

Richtlinie zum Umgang mit Adressen 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.
- Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Die aktuelle Fassung dieser Richtlinie berücksichtigt die Novellierungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) im Jahr 2009, insbesondere die Bestimmungen des neuen § 30a BDSG (siehe Anhang 3) und die dadurch geschaffene grundsätzliche Erlaubnisnorm für das geschäftsmäßige Erheben, Verarbeiten oder Nutzen personenbezogener Daten für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung.

1 Einleitung

In dieser Richtlinie wird die Anwendung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen auf den Umgang mit Adressen und – soweit zutreffend – anderen personenbezogenen Daten bei der Durchführung von Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung definiert und präzisiert. Darüber hinaus werden in ihr die diesbezüglichen berufsethischen und berufsständischen Verhaltensregeln festgeschrieben. Die Markt- und Sozialforschung wird als generischer Begriff verwendet, der insbesondere auch die Media- und Meinungsforschung einschließt.

2 Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) als rechtlicher Rahmen

Das Bundesdatenschutzgesetz (in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Januar 2003 (BGBl. I S. 66), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 14. August 2009 (BGBl. I S. 2814)

geändert worden ist) gilt für die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten, unabhängig davon, ob das unter Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen oder nicht automatisierten Dateien geschieht. Adressen natürlicher Personen sind per se personenbezogen; Adressen von Unternehmen und Organisationen dann, wenn sie auch Namen von Personen (Inhaber, Mitarbeiter) enthalten oder beispielsweise durch eine Funktionsbeschreibung (Leiter des Einkaufs o. ä.) oder Meinungsäußerung bestimmten oder bestimmbar Personen zugeordnet werden können.

Für dem Sozialgeheimnis unterliegende personenbezogene Daten gelten die Bestimmungen des Sozialgesetzbuchs (SGB). Die bei Anbietern von Telekommunikationsdiensten und Diensteanbietern von Telemedien gespeicherten personenbezogenen Daten unterliegen den Bestimmungen des Telekommunikationsgesetzes (TKG) bzw. des Telemediengesetzes (TMG).

Als Adressen im Sinne dieser Richtlinie gelten alle Informationen, die eine unmittelbare Kontaktaufnahme mit den betreffenden Personen ermöglichen; also insbesondere Name und Wohnung bzw. Postanschrift, Telefonnummer, Telefaxnummer, E-Mail-Adresse und ähnliches.

Vom BDSG oder den datenschutzrechtlichen Bestimmungen in anderen Gesetzen nicht erfasst werden Befragungs- oder Beobachtungsdaten, die keinen Personenbezug aufweisen; weder direkt über Name und/oder Adresse noch indirekt über die Bestimmbarkeit aufgrund anderer Merkmale.

3 Definitionen zentraler Begriffe des BDSG

3.1 Personenbezogene Daten

Als personenbezogene Daten gelten laut § 3 Abs. 1 BDSG „Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbar natürlichen Person (Betroffener)“. Das BDSG unterscheidet nicht, ob diese Daten beim Betroffenen selbst erhoben werden (was in § 4 Abs. 2 BDSG als Grundsatz vorgesehen und in der Markt- und Sozialforschung der Regelfall ist) oder ob sie sich – wenn sie aus anderen Quellen stammen – auf ihn beziehen.

3.2 Automatisierte Verarbeitung

Die automatisierte Verarbeitung ist in § 3 Abs. 2 BDSG definiert als „die Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten unter Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen“.

3.3 Nicht automatisierte Datei

Als nicht automatisierte Datei gilt laut § 3 Abs. 2 BDSG „jede nicht automatisierte Sammlung personenbezogener Daten, die gleichartig aufgebaut ist und nach bestimmten Merkmalen zugänglich ist und ausgewertet werden kann“. Beispiele für nicht automatisierte Dateien in der Markt- und Sozialforschung sind die ausgefüllten und noch nicht anonymisierten Papierfragebogen, Beobachtungsprotokolle und ähnliches.

3.4 Besondere Arten personenbezogener Daten

Mit der Umsetzung der „Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr“ wurde im BDSG die

Kategorie „besondere Arten personenbezogener Daten“ geschaffen und wegen ihrer Sensitivität unter besondere Bedingungen gestellt. Sie sind in § 3 Abs. 9 BDSG definiert als „Angaben über die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder philosophische Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheit oder Sexualleben“. Und in § 4a Abs. 3 BDSG heißt es: „Soweit besondere Arten personenbezogener Daten erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, muss sich die Einwilligung darüber hinaus ausdrücklich auf diese Daten beziehen.“ Da die Sensitivität personenbezogener Daten auch kontextabhängig ist, muss in der Markt- und Sozialforschung eine weite Definition der Kategorie „besondere Arten personenbezogener Daten“ gewählt werden.

