

Richtlinie für den Einsatz von Datentreuhändern in der Markt- und Sozialforschung

Diese Richtlinie wird herausgegeben von den Verbänden der Markt- und Sozialforschung in Deutschland:

- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.
- ASI Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V.
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- DGOF Deutsche Gesellschaft für Online Forschung e.V.

1 Zielsetzung der Richtlinie

Die strikte Wahrung der Anonymität der Teilnehmer wissenschaftlicher Untersuchungen (Anonymisierungsgebot) sowie die klare Trennung wissenschaftlicher Untersuchungen von allen forschungsfremden Tätigkeiten (Trennungsgebot) – insbesondere Direktwerbung und Verkaufsförderung – gehören zu den berufsethischen und berufsständischen Grundprinzipien der Markt- und Sozialforschung. Sie sind zugleich wissenschaftlich-methodische Erfordernisse, um die Qualität der erhobenen Daten zu sichern.

Zur Qualität der Datenerhebung gehört auch, dass die Stichprobenziehung auf der Grundlage von aktuellem und möglichst fehlerfreiem Datenmaterial erfolgt. Deshalb sollten alle notwendigen Aktualisierungen und Korrekturen eines Adressenbestandes, die während der Durchführung einer wissenschaftlichen Untersuchung von dem/den Forschungsinstitut(en) erkannt werden, vorgenommen werden, um die Qualität der Auswahlgrundlage späterer Untersuchungen zu erhalten. Auch das Vermeiden von zu häufigen Teilnahmen an Untersuchungen sowie das Vermeiden von Teilnahmen an Untersuchungen mit nicht zu vereinbarenden Themen gehört zur Qualität der Datenerhebung.

Diese Form der Pflege eines Adressenbestandes darf allerdings nicht beim Auftraggeber stattfinden, in dessen Besitz sich der Adressenbestand befindet, weil dadurch sowohl das Anonymisierungsgebot als auch das Trennungsgebot verletzt würden. Grundsätzlich kann die Pflege eines Adressenbestandes bei den die Untersuchung durchführenden Forschungsinstituten erfolgen. Für die Auftraggeber hat das den Nachteil, dass sie hinsichtlich der Vergabemöglichkeiten nachfolgender Untersuchungen auf dieses Forschungsinstitut festgelegt und damit wesentlich eingeschränkt sind. Dem soll durch den Einsatz von Datentreuhändern entgegengewirkt werden. Sie stehen als die Anonymität der Untersuchungsteilnehmer während der Einrichtung zwischen den Auftraggebern und Forschungsinstituten, für die sie ausschließlich zu Zwecken wissenschaftlicher Forschung tätig sind.

Zwischen Forschungsinstituten und dem Datentreuhänder findet für die Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung eine Übermittlung personenbezogener Daten in beiden Richtungen statt. Dagegen ist zwischen Auftraggebern und dem Datentreuhänder die Übermittlung personenbezogener Daten auf die Richtung vom Auftraggeber zum Datentreuhänder beschränkt („Einbahnstraße“). Eine Übermittlung personenbezogener Daten vom Datentreuhänder zum Auftraggeber ist in allen Fällen unzulässig.

Die Übermittlung personenbezogener Daten vom bzw. zum Datentreuhänder entspricht als berufsständische Verhaltensregel der grundsätzlich zulässigen Übermittlung zwischen Forschungsinstituten zur ausschließlichen Nutzung für Forschungszwecke (siehe dazu die „Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland zum ICC/

ESOMAR Internationalen Kodex für die Markt- und Sozialforschung“, 4. Abschnitt, 4. Absatz). Darüber hinaus sind die in dieser Richtlinie festgeschriebenen Regeln insbesondere in Verbindung mit den jeweils aktuellen Fassungen der „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“ und der „Richtlinie zum Umgang mit Datenbanken in der Markt- und Sozialforschung“ zu interpretieren und anzuwenden.

2 Definition des Datentreuhänders

Im Sinne dieser Richtlinie ist „Datentreuhänder“ eine unabhängige Einrichtung in Form einer natürlichen oder juristischen Person zur Verwaltung von Adressenbeständen von tatsächlichen und/oder potenziellen Teilnehmern wissenschaftlicher Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung.

