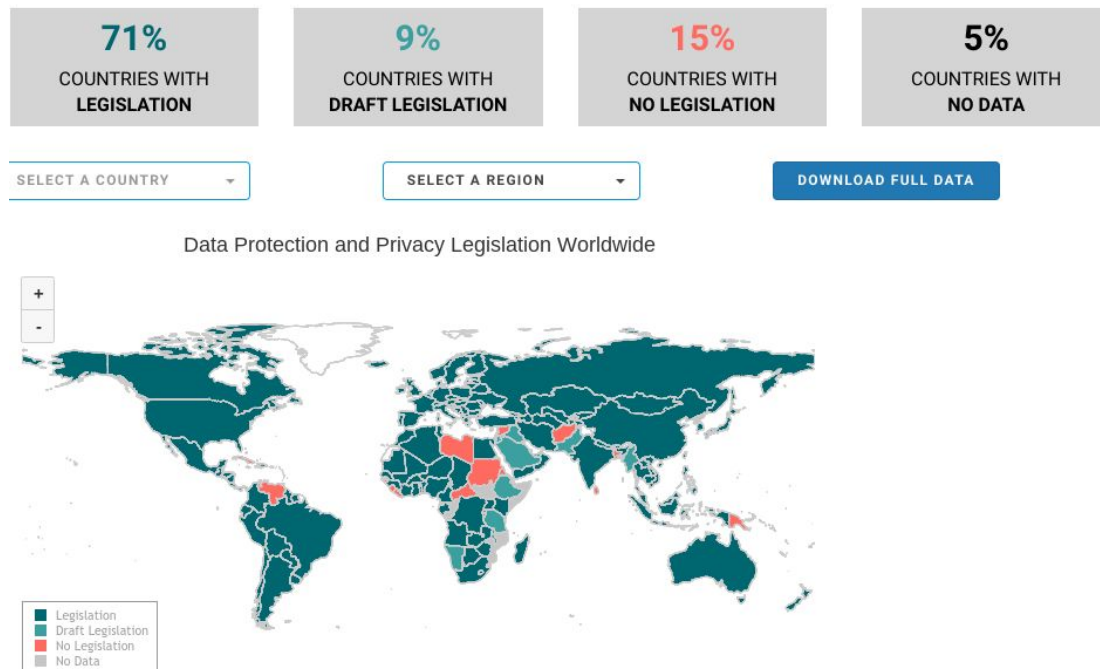
Daten & Datenschutz → Wichtiger Hinweis

An dieser Stelle möchten wir ausdrücklich darauf hinweisen, dass unsere zur Verfügung gestellten Informationen keine Rechtsberatung darstellen und eine Überprüfung von Legal / Datenschutz nicht ersetzen können, sie erfolgt daher ohne Gewähr.

Grundlagen & Kontext



Privacy-first Haltung = Weltweite Entwicklung



Quelle: UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)
<https://unctad.org/page/data-protection-and-privacy-legislation-worldwide>

Impact aus GDPR & e-privacy & Co.



Rechtliche Grundlage

Die DSGVO, e-Privacy VO und nationalen Gesetze beeinflussen die Art und Weise wie wir Daten erheben dürfen.

Awareness-Building

Höheres Bewusstsein entsteht bei Verantwortlichen und Nutzern

Die Folge

Nutzer verlangen mehr Kontrolle und Transparenz über die gesammelten Daten und die Personalisierung von Werbung

Auswirkungen wie Browser-Updates

Urteile, weltweite Entwicklungen sowie Branchen-Rahmen (TCF) führen zu einem zunehmend restriktiveren Umgang mit Cookies (vor allem seitenübergreifende Cookies)



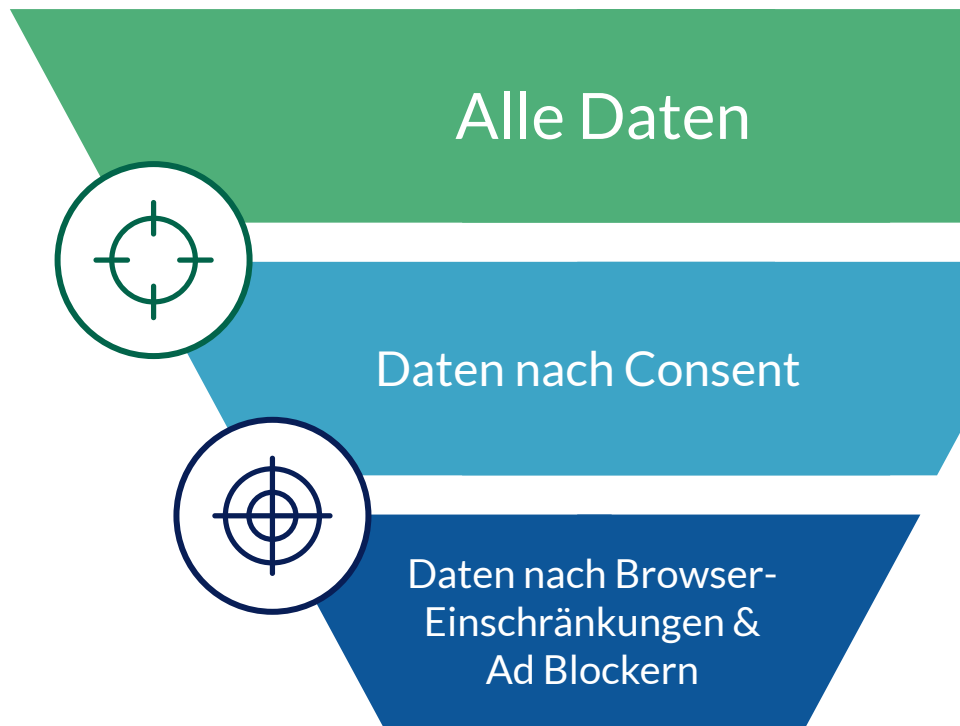
Data Loss = Neue Realität?

