

Hinweise zum datenschutzkonformen Einsatz der Motors Marketing Suite von mobile.de

Motors Marketing Suite von mobile.de:

Mit der Motors Marketing Suite ermöglicht mobile.de Ihnen das Ausspielen und die Steuerung gezielter Werbekampagnen auf Drittseiten via Google, Facebook und Xandr unter Einsatz eines entsprechenden Pixels der vorgenannten Anbieter.

Über den von Ihnen in Ihrem Online-Angebot eingesetzten Pixel werden personenbezogenen Daten Ihrer Nutzer direkt an Google, Facebook und Xandr übermittelt. Über die Pixel-ID kann mobile.de für Sie bei den genannten Anbietern die Auspielung Ihrer personalisierten Werbekampagnen an eine bestimmte Audience auf den Seiten der genannten Anbieter und ihrer Werbenetzwerke steuern und eine optimierte Aufteilung zwischen den verschiedenen Kanälen vornehmen.

mobile.de erhält dabei keinerlei Zugriff auf personenbezogene Daten und erbringt lediglich als Agentur Ihnen gegenüber mit der Steuerung Ihrer Werbekampagnen eine Service-Leistung.

Datenschutzkonformer Einsatz durch Sie als Advertiser:

Da Sie personenbezogene Daten an die jeweiligen Anbieter (Google, Facebook, Xandr) übermitteln, sind Sie datenschutzrechtlich **verantwortlich**. Das bedeutet, dass Sie die Nutzer entsprechend **informieren** und dafür sorgen müssen, dass diese Übermittlung an Google, Facebook oder Adform **datenschutzkonform** erfolgt.

Hier stellen wir Ihnen Hinweise zu den gemäß anwendbarem Datenschutzrecht (insbesondere DS-GVO) erforderlichen Vorkehrungen zur Verfügung.

Wir empfehlen Ihnen, selbst zu den rechtlichen Anforderungen zu recherchieren und sich rechtlich beraten zu lassen, was für Sie oder Ihr Unternehmen die beste Lösung ist. Beachten Sie, dass Gesetze und Richtlinien in Bezug auf die Verwendung von Pixeln, Cookies und vergleichbaren Technologien und die Online-Erhebung von Informationen sich häufiger ändern können.

In diesem Zusammenhang weisen wir auf eine [Positionsbestimmung der Datenschutzkonferenz der Länder](#) und eine [Orientierungshilfe](#) dieser hin, wonach Tracking und Re-targeting regelmäßig nur mit **Einwilligung** der Nutzer erlaubt sein soll. D.h., dass nach derzeitiger Ansicht der Aufsichtsbehörden Sie als Advertiser die Voraussetzungen der Einholung einer wirksamen

Einwilligung einhalten müssen und der jeweilige Pixel erst zum Einsatz kommen darf, nachdem die Nutzer eingewilligt haben.

Weitere Informationen zur Einwilligung und ihrer Einholung finden Sie auf verschiedenen Informationsseiten, wie z.B. des [Europäischen Datenschutzausschusses](#) (EDSA) (unabhängiges Beratungsgremium der Europäischen Kommission, ehemals [Artikel-29-Datenschutzgruppe](#) – siehe die [Stellungnahme 04/2012 WP194](#)). Auch das IAB Europe (Interactive Advertising Bureau – internationaler Wirtschaftsverband der Onlinewerbungsbranche) hilft mit Beispieltex-ten und [Formulierungsvorschlägen](#), und die Europäische Kommission stellt ein [Cookie Consent Kit](#) zur Verfügung.