3 Formale Voraussetzungen für Datentreuhänder

Datentreuhänder müssen nachweislich sowohl über die informationstechnologischen als auch die juristischen Kenntnisse und Erfahrungen verfügen, die für die Ausübung ihrer Tätigkeit notwendig sind. Sie müssen mit den Berufsgrundsätzen und Standesregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung vertraut sein und sich auf deren Einhaltung im Rahmen ihrer Tätigkeit als Datentreuhänder gegenüber den Forschungsinstituten und deren Auftraggebern, für die sie tätig sind, vertraglich verpflichten. Datentreuhänder dürfen nicht zugleich auch als Forschungsinstitut oder Auftraggeber tätig sein.

Zu den vertraglich zu regelnden Pflichten gehört auch, dass der Tätigkeitsbereich des Datentreuhänders (siehe Abschnitt 4.) in organisatorischer und technischer Hinsicht gegenüber Tätigkeiten, die nicht der Markt- und

Sozialforschung dienen, abgegrenzt und nicht mit diesen verbunden wird. Um dies sicherzustellen, dürfen Datentreuhänder nicht zugleich auch im Bereich des Direktmarketings, der Werbung und der Verkaufsförderung tätig sein.

Datentreuhänder müssen einen Wohn- oder Unternehmenssitz in Deutschland haben und in rechtlicher und tatsächlicher Hinsicht unabhängig sein von den Forschungsinstituten und Auftraggebern, für die sie tätig sind. Das Erfordernis der faktischen Unabhängigkeit schließt aus, dass Datentreuhänder gemäß §11 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) tätig werden.

Datentreuhänder müssen ihre Meldepflichten gemäß §4d und §4e BDSG erfüllen und die notwendigen organisatorischen und technischen Maßnahmen zum Schutz der in ihrem Verantwortungsbereich befindlichen personenbezogenen Daten treffen, wie sie insbesondere in der Anlage zu §9 Satz 1 BDSG formuliert sind.

4 Tätigkeitsbereich des Datentreuhänders

Der Tätigkeitsbereich des Datentreuhänders ist die Verwaltung von Adressenbeständen zur Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung durch entsprechende Forschungseinrichtungen bei strikter Wahrung der Anonymität der betroffenen Personen gegenüber den Auftraggebern solcher Untersuchungen und anderen Stellen. Das Verwalten von Adressenbeständen beinhaltet deren Bereitstellung, Pflege, Integration und Anreicherung. Die berufsständischen Verhaltensregeln zum Einholen der entsprechenden Einwilligung der Betroffenen sind in den Unterkapiteln 5.1 und 5.2 festgeschrieben.

Ergänzend zu den nachfolgenden Regeln für die Verwaltung von Adressenbeständen zur Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung durch einen Datentreuhänder gelten – soweit relevant – die insbesondere in der „Richtlinie zum Umgang mit Datenbanken in der Markt- und Sozialforschung“ im Detail festgeschriebenen Anforderungen bezüglich der

verschiedenen Arten des Umgangs mit Datenbanken.

4.1 Bereitstellen von Adressenbeständen

Im Sinne dieser Richtlinie ist das Bereitstellen von Adressenbeständen deren Speicherung beim Datentreuhänder und die Übermittlung an das/die Forschungsinstitut(e) zwecks Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen.

Die Übermittlung von Adressenbeständen durch den Datentreuhänder an ein Forschungsinstitut ist nur zulässig für wissenschaftliche Untersuchungen für den/die Auftraggeber, der/die die Adressenbestände dem Datentreuhänder übermittelt hat/haben. Eine Übermittlung für wissenschaftliche Untersuchungen für andere Auftraggeber bedarf der Zustimmung der Stelle(n), die dem Datentreuhänder die Adressenbestände übermittelt hat/haben. Die Zustimmung ist vom Datentreuhänder zu dokumentieren.