Wir alle müssen mit weniger Daten und/oder geringerer Präzision auskommen.

Was tun?

Daten neu denken und so aktivieren, dass die Privacy-Präferenzen der UserInnen respektiert werden

...und trotzdem eine effektive Kund*innenansprache sowie Erfolgsmessung möglich ist.



5 Challenges, die sich daraus ergeben

Respektieren der Privacy-Präferenzen sowie Wahl der NutzerInnen

Verbessern und Aktivieren der 1st-Party Daten

Skalierbarkeit & Reichweite in einem Ökosystem ohne Cookies beibehalten

Fokus und Umstieg auf zukünftig mögliche Targeting-Methoden

Datenlücken schliessen durch zur Verfügung stehende Technologien



WHATEVER
IT
TAKES

Darauf bauen wir jetzt & in Zukunft

01

Holistic Consent Management

Wird die neue Kerndisziplin in der Post Cookie Ära

Wie gewinnt man Consent? Kann man auch ohne Consent arbeiten?

02

1st Party & Data-Ownership

1st Party Daten & Identifier Data-Ownership

Wie generiert man 1st Party Daten und sichert sie dauerhaft?

03

Auf die richtigen Systeme setzen

Zur Aktivierung der eigenen Daten für Targeting & Personalisierung

Welche Systeme unterstützen uns jetzt und in Zukunft?

04

Cookieless Targeting

Data-driven Solutions und die Renaissance des Contextual Targeting

Wie kann sinnvolles Targeting zukünftig sichergestellt werden?

05

Cloud & ML

Veredelung eigener Daten, Modeling & Automatisierung in Echtzeit

Wie schliesst man entstandene Lücken & nutzt die vorhandenen Daten bestmöglich?

Der Schlüssel?

Consented First Party Data

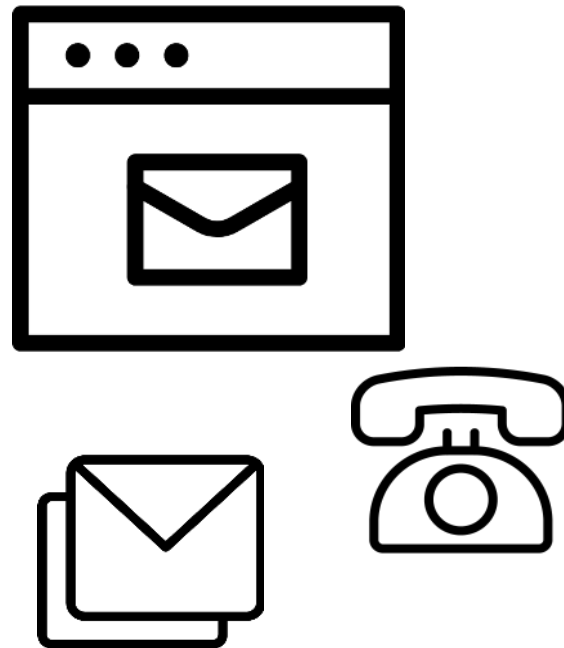
First party Daten sind hot. Sammelt und behaltet sie.

E-Mail Adressen, Telefonnummern, Adressen etc. sind die Identifier der Zukunft.

Beispiele, wo 1st-party Daten bereits zur Ansprache genutzt werden können.

- ID Solutions (netID etc.)
- Facebook Conversion API
- Enhanced Conversions (CM360)
- Customer Match (Google + Meta)
- Data Clean Rooms

Empfehlung: Anreize schaffen, sich anzumelden und Consent zur Nutzung für Marketingzwecke zu geben.



Consent & CMPs

Consent Management = Zustimmungsmanagement

Damit gemeint ist ein Prozess, der es Betreibern von Webseiten ermöglicht, Zustimmungen der User zum Sammeln ihrer Daten einzuholen und damit die rechtlichen Bestimmungen zu erfüllen.

Consent Management Plattformen (=CMP)

Mithilfe einer Verwaltungsplattform können Sie Ihren Einwilligungsprozess automatisieren und so die Einhaltung der DSGVO vereinfachen.



**“Cookies sterben doch -
wozu dann noch Cookie Banner?”**

Cookie Banner vs. Consent Management

Bei der Einholung der Zustimmung zum Sammeln von User-Daten
kommt es nicht auf die Fragestellung nach einem
First- oder Third-Party-Cookie an!

Opt-out Modell mit Fokus auf die Schweiz

Status Quo in der Schweiz

Die Schweiz hat seit 2007 ein eigenes Cookie-Gesetz, das für alle Vermarkter gilt, die Cookies verwenden.

§ 45c FMG - Daten auf fremden Geräten:

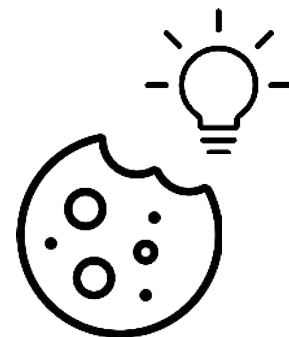
- Über die Bearbeitung mittels Cookies und ihren Zweck ist zu informieren
- Auf Ablehnungsrecht muss hingewiesen werden - Opt-Out



Was bedeutet das konkret...

