Datenschutz bei der easy Marketing GmbH

Datenschutz ist eines der wichtigsten Themen in der Online-Marketing-Welt von heute. Kaum ein anderes Thema beschäftigt Advertiser, Agenturen, Netzwerke, Dienstleister oder Publisher derzeit mehr. Einerseits müssen Gesetze und Regelungen eingehalten werden, andererseits muss ein ganzheitliches Marketing und dessen Tracking gewährleistet werden können.

Natürlich haben wir von der easy.MARKETING bereits Maßnahmen eingeleitet, das Tracking unter den aktuellen und auch zukünftigen rechtlichen Grundlagen sicherstellen!

1. Die Software der easy Marketing GmbH ist zum Nachweis hinreichender Garantien entspr. Art. 28 Abs. 1 DSGVO auditiert: Zertifikat: http://media.easy-m.de/docs/easy_Marketing_Zertifikat_2020-010.pdf
2. Unsere Systeme sind streng nach dem Data-Light-Ansatz des Affiliate-Marketings aufgebaut. Nur die für den jeweiligen Prozess notwendigen Daten werden erhoben, verarbeitet oder weitergeleitet.
3. In der Zuordnung von Transaktionen auf Publisher findet keine Profilbildung statt. IP-Adressen werden gekürzt und verhashed und nur aus Gründen der Betrugserkennung gespeichert. Dies entspricht konsequent den DSGVO Vorgaben Privacy-by-Default und Privacy-by-Design.
4. In den Diskussionen um Cookies wird oft zwischen “guten” First Party Cookies und “bösen” Third Party Cookies unterschieden. Unsere Systeme können selbstverständlich unter der Domain, bzw. Sub-Domain des Shopsystems eingesetzt werden und gehören somit zur First Party Infrastruktur des Advertisers.
5. Hinzu kommt, dass Public Networks oder auch andere Third Party Systeme sich mit unseren Methoden wie ID-Tracking und Server-to-Server-Tracking weiter betreiben lassen. Wir fungieren somit als Enabler für das gesamte Performance Marketing. Mit uns begegnen Sie sämt-lichen Trackingproblemen von Third Party Systemen, die durch Safaris ITP, Firefox ETP oder auch Adblocker-systemen entstehen.
6. Unseren Tag Management- und Trackingsystemen wurden Module hinzugefügt, die Sie kompatibel zu vorangeschalteten CMP (Consent Management Platform) machen. Je nachdem für welches System oder Verfahren der User sein Einverständnis gibt oder welches er ablehnt, wird die Information von der CMP an unsere Systeme übergeben. Anschließend lassen wir nur noch die Dienste und Scripte zu, die der User erlaubt oder für die ein legitimes Interesse zugrunde gelegt werden kann.

7. Für den Fall, dass es rechtlich notwendig wird, dass der Consent bereits auf der Seite des Publishers erhoben werden muss, sind wir in der Lage, Consent Management Module vorzuschalten, die das Einverständnis des Users schon vor dem Tracking abholt und nicht erst, wenn die Cookies schon gespeichert wurden.
8. Unsere Arbeit in verschiedensten Gremien, Labs, Fokus- und Arbeitsgruppen des BVDW ermöglicht es uns, früh auf Entwicklungen zu reagieren und sie teilweise sogar mitzugestalten. Gerade in der heutigen Zeit ist es notwendig am Puls der Zeit zu bleiben, um auf technische und auch rechtliche Entwicklungen zu reagieren und gegebenenfalls darauf Einfluss nehmen zu können. Setzen Sie daher auf einen Partner, für den es selbstverständlich ist, sich für die Belange und Bedürf-nisse seiner Partner und Kunden einzusetzen!
9. Wir sind lediglich Ihr Dienstleister! Ihre Daten gehören Ihnen! Wir nutzen die erhobenen Daten nicht für andere Zwecke, streng im Rahmen einer Auftragsdatenverarbeitung (AVV).

Der Data-Light-Ansatz des Affiliate-Marketings

Der in Art. 5 Abs. 1 c) DSGVO verankerte Grundsatz der „Datenminimierung“ ist im deutschen Recht bereits bekannt. Schon §§ 12 Abs. 1, 15 TMG legen fest, dass Nutzerdaten bei Inanspruchnahme von Telemedien ohne Einwilligung nur verarbeitet werden dürfen, wenn das für diesen Zweck erforderlich ist.

Der Data-Light-Ansatz im Affiliate Marketing macht sich diese gesetzlichen Vorgaben zu eigen und führt zu der Entwicklung von Trackingtechnologien, die immer weniger personenbezogene Daten erfordern und daher nur noch minimal in den geschützten Bereich eines Websitebesuchers eingreifen. Data-Light ist damit ein Paradebeispiel für „Datenschutz durch Technikgestaltung“ (privacy by design) im Sinne von Art. 25 DSGVO.

Ein Affiliatesystem, das bei der Ausgestaltung seiner Trackingmethoden den Data-Light-Ansatz verfolgt und danach strebt, die verarbeiteten Daten immer weiter zu reduzieren, folgt damit also nicht nur dem Sinn und Zweck der DSGVO. Vielmehr sind diese minimalinvasiven Trackingtechnologien bestens darauf vorbereitet, alle Hürden und Schwierigkeiten zu meistern, die EuGH-Recht-sprechungen, DSGVO und zuletzt ePrivacy in Zukunft noch bereithalten. Sie werden dort zum Erfolg führen, wo datenintensive Methoden scheitern.

Revision #1
Created 2026-04-01 13:29:42 UTC by Anja Heinicke
Updated 2026-04-01 13:31:21 UTC by Anja Heinicke