Werden in der Markt- und Sozialforschung ausschließlich besondere Arten personenbezogener Daten erhoben, muss die ausdrückliche Einwilligung zu Beginn des Interviews eingeholt werden. Werden aber besondere Arten personenbezogener Daten zusammen mit anderen personenbezogenen Daten erhoben, muss die notwendige ausdrückliche Einwilligung durch eine zusätzliche Übergangsfrage – deren Beantwortung festzuhalten ist – eingeholt werden, falls es sich nicht um einen umfangreicheren Fragenkomplex handelt, dessen Nennung ohnehin schon zu Beginn des Interviews erfolgt. Befragte, die es ablehnen, Fragen zu einem Thema „besonderer Art“ zu beantworten, sind auf den nächsten Fragenkomplex überzuleiten.

3.5 Anonymisieren und Pseudonymisieren

Das BDSG unterscheidet zwischen „anonymisieren“ und „pseudonymisieren“. Beiden Vorgängen ist in der Markt- und Sozialforschung gemeinsam, dass für Dritte der Personenbezug der erhobenen Daten aufgehoben wird und von diesen nicht oder nur mit einem unverhältnismäßig großen Aufwand wieder hergestellt werden kann.

3.5.1 Anonymisieren

Anonymisieren ist gemäß § 3 Abs. 6 BDSG „das Verändern personenbezogener Daten derart, dass die Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse nicht mehr oder nur mit einem unverhältnismäßig großen Aufwand an Zeit, Kosten und Arbeitskraft einer bestimmten oder bestimmbar natürlichen Person zugeordnet werden können“.

In der Markt- und Sozialforschung erhobene Daten sind zu anonymisieren sobald dies nach dem Zweck des Forschungsvorhabens, für das die Daten erhoben worden sind, möglich ist. Zusätzlich müssen auch bei Daten ohne Adressbezug Details weggelassen werden, wenn durch diese Details die Möglichkeit der Bestimmbarkeit einer Person besteht (z. B. die Fahrzeug-Ident-Nr. eines neu gekauften PKWs oder die Kombination von Berufsangabe und Wohnort).

3.5.2 Pseudonymisieren

Pseudonymisieren ist gemäß § 3 Abs. 6a BDSG „das Ersetzen des Namens und anderer Identifikationsmerkmale durch ein Kennzeichen zu dem Zweck, die Bestimmung des Betroffenen auszuschließen oder wesentlich zu erschweren“. In der Markt- und Sozialforschung erhobene Daten sind zu pseudonymisieren, sobald dies nach dem Zweck des Forschungsvorhabens, für das die Daten erhoben worden sind, möglich ist. Dabei werden Adressdaten und Befragungsdaten getrennt gespeichert und mit gemeinsamen Code-Nummern versehen, um Adressdaten und Befragungsdaten wieder zusammenführen zu können. Bei Einmal-Befragungen geschieht das nur vorübergehend und ausschließlich zu Zwecken der Qualitätskontrolle der erhobenen Daten; bei Folge- oder Wiederholungs-Befragungen darüber hinaus mit vorheriger Einwilligung der Befragten bis zum Abschluss der Gesamtuntersuchung auch zur notwendigen Verknüpfung der Erhebungsdaten aus den verschiedenen Interviews.

Solange Adressdaten und Befragungsdaten zusammengeführt werden können, gelten auch die Befragungsdaten als personenbezogene Daten im Sinne des BDSG.

4 Herkunft der Adressen

4.1 Adressen aus allgemein zugänglichen Quellen

Werden Adressen aus allgemein zugänglichen Quellen wie Telefon- oder Adressverzeichnissen entnommen, kann grundsätzlich unterstellt werden, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Verarbeitung oder Nutzung gegenüber dem Interesse der verantwortlichen Stelle nicht offensichtlich überwiegt. Das Interesse der verantwortlichen Stelle stützt sich auf die gesetzliche Erlaubnisnorm für die Markt- oder Meinungsforschung des § 30a BDSG. Das schutzwürdige Interesse des Betroffenen kann nicht offensichtlich überwiegen, wenn – entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen des § 30a BDSG – seine Adressdaten von den Befragungsdaten getrennt und die Befragungsdaten ausschließlich in anonymisierter Form an Dritte übermittelt werden.