Keine ausdrückliche Zustimmung erforderlich

Im Gegensatz zur EU gilt in der Schweiz das Opt-out-Prinzip!



Rein bezogen auf die Schweiz genügt:

- normalerweise ein Hinweis in Ihrer Datenschutzerklärung
- Es muss auch erklärt werden, wie Cookies im Browser deaktiviert werden können.

Wo eine Regel ist, ist auch eine Ausnahme, nämlich:

Gemäss Art. 6 des Schweizerischen Datenschutzgesetzes (kurz DSG) ist eine ausdrückliche Einwilligung erforderlich, wenn die verwendeten Cookies zur Verarbeitung verwendet werden von:

- besonders schützenswerte personenbezogene Daten bzw
- Persönlichkeitsprofilen!

Was erwartet euch in der Zukunft? - nDSG 2023

Ziel:

Annäherung an die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Warum?

Bundesgesetz über den Datenschutz (DSG) aufgrund der rasanten technologischen Entwicklung nicht mehr zeitgemäss.

→ Totalrevision = Anpassung des DSG an veränderten technologische & gesellschaftlichen Verhältnisse

Damit der Datenaustausch von Personendaten mit der EU bzw. dem EWR möglich bleibt.

Was bringt das nDSG ab 1.9.2023?

- Sanktionen - Im Gegensatz zum bestehenden DSG definiert der Textentwurf klare Sanktionen: Bussen bis zu CHF 250'000
- Meldung von Datenschutzverletzungen durch Datenverantwortliche
- Einwilligung für die nachfolgende Bearbeitung der gesammelten Daten (keine Einwilligung für Cookies)
- Umfassende Informationspflicht über Datenbearbeitungen (Art. 19 DSG)
- Link auf Datenschutzerklärung in Cookie Banner
- Privacy by Design und Default (Neu: Art. 7 DSG)
 - Pflicht, granulare Auswahl zu ermöglichen (Funktions-, Analyse-, Marketing-Cookies)
 - Als Voreinstellung lediglich technisch notwendige Cookies automatisch gesetzt
- Nudging: Beeinflussung der Cookie-Auswahl
 - z.B. Hervorhebung des «Alle Cookies akzeptieren» Buttons
 - Keine Rechtsprechung in der Schweiz – aber ein allgemeines Irreführungsverbot



Checkliste: Neuerungen DSG

Weitere Infos & Wissenswertes zum neuen Schweizer Datenschutzgesetz samt einer granularen Checkliste.

Frei verfügbar zum Download unter:

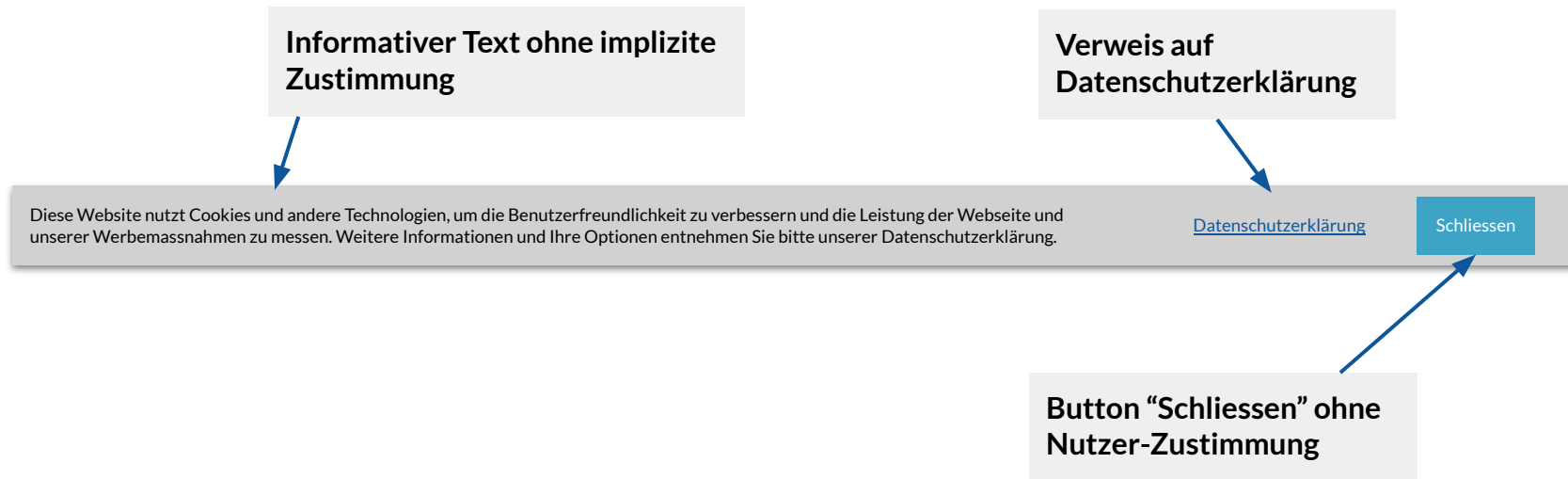
<https://e-dialog.group/at/blog/consent-management/das-neue-datenschutzgesetz-in-der-schweiz-worauf-sie-achten-mussen/>

The screenshot displays the @dialog website with a dark blue header. The main content area features a large article titled "Das neue Datenschutzgesetz in der Schweiz ab 1.9.2023 - worauf Sie achten müssen!" with a sub-headline "VON SANDRA WOJCIECHOWSKA". To the right, a "CONSENT CHECKLISTE" is visible, asking "Was sollen Schweizer Unternehmen nun tun?". Below the main article, there is a "Management Summary" section dated 30. AUGUST 2023, indicating a 4-minute read. A "Consent Management" sidebar on the right offers a "New Edition" button. The background of the article features a collage of tech-related icons like a laptop, a Swiss flag, a padlock, and various charts.