4.2 Pflege von Adressenbeständen

Im Sinne dieser Richtlinie ist die Pflege von Adressenbeständen die Aufnahme, Korrektur, Sperrung und Löschung von Adressen durch den Datentreuhänder zwecks Aktualisierung der Adressenbestände als Auswahlgrundlage für wissenschaftliche Untersuchungen. Die Anweisungen zur Pflege von Adressenbeständen können sowohl vom Auftraggeber als auch vom die Untersuchung durchführenden Forschungsinstitut gegeben werden. Im Fall abweichender oder widersprüchlicher Anweisungen zur Pflege obliegt dem Datentreuhänder die Pflicht zur Verifizierung.

4.3 Integration von Adressenbeständen

Im Sinne dieser Richtlinie ist die Integration von Adressenbeständen das Zusammenführen von zwei oder mehreren Adressenbeständen durch den Datentreuhänder als gemeinsame Auswahlgrundlage für wissenschaftliche Untersuchungen.

Die Integration von Adressenbeständen verschiedener Auftraggeber zur Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen ist nur dann zulässig, wenn alle beteiligten Auftraggeber dem zustimmen. Diese Zustimmung ist vom Datentreuhänder zu dokumentieren.

4.4 Anreicherung von Adressenbeständen

Im Sinne dieser Richtlinie ist die Anreicherung von Adressenbeständen das Zuspielen von Informationen durch den Datentreuhänder zwecks zielgerichteter Verbesserung der Auswahlgrundlage für wissenschaftliche Untersuchungen. Diese Informationen können Angaben zur Teilnahme an bereits durchgeführten Untersuchungen und/oder zu Sperrungen für weitere Untersuchungen – zur Vermeidung von zu häufigen Teilnahmen an Untersuchungen und von Teilnahmen an Untersuchungen mit nicht zu vereinbarenden Themen – sowie persönliche oder sachliche Merkmale der einzelnen Personen – zur Verbesserung der Auswahlmöglichkeiten bestimmter Zielgruppen – sein. Grundlage der Anreicherung können Informationen des Auftraggebers und des Forschungsinstituts sein.

5 Information und Einwilligung der Betroffenen

Die Verarbeitung (d.h. Speichern, Verändern, Übermitteln, Sperren und Löschen) und Nutzung personenbezogener Daten für die Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung unter Einsatz eines Datentreuhänders bedürfen grundsätzlich der entsprechenden Einwilligung der betroffenen Personen (siehe dazu im Einzelnen die Abschnitte 5.1 und 5.2). Die Auftraggeber wissenschaftlicher Untersuchungen und die sie durchführenden Forschungsinstitute sind jeweils dafür verantwortlich, dass die erforderlichen Einwilligungen in der notwendigen Konkretisierung und Präzisierung vorliegen und dokumentiert sind. Der Datentreuhänder ist verpflichtet, sich davon zu überzeugen.

Darüber hinaus sind die insbesondere in der „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“ im Detail festgeschriebenen Anforderungen bezüglich der Informations- und Widerspruchsrechte der Teilnehmer wissenschaftlicher Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung hinsichtlich Herkunft und Nutzung der Adressen zu beachten.

5.1 Einholen der Einwilligung durch den Auftraggeber

Der Datentreuhänder darf nur vom Auftraggeber übermittelte Adressenbestände verwalten, für die der Auftraggeber unter Angabe der Identität des Datentreuhänders und des wissenschaftlichen Zwecks der Übermittlung die entsprechende Einwilligung der betroffenen Personen eingeholt hat. Die eingeholte Einwilligung sollte so umfassend sein, dass sie auch spätere Übermittlungen (z.B. zur Aktualisierung oder Korrektur von Adressen oder für Untersuchungen anderer Auftraggeber) abdeckt.

Widerspricht ein Betroffener gegenüber dem Auftraggeber nachträglich der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten durch den Datentreuhänder, muss der Auftraggeber unverzüglich die Löschung dieser Daten beim Datentreuhänder veranlassen. Der Datentreuhänder muss dieser Veranlassung unverzüglich nachkommen.