4.2 Adressen von Adressverlagen

Markt- und Sozialforschungsinstitute sowie in gleicher Weise tätige universitäre und betriebliche Forschungseinrichtungen nutzen zur Gewinnung von Stichproben für spezielle Zielgruppen bei bestimmten Studien auch Datenbanken von Adressverlagen. Eine namentliche Rückmeldung von Dubletten sowie nicht auffindbaren oder nicht zur Zielgruppe gehörenden Adressen an den Adressverlag ist zulässig. Die Rückmeldung von nicht zur Zielgruppe gehörenden Adressen muss sich auf diese Tatsache beschränken und darf keine Richtigstellung des Zielgruppenmerkmals der Adresse enthalten, denn eine personenbezogene Übermittlung der durch Interview oder Beobachtung erhobenen Daten an den Adressverlag ist unzulässig. (Zum Umgang mit Fällen, in denen der Betroffene bei der Kontaktaufnahme der Nutzung seiner Daten für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung widerspricht siehe Abschnitt 5. Informationspflicht und Widerspruchsrecht.)

4.3 Adressen von Einwohnermeldeämtern

Werden von Einwohnermeldeämtern zur Verfügung gestellte Adressen für

ein Forschungsvorhaben genutzt, muss das durchführende Institut dafür grundsätzlich im Besitz einer Unbedenklichkeitsbescheinigung sein (ausgestellt vom Innenministerium des Bundeslandes, in dem das Institut seinen Sitz hat) und muss diese den in Frage kommenden Einwohnermeldeämtern zusammen mit einem Empfehlungsschreiben des Auftraggebers zusenden.

Die Einwohnermeldeämter unterliegen dem jeweiligen Landesmeldegesetz und Landesdatenschutzgesetz sowie den dazu erlassenen Ausführungsbestimmungen. Letztere können zu besonderen Auflagen für das Empfängerinstitut führen, unter anderem zu der Verpflichtung, Adressen von Personen, die die Teilnahme abgelehnt haben, sofort zu löschen, also nicht erst nach Abschluss der Befragung. Die Nutzung der von Einwohnermeldeämtern übermittelten Adressen ist nur für den/die vorgesehenen Forschungszweck(e) zulässig.

4.4 Exkurs: Rekrutierung von Befragten durch behandelnde Ärzte

In der demoskopischen Gesundheitsforschung werden für bestimmte Studien zu befragende Personen in Zusammenarbeit mit behandelnden Ärzten rekrutiert. Dies ist insbesondere dann notwendig, wenn das Forschungsziel die Befragung von Personen mit bestimmten Krankheitsbildern oder Beschwerden und daraus resultierenden Therapien erfordert und die Betroffenen sich nicht über andere Screening-Verfahren rekrutieren lassen.

Für die Rekrutierung von teilnahmebereiten Personen in Zusammenarbeit mit behandelnden Ärzten stehen zwei Verfahren zur Auswahl: Der Arzt erklärt sich bereit, Patienten mit den erforderlichen Merkmalen – unter Hinweis auf die Freiwilligkeit – auf die geplante Befragung hinzuweisen und entweder

1. teilnahmebereiten Patienten einen vom Institut zur Verfügung gestellten Fragebogen auszuhändigen, die ausgefüllten Fragebogen entgegenzunehmen und an das die

Untersuchung durchführende Institut weiterzuleiten (Anmerkung: Die Fragebogen dürfen weder Namen noch Adressdaten der Befragten noch sonstige Hinweise enthalten, die zu ihrer Bestimmbarkeit führen könnten. Der Arzt darf auch in anderer Form keine Namen und Adressdaten der Patienten weitergeben, die sich an der Befragung beteiligt haben.)

oder

2. die Einwilligung teilnahmebereiter Patienten gemäß § 4a BDSG einzuholen und die Namen und Adressen an das die Befragung durchführende Institut weiterzuleiten.

Beim ersten Verfahren ist keine Befreiung des Arztes von seiner Schweigepflicht durch die an der Befragung beteiligten Patienten erforderlich, weil keine personenbezogenen Patientendaten weitergegeben werden. Beim zweiten Verfahren muss der Arzt den Nachweis über die diesbezügliche Befreiung von seiner Schweigepflicht führen.

4.5 Adressen vom Auftraggeber

Die Übermittlung von Adressen unterliegt den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG), des Sozialgesetzbuchs (SGB), des Telekommunikationsgesetzes (TKG) oder des Telemediengesetzes (TMG). Außerdem ist zu unterscheiden, ob eine „Übermittlung“ vorgesehen ist, bei der das Institut als Empfänger zur verantwortlichen Stelle für diese Daten wird, oder ob dem Institut die Adressen im Rahmen einer Auftragserteilung nach § 11 BDSG oder § 80 SGB lediglich „zur Verfügung gestellt“ werden, um einen Auftrag weisungsgebunden durchzuführen. Im letzteren Fall bleibt der Auftraggeber gegenüber den Betroffenen die alleinige verantwortliche Stelle; das Institut ist nur dem Auftraggeber verantwortlich. Auch bei einer Auftragserteilung gemäß § 11 BDSG sind die berufsständischen Verhaltensregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung zu beachten.