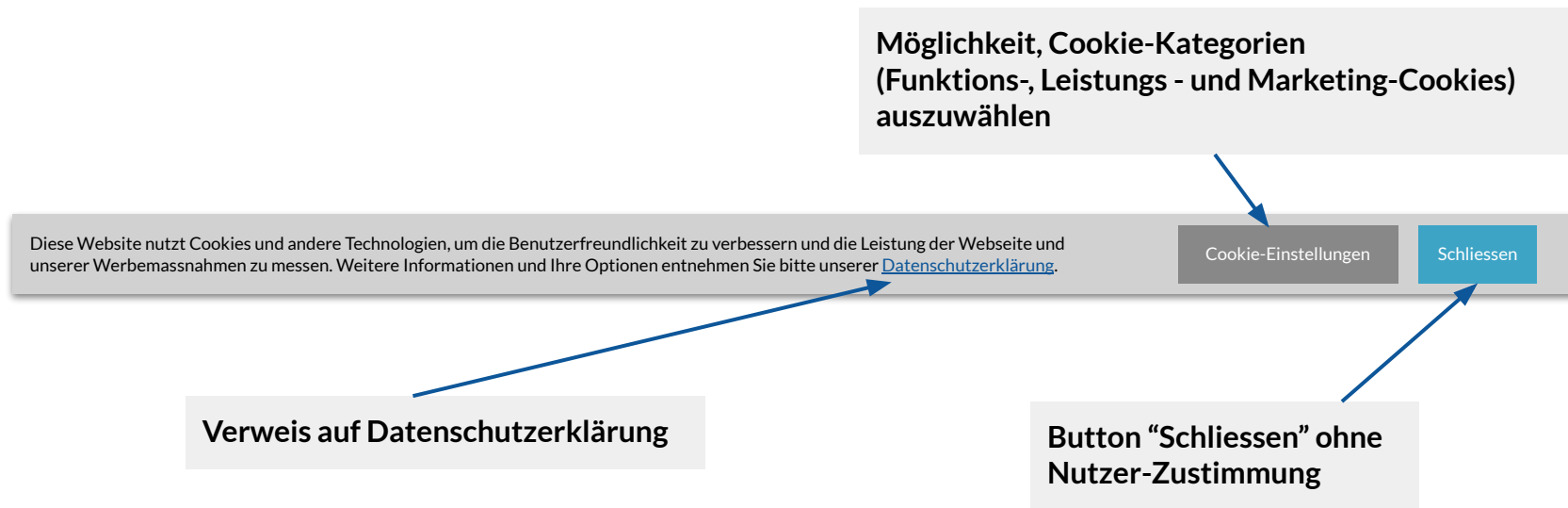
Consent Status

Empfehlungen

Bisheriger korrekter Consent Banner gemäss Schweizer DSG



Unsere Empfehlung zur Umstellung zum neuen Schweizer DSG (ab 09/2023)