5.2 Einholen der Einwilligung durch das Forschungsinstitut

Die betroffenen Personen sind vom die wissenschaftliche Untersuchung durchführenden Forschungsinstitut über die Tatsache und den/die konkreten wissenschaftlichen Zweck(e) der beabsichtigten Übermittlung personenbezogener Daten an den Datentreuhänder sowie deren Verarbeitung und weitere Nutzung zu informieren und um die entsprechende Einwilligung zu bitten. Wenn die Übermittlung eine methodische Voraussetzung für die Teilnahme an der Untersuchung ist, muss die Einwilligung zu Beginn der ersten Datenerhebung (zumeist Interview) eingeholt werden. Ist die Teilnahme an der Untersuchung auch ohne Übermitt-

lung personenbezogener Daten an den Datentreuhänder methodisch möglich, muss die Einwilligung spätestens am Ende der Datenerhebung (zumeist Interview) eingeholt werden. Die eingeholte Einwilligung sollte so umfassend sein, dass sie auch Übermittlungen im Zusammenhang mit der Durchführung späterer Untersuchungen (z.B. Zuspiegelung zusätzlicher Auswahlmerkmale) abdeckt.

Eine Einwilligung der betroffenen Personen ist nicht erforderlich, wenn lediglich Angaben zur Teilnahme an bereits durchgeführten Untersuchungen und/oder zu Sperrungen für weitere Untersuchungen übermittelt werden.

Beim Einholen der Einwilligung ist den betroffenen Personen das als Anlage zu dieser Richtlinie beigefügte Standard-Merkblatt zu übergeben (bei persönlich-mündlicher und schriftlicher Datenerhebung) bzw. zur Verfügung zu stellen (bei online durchgeführter Datenerhebung). Bei telefonisch durchgeführten Datenerhebungen sind die im Merkblatt enthaltenen Informationen mündlich zu geben. Auf Wunsch eines Betroffenen ist ihm in diesem Fall das Merkblatt nachträglich per Post zuzusenden oder online zur Verfügung zu stellen.

Widerspricht ein Betroffener gegenüber dem Forschungsinstitut nachträglich der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten durch den Datentreuhänder, muss das Forschungsinstitut unverzüglich die Löschung dieser Daten beim Datentreuhänder veranlassen. Der Datentreuhänder muss dieser Veranlassung unverzüglich nachkommen.

5.3 Auskunftspflicht des Datentreuhänders

Der Datentreuhänder ist verpflichtet, den betroffenen Personen auf Anfrage jederzeit Auskunft über die sie betreffenden gespeicherten personenbezogenen Daten zu geben. Eventuellen Wünschen zur Korrektur fehlerhafter Daten und zur Sperrung oder Löschung einzelner oder aller Daten muss der Datentreuhänder unverzüglich nachkommen.

Die Verpflichtung des Datentreuhänders zur Sperrung einzelner Daten schließt die Übermittlung von Telefonnummern oder anderer Adressdaten an verbandsorganisierte Sperrlisten ein, wenn die betroffenen Personen diesen Wunsch äußern.

6 Schlussbestimmungen und Haftungsausschluss

Diese Richtlinie ist Teil der Standesregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung, wie sie sich aus dem Gesetz und den methodischen Standards aber auch aus der Verkehrssitte ergeben. Sie gilt stets, wenn Datentreuhänder eingesetzt werden, um in Deutschland oder von Deutschland aus Markt- und Sozialforschung durchzuführen oder in Auftrag zu geben.

Die in dieser Richtlinie dargelegten Prinzipien und Verhaltensweisen stellen u.a. das Ergebnis einer Güterabwägung dar zwischen dem Persönlichkeitsrecht der Betroffenen einerseits und dem Recht auf Forschung und den daraus resultierenden methodischen Anforderungen sowie dem Recht auf Informationsfreiheit andererseits. Die Herausgeber können jedoch keine Haftungsfreiheit garantieren. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich bei einer Abwägung zu einem späteren Zeitpunkt oder durch andere Instanzen andere, möglicherweise strengere Maßstäbe für die Zulässigkeit der dargelegten Verfahren ergeben.

7 Inkrafttreten

Die berufsständischen Verhaltensregeln dieser Richtlinie treten mit ihrer Annahme durch die Verbände der Markt- und Sozialforschung in Deutschland am 16. Januar 2012 in Kraft.