4.5.1 Übermittlung von Adressen nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)

Ein Auftraggeber darf, wenn er geschäftsmäßig handelt, gemäß § 30a Abs. 1 BDSG grundsätzlich Adressen für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung übermitteln, *„wenn kein Grund zu der Annahme besteht, dass der Betroffene ein schutzwürdiges Interesse an dem Ausschluss der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung hat“*.

Geschäftsmäßiges Handeln liegt vor, wenn Adressen dauernd oder wiederholt für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung verwendet werden. Wenn diese Voraussetzungen für Geschäftsmäßigkeit nicht gegeben sind, darf der Auftraggeber als verantwortliche Stelle gemäß § 28 Abs. 1 Nr. 2 BDSG Adressen auch für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung übermitteln, *„soweit es zur Wahrung berechtigter Interessen der verantwortlichen Stelle erforderlich ist und kein Grund zu der Annahme besteht, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Verarbeitung oder Nutzung überwiegt.“*

Bei der Übermittlung von Adressen, die zu der Kategorie *„besondere Arten personenbezogener Daten“* gehören, muss gemäß § 4a Abs. 3 BDSG sichergestellt sein, dass eine ausdrückliche Einwilligung des Betroffenen zur Übermittlung seiner Adresse vorliegt oder eingeholt wird, bevor die Adresse an das Institut übermittelt wird. Gemäß § 30a Abs. 1 BDSG dürfen besondere Arten personenbezogener Daten nur für ein bestimmtes Forschungsvorhaben erhoben, verarbeitet – also auch übermittelt – oder genutzt werden.

Eine namentliche Rückmeldung von Dubletten oder nicht auffindbaren Adressen ist nur zulässig, wenn sie auf diese Tatsache beschränkt ist und in der damit verbundenen Möglichkeit der Bereinigung des beim Auftraggeber vorhandenen Adressbestands nicht der (dann forschungsfremde) Hauptzweck des Auftrags besteht.

Eine namentliche Rückmeldung geänderter Adressen und/oder Auswahlkriterien (z. B. Nutzung von bestimmten Konsumgütern) ist nur dann zulässig, wenn der Befragte spontan – d. h. ohne einen entsprechenden Hinweis – von sich aus auf einer Korrektur beim Auftraggeber besteht.

4.5.2 Übermittlung von Adressen nach den Bestimmungen des Sozialgesetzbuchs (SGB)

Die Bestimmungen des Sozialgesetzbuchs gelten für alle Daten, die dem Sozialgeheimnis nach § 35 SGB I unterliegen. Dazu gehören nicht nur Daten der gesetzlichen Sozialversicherung und staatlicher Sozialdienste, sondern alle „Privatgeheimnisse“, die Angehörigen von Heilberufen, Psychologen, Anwälten, Jugend- und Familienberatern, Sozialarbeitern und – für die Durchführung von Umfragen relevant – privaten Kranken-, Unfall- und Lebensversicherungen anvertraut worden sind. Die Institute können davon ausgehen, dass jeder Auftraggeber aus diesem Bereich darüber informiert ist. Er kann verlangen, dass Institutsmitarbeiter zusätzlich zu ihrer schon erfolgten Verpflichtung auf das Datengeheimnis nach § 5 BDSG für den speziellen Auftrag auch auf das Sozialgeheimnis des § 35 SGB I einschließlich der dortigen Bußgeld- und Strafbestimmungen verpflichtet werden.

Die Übermittlung von Adressen, die dem Sozialgeheimnis unterliegen, ist in § 75 SGB X geregelt. Sie setzt voraus, dass sie „für ein bestimmtes Vorhaben 1. der wissenschaftlichen Forschung im Sozialleistungsbereich oder 2. der Planung im Sozialleistungsbereich durch eine öffentliche Stelle“ erforderlich ist. Ob eine dieser Voraussetzungen gegeben ist, muss vorher von der zuständigen obersten Bundes- oder Landesbehörde entschieden werden. Die Verantwortung für dieses Verfahren liegt beim Auftraggeber.

Statt einer Übermittlung können die Adressen auch im Rahmen einer Auftragserteilung nach § 80 SGB X zur Verfügung gestellt werden. Dieser Paragraph entspricht grundsätzlich dem § 11 BDSG (siehe dazu auch Abschnitt 4.5.4).