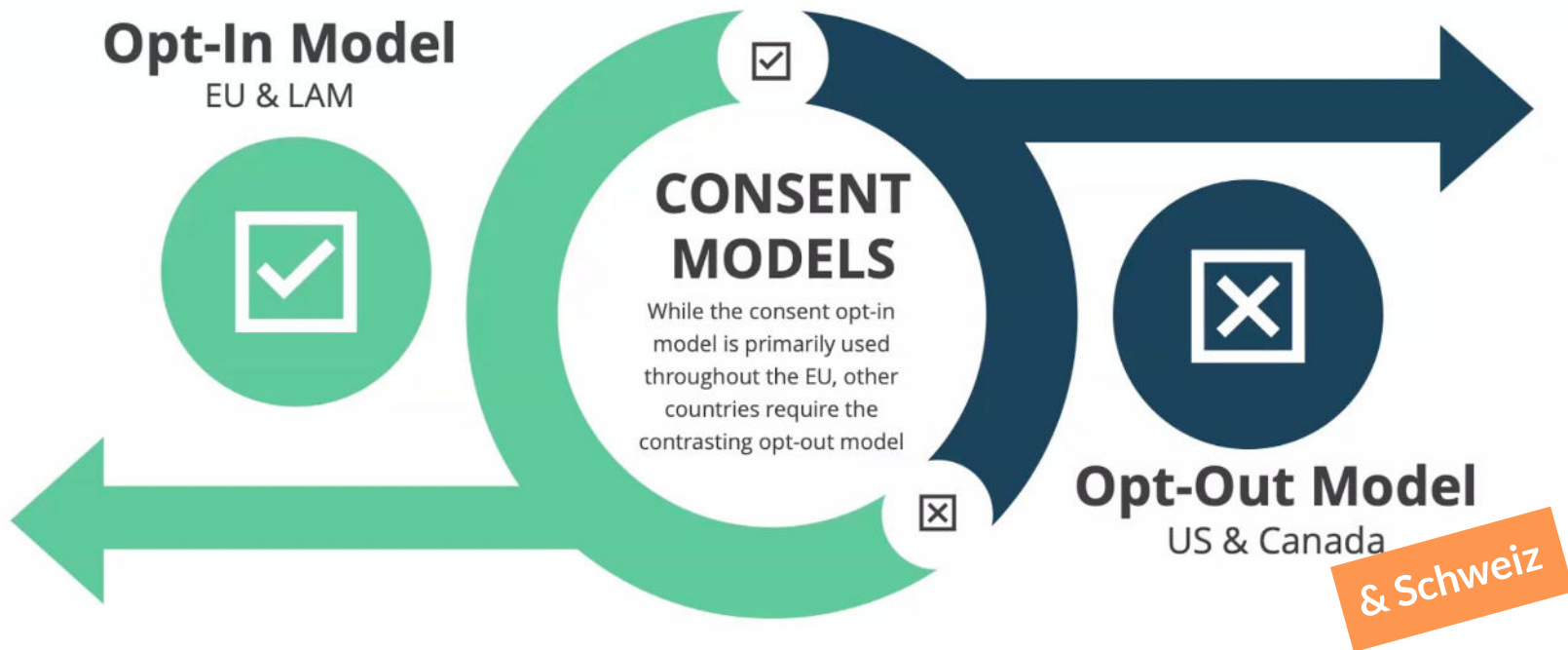


Checkliste: Must-haves der rechtskonformen Consent-Bannergestaltung in der Schweiz nach dem neuen DSG:

- ✓ Nur Information
- ✓ Keine Zustimmung notwendig
- ✓ "OK-" oder "Schliessen-Buttons"
- ✓ Möglichkeit zur Cookie-Auswahl geben
- ✓ Keine implizite Zustimmung generieren
- ✓ Keine Zustimmung mit zu vielen und irreführenden Informationen



Consent Modelle weltweit

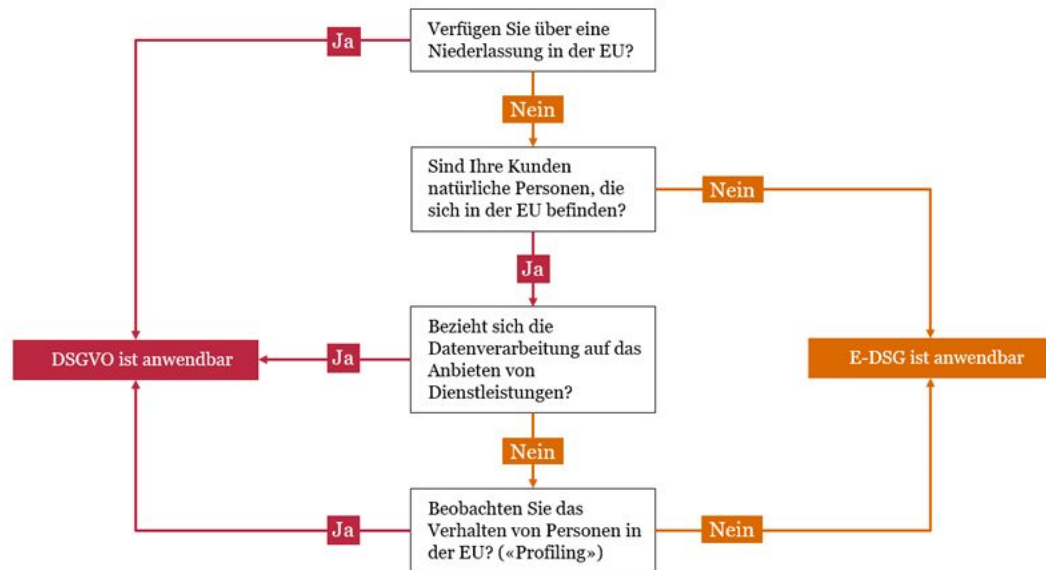


nDSG oder DSGVO?

Das neue Datenschutzrecht in der Schweiz orientiert sich stark an der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Abhängig von Ihren konkreten Marktaktivitäten kann neben dem nDSG auch die DSGVO gelten – nämlich dann, wenn Sie Daten von Personen verarbeiten, die aus dem EU-Raum stammen.

In diesem Fall sollte der Consent Banner nach Opt-in Modell und EU-Raum ausgespielt werden.



Geolocation-Rules

EU
Regions: EU, United Kingdom
Consent Model: Opt-in

USA Kalifornien
Regions: California
Consent Model: Opt-in

BR & LGPD
Regions: Brazil
Consent Model: Opt-in

Russia
Regions: Russian Federation
Consent Model: Opt-out

Global
Regions: GLOBAL
Consent Model: Opt-in
Default

Regions:
Consent Model: Opt-in

*** Rule Name**

Select the regions you would like to assign this policy to:

Region
Country
Afghanistan
Aland Islands
Albania
Algeria

Template

Category Name ⓘ
Status
Do Not Track ⓘ
Global Privacy Control ⓘ

Cookie Categories

Learn More

Integrations ⓘ
Google Consent Mode

Consent Management Plattformen



Was leistet eine CMP?

Rechtskonforme Einholung der User Consents

Verwaltung über den gesamten Lebenszyklus

Änderungssichere Speicherung & Dokumentation

Prozessunterstützung

Individualisierbarkeit

Integration mit anderen Datenbanken (CRM/CDP/...)

Integration IAB TCF 2.2

Integration Google Consent Mode

Erfüllung der unterschiedlichen Standards und Anpassung nach Ländern (nDSG, DSGVO, CCPA, APEC, Brasilien,...)

Build or Buy?