Januar 2012

Anlage

Merkblatt zur Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten zu Zwecken der Markt- und Sozialforschung durch einen Datentreuhänder

(Name des Forschungsinstituts) und (Name des Datentreuhänders) arbeiten nach den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes und allen anderen datenschutzrechtlichen Bestimmungen. Sie sind darüber hinaus an die Berufsgrundsätze und Standesregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung gebunden, deren Bestimmungen teilweise strenger sind als die gesetzlichen Vorschriften.

Die strikte Wahrung der Anonymität der Teilnehmer wissenschaftlicher Untersuchungen und die klare Trennung wissenschaftlicher Untersuchungen von forschungsfremden Tätigkeiten – insbesondere Direktwerbung und Verkaufsförderung – gehören zu den berufsethischen und berufsständischen Grundprinzipien der Markt- und Sozialforschung. Sie gelten auch wenn Datentreuhänder eingesetzt werden. Ziel des Einsatzes von Datentreuhändern ist es, Stichproben für wissenschaftliche Untersuchungen auf der Grundlage von aktuellen und möglichst fehlerfreien Adressenbeständen ziehen zu können, bei gleichzeitiger Wahrung der Anonymität der zu befragenden Personen.

Für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen und der Berufsgrundsätze und Standesregeln sind verantwortlich:

(Name und Anschrift des Forschungsinstituts)
(Name des verantwortlichen Leiters)
(Name des betrieblichen Datenschutzbeauftragten)

(Name und Anschrift des Datentreuhänders)
(Name des verantwortlichen Leiters)
(Name des betrieblichen Datenschutzbeauftragten)

Was geschieht mit Ihren Daten?

1. (Name des Auftraggebers) hat ihre Adresse an (Name des Datentreuhänders) als Datentreuhänder übermittelt, nachdem Sie freundlicherweise in die Übermittlung und Nutzung Ihrer Adresse eingewilligt haben.
2. (Name des Datentreuhänders) hat Ihre Adresse zusammen mit anderen Adressen entsprechend Ihrer Einwilligung an (Name des Forschungsinstituts) übermittelt, damit (Name des Forschungsinstituts) aus den übermittelten Adressen eine Stichprobe ziehen und eine Untersuchung zu Zwecken der Markt- und Sozialforschung durchführen kann.
3. Wenn sich Ihre Adressdaten ändern, meldet (Name des Auftraggebers) das dem Datentreuhänder, damit die Ziehung von Stichproben für spätere Untersuchungen zu Zwecken der Markt- und Sozialforschung immer auf der Grundlage von aktuellen und möglichst fehlerfreien Adressenbeständen erfolgen kann.
4. Wenn (Name des Forschungsinstituts) bei der Durchführung einer Untersuchung feststellt, dass Ihre Adressdaten fehlerhaft oder unvollständig sind, meldet das Forschungsinstitut mit Ihrer Einwilligung das (Name des Datentreuhänders) damit der Datentreuhänder den Adressenbestand entsprechend berichtigen kann. (Name des Auftraggebers) erfährt als Auftraggeber von dieser Korrektur nichts, denn Ihre Anonymität und die Vertraulichkeit Ihrer Daten werden strikt gewahrt.
5. Wenn Sie an einer Untersuchung teilgenommen haben, meldet (Name des Forschungsinstituts) das dem Datentreuhänder, damit verhindert werden kann, dass Sie zu häufig um Ihre Teilnahme an Untersuchungen zu Zwecken der Markt- und Sozialforschung gebeten werden.
6. Mit Ihrer Einwilligung übermittelt (Name des Forschungsinstituts) bestimmte Merkmale (z. B. Besitz eines PKW) von Ihnen dem Datentreuhänder, damit die Möglichkeiten der Befragung bestimmter Bevölkerungsgruppen verbessert werden.
7. Sie haben jederzeit das Recht, bei (Name des Datentreuhänders) Auskunft über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten zu erhalten. Eventuellen Wünschen zur Korrektur fehlerhafter Daten oder zur Löschung Ihrer Daten muss (Name des Datentreuhänders) unverzüglich nachkommen.