4.5.3 Übermittlung von Adressen nach den Bestimmungen des Telekommunikationsgesetzes (TKG) und des Telemediengesetzes (TMG)

Für personenbezogene Daten, die bei Anbietern von Telekommunikationsdiensten und Diensteanbietern von Telemedien gespeichert sind, gelten die Bestimmungen des TKG bzw. des TMG. Sie sind restriktiver als die des BDSG. Gemäß § 95 Abs. 2 TKG darf ein Anbieter von Telekommunikationsdiensten die Bestandsdaten von Teilnehmern zur Marktforschung nur verwenden, soweit die Teilnehmer darin eingewilligt haben. Gemäß § 12 Abs. 2 TMG darf ein Diensteanbieter von Telemedien die für die Bereitstellung von Telemedien erhobenen personenbezogenen Daten für andere Zwecke – also auch für Markt- und Sozialforschung – nur verwenden, soweit die Nutzer darin eingewilligt haben.

Verfügt ein Auftraggeber, der selbst kein Anbieter von Telekommunikationsdiensten oder Diensteanbieter von Telemedien ist, wie die Forschungsinstitute, über Adressdaten seiner Kunden – entweder aus frei zugänglichen Quellen oder von den Kunden selbst –, gelten die in Abschnitt 4.5.1 aufgeführten Bestimmungen.

4.5.4 Zur Verfügung gestellte Adressen nach § 11 BDSG oder § 80 SGB X

Bei einem Tätigwerden nach § 11 BDSG oder § 80 SGB X (vgl. dazu auch Abschnitt 4.5.2) findet im datenschutzrechtlichen Sinne keine „Übermittlung“ sondern ein „zur Verfügung stellen“ von Adressen statt. Deshalb ist der Auftraggeber für die gesamte Tätigkeit des Auftragnehmenden Instituts, bei der diese Adressen verwendet werden, für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften verantwortlich. Er ist auch für die Zulässigkeit der Verarbeitung und Nutzung der „zur Verfügung gestellten“ Adressen verantwortlich.

Gemäß § 11 BDSG setzt eine „Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten im Auftrag“ voraus, dass der Auftragnehmer die Daten nur im Rahmen der schriftlich erteilten Weisungen des Auftrag-

gebers erhebt, verarbeitet oder nutzt. Wenn das Auftragnehmende Institut der Ansicht ist, dass eine Weisung des Auftraggebers gegen das BDSG oder andere Vorschriften zum Datenschutz verstößt, hat es den Auftraggeber unverzüglich darauf hinzuweisen.

Gemäß § 11 Abs. 2 BDSG hat der Auftraggeber „sich vor Beginn der Datenverarbeitung und sodann regelmäßig von der Einhaltung der beim Auftragnehmer getroffenen technischen und organisatorischen Maßnahmen zu überzeugen. Das Ergebnis ist zu dokumentieren.“ Diese Maßnahmen werden im BDSG in der Anlage zu § 9 Satz 1 im Einzelnen beschrieben (siehe auch Anhang 3 dieser Richtlinie).

Auch bei einer Auftragserteilung gemäß § 11 BDSG sind die berufsständischen Verhaltensregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung – insbesondere das Anonymisierungsgebot der Forschungsdaten gegenüber dem Auftraggeber und anderen Dritten – zu beachten.

4.6 Zusammenarbeit von Forschungsinstituten

Bei einer Zusammenarbeit von privatwirtschaftlichen und/oder akademischen Forschungsinstituten in der Markt- und Sozialforschung kann die gemeinsame Nutzung von Adressdaten und eventuell zusätzlich der Befragungsdaten in personenbezogener Form erforderlich sein. Die gemeinsame Nutzung von Adressdaten ist zulässig, wenn die Teilnehmer bei der Ansprache durch das die Untersuchung durchführende Institut angemessen über die Herkunft der Adresse und ihr Widerspruchsrecht bezüglich deren Nutzung informiert werden. Die gemeinsame Nutzung zusätzlich der Befragungsdaten ist zulässig, wenn die Teilnehmer unter Berücksichtigung methodischer Aspekte über Zweck und Umfang der gemeinsamen Nutzung ihrer Befragungsdaten in personenbezogener Form informiert werden und darin einwilligen.

Die gemeinsame Nutzung von Adressdaten und eventuell zusätzlich der Befragungsdaten in personenbezogener Form ist zwischen den Forschungsinstituten vorab vertraglich zu regeln (siehe Anhang 1: Muster-

text). Sie ist nur zulässig, wenn sie ausschließlich für Forschungszwecke erfolgt.