Eigenentwicklung

Vorteile

Transparente interne Lösung
Unabhängigkeit von Drittparteien

Nachteile

Development-Aufwände
Maintenance
Aktualität
Kompetenzen, Wissenstransfer & Ressourcen
Haftung und Garantie der Software

Lizenzierung einer CMP

Vorteile

Autom. Nachweis von Dauer, Löschung & Fristen
Audit-sichere Speicherung & Dokumentation
Datenbanken mit Beschreibungen und Texten
Geteilte Development Kosten
keine unerwartete Folgekosten
stets auf dem neuesten Stand des Rechts & Technik
Individualisierbarkeit & Integration mit Datenbanken

Nachteile

Zusätzliche Überprüfung Kompatibilität der Systeme
Risiko fehlerhafter Implementierungen

Quantcast

@dialog



onetrust



osano



TrustArc



Whitepaper: Consent Management Platform Anbieter im Vergleich

[https://e-dialog.group/ch/whitepaper/
whitepaper-consent-management-plattformen-vergleich-schweiz-edition/](https://e-dialog.group/ch/whitepaper/whitepaper-consent-management-plattformen-vergleich-schweiz-edition/)

CMP Auswahlmatrix & -prozess

		Gewichtung	Usercentrics V1	Usercentrics V2	Fusedeck	Commanders Act	Trustarc	Tealium	OneTrust	Didomi	Quantcast	Cookiebot	Consent Manager	Cookieconsent	OIL.js	Borlabs (nur WP)	Klaro! (Kiprotect)
Fundamente	Ansatz		technologiebasiert	technologiebasiert	Zusatz zur Trackinglösung	tag- und technologiebasiert	cookiebasiert	tagbasiert	cookiebasiert	tagbasiert	technologiebasiert	cookiebasiert	cookie- und technologiebasiert	cookiebasiert	cookiebasiert	technologiebasiert	technologie
	Standalone oder Paketlösung		Standalone	Standalone	Paketlösung	Standalone und Paketlösung	Standalone	Paketlösung	Standalone	Standalone	Standalone	Standalone	Standalone	Standalone	Standalone	Standalone und Paketlösung mit Toolium	Standalone
Hosting	Beispiel		https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/
	URL Anbieter		https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/	https://www.cookiebot.com/
Zustimmung	Hosting auf EU Server (Tool & Consent)	Bitte wählen															
	Eigenes Hosting von Designer & Script	Bitte wählen															
	Einwilligung gespeichert bei User	Bitte wählen															
	Gespeichert in Cookie	Bitte wählen															
	Gespeichert in Local Storage	Bitte wählen															
	Gespeichert in Data Layer	Bitte wählen															
	Einwilligung gespeichert bei Toolanbieter	Bitte wählen															
	Zustimmung auf Gruppenebene	Bitte wählen															
	Zustimmung auf Technologie / Cookieebene	Bitte wählen															
	Quick Consent / Zustimmung für Alle	Bitte wählen															
	Cross Domain Consent	Bitte wählen															
	Cross Device Consent	Bitte wählen															
	Pro Land anderes Text	Bitte wählen															
	Pro Land anderes Design	Bitte wählen															
Weitere Einstellungen	Länderspezifische Auslieferung (Geolocation)	Bitte wählen															
	Country Look Up / IP	Bitte wählen															
	Browsersprache	Bitte wählen															
	HTML lang Attribut	Bitte wählen															
	User JS veränderbar	Bitte wählen															
	Berücksichtigung des Do Not Track Status	Bitte wählen															
	Consent Erneuerung	Bitte wählen															
	Zeit-basiert (zeitlicher Ablauf)	Bitte wählen															
	Event-basiert (Trigger, JS-Änderung des Consents)	Bitte wählen															
	Consent Preferences im Footer-Bereich	Bitte wählen															
	Buttons um Einstellungen zu öffnen	Bitte wählen															
	On/Off Switch um Consent Status abzuändern	Bitte wählen															
	Iframes (Third-Parties) sollten erkannt werden	Bitte wählen															
	Einbindung von anderen Technologien werden automatisch erkannt	Bitte wählen															
	Preference Management Center Möglichkeiten	Bitte wählen															
Design	Consent Reporting im Tool	Bitte wählen															
	Integriertes Google Analytics Reporting	Bitte wählen															
	Integriertes User-Behaviortracking	Bitte wählen															
	Support in der eigenen Sprache / unterschiedlichen Sprachen	Bitte wählen															
	Externes CSS im Tool (Gibt an, wie keine-Dialog eingeschaltet CSS-Anpassungen vornehmen)	Bitte wählen															
	A/B Testing Unterstützung/On-Off in Optimierung	Bitte wählen															
API & Techniken	API für Web-Consent-Export (oder im UI)	Bitte wählen															
	API für weiteren Consent-Import (oder im UI)	Bitte wählen															
	API spezifizieren - Anbindung in CRM	Bitte wählen															
	App-Lösung (SDK) für iOS	Bitte wählen															
	App-Lösung (SDK) für Android	Bitte wählen															
	InApp Consent	Bitte wählen															
	Zustimmung auf SmartTV oder vergleichbaren Technologien	Bitte wählen															
Automatisierung	Automatisierte Erkennung von Technologien/Cookies	Bitte wählen															
	Automatisierte Texte zu Technologien/Cookies	Bitte wählen															
	Automatisierte Datenschutzerklärung	Bitte wählen															
	Automatisierte Nachweise für Auskunftsbefragungen nach Art. 15	Bitte wählen															
Zert.	Die CMP ist mit Google Consent Mode vereinbar	Bitte wählen															
	Tool ist iAB-zertifiziert	Bitte wählen															

Entscheidungsmatrix mit Kriterien zur Bestimmung einer geeigneten CMP

„Must-have“, „Should-have“ und „Nice-to-have“-Kriterien

Umsetzung in der Praxis

Schritte einer gut durchdachten Consent Lösung

01



Erhebung der
Business
Requirements

02



Auswahl des
richtigen Tools

03



Konzept als
Grundlage

04



Augenmerk auf
Implementierung
und das danach

Was ist jetzt zu tun?

Empfehlung & Next Steps

Prüfen der
bisherigen
Umsetzung

CMP Tools und
Möglichkeiten
evaluieren

Consent
weiterdenken &
auf das nächste
Level bringen

Schreibt uns an!

WORKSHOP & AUDIT
für Consent und Privacy



Lisa Weichselbaum
weichselbaum@e-dialog.group

CONSULTING
für das passende CMP Tool



Sandra Wojciechowska
wojciechowska@e-dialog.group

Special Offer

Gültig bis 31.10.23



Consent Quick Check & Best Practices Workshop

- ✓ Ergebnisse unserer Überprüfung der aktuellen Consent Umsetzung*
- ✓ Empfehlung notwendiger Anpassungen
- ✓ Consent Management Platform Beratung & Tool-Übersicht
- ✓ DSGVO, nDSG oder DSGVO wann gilt was - was muss beachtet werden?
- ✓ Consent Ausblick & Vorbereitung auf die Post Cookie Ära

* kein detailliertes, technisches Audit

FRAGEN?

» Können Sie die Unterschiede zwischen dem schweizerischen und dem deutschen, bzw. EU-Gesetz erläutern? «

UNSERE ANTWORT

Der grosse Unterschied ist das Opt-in-, bzw. Opt-out Modell.

- Im **EU-Raum** gilt das **Opt-in Modell**, das bedeutet, es bedarf der freiwilligen Einwilligung der Nutzer:innen, welche die Verwendung ihrer Daten explizit erlaubt.
- In der **Schweiz** hingegen gilt das **Opt-out Modell**, d.h. in diesem Fall können wir weiterhin, auch nach dem neuen Datenschutzgesetz, die Daten nutzen, wenn diese auch in einem rechtlich konformen Rahmen, verarbeitet werden. Jedoch muss die Möglichkeit eines Opt-outs eingeräumt werden. Das bedeutet, dass Nutzer:innen jederzeit widersprechen können.

Statement: “Wenn eine Website aber auch in der EU ersichtlich oder tätig ist, gilt das DSGVO.”

Richtig, d.h. wenn Sie als schweizer Unternehmen auch Traffic aus dem EU-Raum haben, empfehlen wir Ihnen, dass diesen Personen der EU-Banner ausgespielt wird, das funktioniert ganz einfach mit den geolocation rules, die von den meisten Consent Management Platform am Markt bereits angeboten werden (siehe auch Folie 28).

EURE
FRAGEN





EURE FRAGEN

» Welche Kosten kommen auf mich in der Schweiz bei der Implementierung einer Consent Management Plattform zu? Kann ich Kosten sparen, wenn ich die DSGVO direkt berücksichtige? «

UNSERE ANTWORT

Die Kosten lassen sich auf zwei Arten erkennen

- Lizenzkosten, wenn man sich für eine Consent Management Plattform (CMP) entscheidet.
- Implementierungskosten, wenn man von einem Partner begleitet werden möchte, der sich um die Implementierung der CMP kümmert.

Die Lizenzkosten fallen unterschiedlich hoch aus, jeder Anbieter verwendet eine unterschiedliche Berechnungsgrundlage; -Usercentrics beispielsweise, orientiert sich nach der Anzahl von Domains und Sessions, OneTrust bezieht sich nur auf Domains und Didomi richtet sich vergleichsweise nach monthly unique visitors. Wichtig ist zu wissen, was der eigene Need ist, um dann das lukrativste Modell für das eigene Unternehmen zu wählen.

Bei den Implementierungskosten werden mehrere Aspekte berücksichtigt, diese sich aber schnell in einem detaillierten Beratungsgespräch eruieren lassen, u.a.: wie viele Domains oder bspw. Tags habe ich, wie soll eingebunden werden. Vom Aufwand können wir sagen, dass für die Implementierung einer uns bekannten CMP in der Regel eineinhalb- bis zwei Personentage pro Domain zu rechnen sind.

Zur Frage, ob Sie Kosten sparen können, wenn Sie die DSGVO berücksichtigen - die meisten CMPs bieten die Möglichkeit den Banner je nach Land unterschiedlich auszuspielen - das ist Einstellungssache, die aber bereits mit den Lizenzkosten gedeckt ist. Sie könnten sich die (Implementierungs-)Aufwände sparen zwei Banner-Varianten (CH/EU) zu entwerfen. Allerdings könnten Sie mehr Opt-outs erhalten, wenn Sie sich entscheiden die EU-Variante in der Schweiz auszuspielen - dies sollte aus strategischer Sicht beleuchtet werden.



EURE FRAGEN

» Ist ein Cookie-Popup bei Besuch der Website zwingend notwendig oder reicht ein Link zur Cookie Policy im Footer? «

UNSERE ANTWORT

Grundlegend gilt, es muss darauf hingewiesen werden was passiert, da eine Informationspflicht vorliegt. Wenn man sich für den Link im Footer entscheidet, stellt sich die Frage, ob die Informationen ausreichend sind, oder nicht. Wir raten dazu Rücksprache mit ihrer Datenschutzabteilung zu halten, um sicherzustellen, dass das gewählte Vorgehen vertretbar ist und genügend Informationen für den Nutzenden vorliegen, um die Entscheidung zu treffen.

» Trifft das alles nur zu, wenn man Google Analytics verwendet oder auch bei Matomo? «

UNSERE ANTWORT

Prinzipiell ist es Tech-unabhängig, wenn Daten gesammelt werden und es um Einwilligungen geht, dann ist es den Gesetzgebern egal, welcher Anbieter das ist. Es trifft also nicht nur auf Google Analytics zu, sondern auch auf andere Systeme, die hier mitmessen.