4.7 Speicherung selbst erhobener Adressen nach § 30a BDSG

4.7.1 Einmal-Befragungen

Bei Einmal-Befragungen dürfen Adressen nur zur Durchführung von Qualitätskontrollen und gegebenenfalls zur Datenbereinigung vor Abschluss der Erhebungsphase gespeichert werden. Sie müssen gelöscht oder nicht wieder herstellbar von den Befragungsdaten getrennt werden, sobald diese Forschungsschritte abgeschlossen sind.

4.7.2 Folge- oder Wiederholungs-Befragungen und Panelrekrutierung

Bei Folge- oder Wiederholungs-Befragungen und der Panelrekrutierung dürfen Namen und Adressen sowie Auswahlmerkmale von Personen und Haushalten gespeichert werden, wenn sich die Betroffenen zur Teilnahme an späteren oder kontinuierlichen Untersuchungen bereit erklärt und in die dazu notwendige Speicherung ihrer Daten eingewilligt haben. Die Auswahlmerkmale müssen getrennt von den Namen und Adressen gespeichert werden. Die für eine gezielte Auswahl von Untersuchungspersonen notwendige Zusammenführung erfolgt über eine Codenummer.

Die Nutzung der gespeicherten Daten zu anderen als den rekrutierten Personen und Haushalten mitgeteilten Forschungszwecken ist auch bei Folge- oder Wiederholungs-Befragungen unzulässig. Die Speicherung von Informationen über die bisherige(n) Teilnahme(n) ist erlaubt, um einen Überblick über die zeitlichen Abstände der Befragungen zu ermöglichen und zu häufige Kontakte zu vermeiden. Nach Abschluss der letzten vorgesehenen Befragung sind die Namen und Adressdaten der Befragten zu löschen. Sie sind sofort zu löschen, wenn Befragte zwischenzeitlich erklären, an weiteren Untersuchungen nicht mehr teilnehmen zu wollen.

Bei persönlicher oder schriftlicher Rekrutierung von Personen und Haushalten für Folge- oder Wiederholungs-Befragungen und Access-Panels ist die „Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben bei mündlichen oder schriftlichen Interviews“ zu überlassen. Bei telefonischer Rekrutierung ist sie entweder nachträglich zuzusenden oder beim ersten persönlichen oder schriftlichen Kontakt zu überlassen. Bei Online-Befragungen muss die „Erklärung zum Datenschutz“ den Teilnehmern entweder per E-Mail zugeschickt oder auf dem Bildschirm gezeigt und die Möglichkeit des Ausdrucks gegeben werden. Die „Erklärung zum Datenschutz“ ist inhaltlich der jeweiligen Erhebungsmethode anzupassen.

4.8 Von Privatpersonen übermittelte Adressen

Wenn die methodische Anlage einer Studie die Übermittlung von Adressen weiterer ebenfalls zur Zielgruppe der Studie gehörender Personen durch bereits befragte Personen an das Forschungsinstitut vorsieht (Schneeballverfahren), dann muss das Forschungsinstitut diese weiteren Personen beim Einholen der Einwilligung in die Teilnahme an der Studie ausdrücklich über die Herkunft der Adressen informieren und auf die Freiwilligkeit der Teilnahme hinweisen.

5 Informationspflicht und Widerspruchsrecht

Gemäß § 28 Abs. 4 BDSG ist der Betroffene *„bei der Ansprache zum Zweck der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung ... über die verantwortliche Stelle sowie über das Widerspruchsrecht zu unterrichten“*. Unmittelbar vorher heißt es: *„Widerspricht der Betroffene bei der verantwortlichen Stelle der Verarbeitung oder Nutzung seiner Daten für Zwecke der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung, ist eine Verarbeitung oder Nutzung für diese Zwecke unzulässig.“* Und weiter: *„Widerspricht der Betroffene bei dem Dritten [also gegenüber dem Institut], dem die Daten ... übermittelt worden sind, der Verarbeitung oder Nutzung für Zwecke der Werbung*

oder der Markt- oder Meinungsforschung, hat dieser die Daten für diese Zwecke zu sperren.“

Daraus ergibt sich, dass den Befragten (neben dem Institut und dem allgemeinen Zweck der Untersuchung) auch der Auftraggeber mitgeteilt werden muss, wenn dieser dem Institut die Adressen der Zielpersonen übermittelt oder zur Verfügung gestellt hat. Lassen methodische Gründe diese Information zu Beginn des Interviews nicht zu, ist sie am Ende des Interviews nachzuholen. Eventuellen Wünschen von Befragten, ein schon gewährtes Interview zurückzuziehen, muss entsprochen werden. Für den Hinweis auf das Widerspruchsrecht hinsichtlich der Verarbeitung oder Nutzung seiner Daten für Zwecke der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung muss das Institut seinen Interviewern einen entsprechenden Text verbindlich vorgeben (siehe Anhang 2); bei schriftlichen Befragungen muss im Begleitschreiben und bei Online-Befragungen in der zwecks Bitte um Teilnahme versandten E-Mail darauf hingewiesen werden.