EURE FRAGEN



»» Zur Folie mit der Consent Bannergestaltung (25): Ab wann dürfen Tags feuern? Erst sobald der User auf "Schliessen" klickt oder schon vorher? <<<

UNSERE ANTWORT

Bereits davor. In der Schweiz dürfen Tags prinzipiell feuern, bis es zu einer Ablehnung kommt (Opt-out). Im EU-Vergleich dürfen Tags erst feuern, wenn es vorab zu einer aktiv und freiwillig (auf informierter Basis) gesetzten Einwilligung durch den Nutzenden kommt.

»» Bei GDPR dürfen Tags meines Wissens Tags erst gefeuert werden, wenn der Consent vom User gegeben wurde. Da in der Schweiz das Opt-Out Prinzip gilt, nehme ich an, dass Tags sofort beim Page-load gefeuert werden dürfen? <<<

UNSERE ANTWORT

In der EU wird nicht zwischen 1st und 3rd Party Cookies unterschieden, sondern zw. technisch notwendigen und nicht notwendigen Cookies. D.h. alle, die technisch notwendig sind, dürfen gefeuert werden (Sicherheits-, Sprachen-, Warenkorb-Cookies), damit die Website wie vorgesehen funktionieren kann. Alles was darüber hinausgeht (bspw. Remarketing), bedarf einer Einwilligung vorab. In der Schweiz können die Tags vorab durch das Opt-out Prinzip gefeuert werden, aber natürlich muss die Möglichkeit des Opt-outs gegeben sein.

EURE FRAGEN



»» Wie lange dauert die Implementierung einer Consent Management Plattform? ««

UNSERE ANTWORT

Der Umfang einer Implementierung hängt von einigen Parametern ab, die im Vorfeld geklärt werden sollten. Wie etwa:

- Anzahl der Domains
- Anzahl der genutzten Kanäle (soll z.B. auch die CMP in einer App eingebunden werden)
- Art und Weise des Einbaus

Hier lohnt es sich bereits vor der Implementierung bzw. Angebotseinholung diese Fragen intern zu klären, um eine gute Schätzung der Aufwände einzuholen.

»» Kann ich eine Consent Management Plattform selbst bauen bzw. eine eigene Lösung nehmen? - oder empfiehlt ihr eher, eine zu lizenzieren? ««

UNSERE ANTWORT

Beide Wege sind möglich - es kann sowohl eine Lösung selbst gebaut werden als auch eine bereits bestehende lizenziert werden. Wir gehen auf diese Frage und die jeweiligen Vor- & Nachteile auf Folie 32 ein. Wir empfehlen mit den steigenden Anforderungen an eine CMP allerdings vermehrt dazu eine lizenzierte Lösung zu wählen.



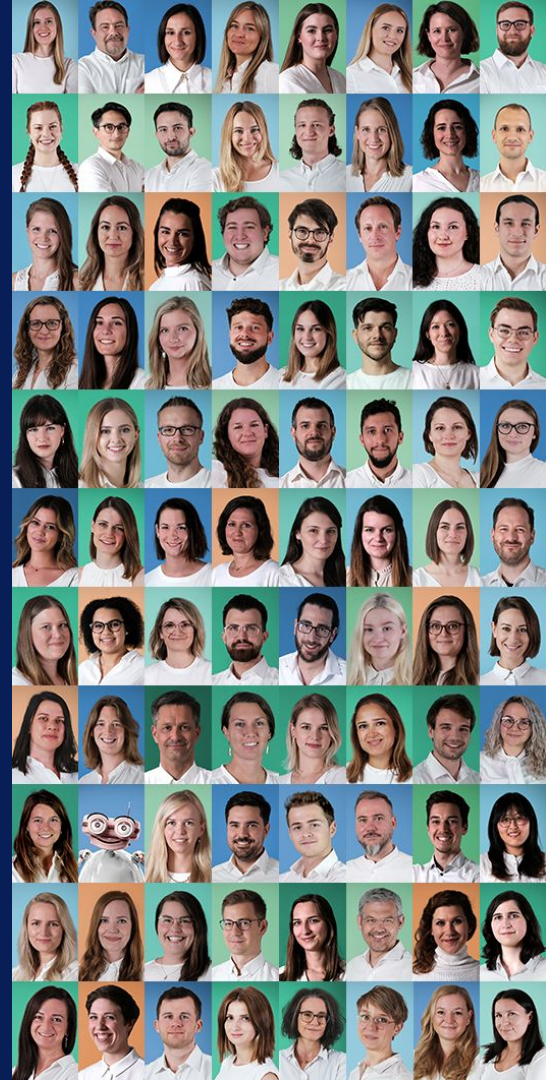
Über e-dialog

20 Jahre Erfahrung &
Leidenschaft für digitales,
datengetriebenes Marketing

100 erfahrene SpezialistInnen
mit digitaler Begeisterung

99% Remote Work

Von Kreation bis Data Science



Unser Fokus - was wir tun

BETTER CAMPAIGNS

Holistic Cross Channel Thinking

Programmatic Display, Video & Everything

Social Channels

Search & Shopping

Creativity

Marketing Automation

LEVERAGE MARKETING DATA

Digital Analytics

Consent Management

Data Science & AI in Marketing & Retail

Attribution & MMM

CDP - Customer Data Platform

UX, Testing & Personalisation

GET IN CONTACT



e-dialog.group

@dialog | EMPOWERING DATA-DRIVEN MARKETING
by people for people