Wenn sich der Widerspruch einer kontaktierten Person nur gegen die Verarbeitung oder Nutzung seiner Adressdaten durch das die Untersuchung durchführende Institut richtet, dann müssen diese Daten im Institut gesperrt werden. Wenn sich der Widerspruch generell gegen die Verarbeitung oder Nutzung der Daten für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung richtet, dann muss das Institut über die institutsinterne Sperrung hinaus die Stelle, die ihm die Adressdaten übermittelt hat (zumeist der Auftraggeber oder ein Adressverlag), über den Widerspruch informieren, damit die Daten auch dort gesperrt werden können.

6 Nutzung der Adressen

6.1 Adressen für Brutto-Stichproben

Brutto-Stichproben stammen aus gespeicherten eigenen, übermittelten fremden oder vom Auftraggeber übermittelten bzw. nach § 11 BDSG oder § 80 SGB X zur Verfügung gestellten Adressbeständen. Die Adressen oder Telefonnummern wer-

den den Interviewern zur Befragung vorgegeben oder sind – bei schriftlich oder online durchgeführten Befragungen – Grundlage für den Versand der Fragebogen oder der zwecks Bitte um Teilnahme versandten E-Mail.

6.2 Adressen aus Netto-Stichproben

Als Netto-Stichproben gelten die aus einer Brutto-Stichprobe realisierten Interviews. Handelt es sich um eine Einmal-Befragung, sind die Adressen von den Befragungsdaten so bald wie möglich zu trennen und zu vernichten bzw. – z.B. bei Adressen aus Telefonverzeichnissen – so zu neutralisieren, dass keine Zusammenführung mit den Befragungsdaten mehr möglich ist. Bei Online-Befragungen sind die Adressdaten a priori getrennt von den Befragungsdaten zu speichern bzw. beim Rückfluss der Daten von diesen zu trennen und sobald wie möglich zu löschen.

Haben Befragte in eine Folge- oder Wiederholungs-Befragung eingewilligt, sind die Adressdaten von den Interviewdaten ebenfalls sofort zu trennen und bis zur Wiederverwendung getrennt zu speichern. Nach Abschluss der letzten Befragungswelle und im Fall der Rücknahme der Einwilligung zur Teilnahme an einer Folge- oder Wiederholungs-Befragung gelten dieselben Regeln wie bei Einmal-Befragungen.

6.3 Anreichern einer Stichprobe durch Sekundärdaten

Die im Rahmen einer Untersuchung erhobenen Daten dürfen mit beim Auftraggeber bereits vorhandenen Daten angereichert werden, wenn das Forschungsziel dies erfordert und die Anonymität der untersuchten Personen gegenüber dem Auftraggeber gewahrt bleibt. Zu beachten ist, dass auch die Anreicherung der Befragungsdaten von Unternehmen mit Produktions-, Umsatz-, Bestelldaten o.ä. nicht zur Bestimmbarkeit der einzelnen Unternehmen führen darf.

Da bereits die bloße Teilnahme an einer Befragung ein personenbezogenes Datum darstellt, darf dem Auftraggeber zum Zweck der Anreicherung keine Adressdatei der Netto-

Stichprobe übermittelt werden. Die Anreicherung kann deshalb nur über die Brutto-Stichprobe erfolgen; vorzugsweise vorab (zusammen mit der Adressenübermittlung) oder nachträglich (Abgleich mit der Netto-Stichprobe durch das Institut).

Will der Auftraggeber die Brutto-Stichprobe durch Daten anreichern lassen, die er dem Institut nicht personenbezogen oder unternehmensbezogen übermitteln will oder darf, muss die Übermittlung (und die spätere Auswertung) verschlüsselt erfolgen. Verschlüsselt bedeutet, dass der Auftraggeber die Bedeutung der Merkmale, die er den einzelnen Untersuchungseinheiten hinzufügen lässt, dem Institut nicht bekannt geben darf, so dass sie für das Institut den Charakter von Codes haben. Bei Daten, die der Auftraggeber zum Zweck der Anreicherung übermittelt, obliegt ihm die Verantwortung dafür, dass sie gemäß § 4 Abs. 2 BDSG beim Betroffenen erhoben wurden oder eine der gesetzlich vorgesehenen Ausnahmen von diesem Grundsatz vorliegt.

6.4 Adressen, bei denen keine Interviews zustande gekommen sind (Ausfälle)

Namen und Adressdaten dieser Personen erhalten einen entsprechenden Vermerk, um die Einhaltung der Zufallsauswahl kontrollieren zu können.

Eine Nachbearbeitung zwecks höherer Ausschöpfung der Stichprobe ist zulässig, wenn Personen davon ausgenommen bleiben, die weitere Kontaktaufnahmen für diese Befragung untersagt und/ oder jegliche Teilnahme an Umfragen der Markt- und Sozialforschung abgelehnt haben. Die Adressen dieser Personen sind sofort zu löschen bzw. zu sperren. Die Löschung der übrigen Adressen, bei denen kein Interview zustande gekommen ist, hat analog zu denen der Netto-Stichprobe zu erfolgen.

6.5 Vermeidung von zu häufigen Befragungen

Es ist zulässig, dass der Auftraggeber die Adressen der Brutto-Stichprobe mit einem Vermerk versieht, um aus methodischen Gründen wiederholte, mehrfache oder zu häufige Befragungen derselben Person oder desselben Unternehmens zu vermeiden. Dagegen ist eine Übermittlung der Netto-Stichprobe an den Auftraggeber zu diesem Zweck unzulässig, weil bereits die Information über die Teilnahme an einer Untersuchung ein personenbezogenes Datum darstellt.

6.6 Incentivierung von Teilnehmern

Da eine Übermittlung der Netto-Stichprobe an den Auftraggeber unzulässig ist, darf eine Incentivierung der Teilnehmer an einer Untersuchung nicht vom Auftraggeber sondern nur vom die Untersuchung durchführenden Institut selbst oder einer damit beauftragten Stelle vorgenommen werden. Im Fall der Beauftragung müssen die Teilnehmer über die dabei notwendige Übermittlung ihrer Adressdaten informiert werden und darin einwilligen. Die beauftragte Stelle ist vertraglich zu verpflichten, die Adressdaten nicht an Dritte weiterzugeben, sie nur zur Durchführung der Incentivierung zu verwenden und unmittelbar danach zu löschen.

Bei einer Incentivierung der Teilnehmer mittels einer Verlosung o.ä. dürfen dem Auftraggeber – wenn eine Gewinnausschüttung nur durch diesen möglich ist – mit Einwilligung der Betroffenen die Adressdaten der Gewinner mitgeteilt werden. Dabei ist sicherzustellen, dass mit den Adressdaten keine personenbezogenen Befragungsdaten übermittelt werden. Die Auslosung der Gewinner muss vom die Untersuchung durchführenden Institut selbst oder von einer damit beauftragten Stelle (unter den oben genannten vertraglichen Verpflichtungen) durchgeführt werden.

6.7 Übermittlung personenbezogener Daten auf Wunsch der Befragten

Bei der Durchführung von Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung kommt es vor, dass einzelne befragte Personen trotz der zu Beginn des Interviews gegebenen Zusage zur Anonymisierung spontan den Wunsch einer Übermittlung ihrer Befragungsdaten in personenbezogener Form an den Auftraggeber äußern oder darum bitten, dass der Auftraggeber mit ihnen Kontakt aufnimmt.

In diesen Fällen darf das die Untersuchung durchführende Institut diesen Personen nur eine entsprechende Kontaktadresse des Auftraggebers mitteilen, da es dem Auftraggeber keine personenbezogenen Daten übermitteln darf. Auch im Fall einer Beauftragung nach § 11 BDSG darf das Forschungsinstitut diesen Personen nur eine Kontaktadresse des Auftraggebers mitteilen. Voraussetzung für die Zulässigkeit der Mitteilung einer Kontaktadresse des Auftraggebers ist immer, dass der entsprechende Wunsch von den befragten Personen tatsächlich spontan geäußert und nicht durch eine gezielte Frage oder einen entsprechenden Hinweis hervorgerufen wird.

7 Maßnahmen zur Datensicherung

Die Institute sind gemäß § 9 BDSG verpflichtet, *„die technischen und organisatorischen Maßnahmen zu treffen, die erforderlich sind, um die Ausführung der Vorschriften dieses Gesetzes, insbesondere die in der Anlage zu diesem Gesetz genannten Anforderungen zu gewährleisten. Erforderlich sind Maßnahmen nur, wenn ihr Aufwand in einem angemessenen Verhältnis zum angestrebten Schutzzweck steht.“* (Siehe dazu auch Anlage 3 zu dieser Richtlinie.)

Nach § 4e Nr. 9 BDSG ist der Aufsichtsbehörde bei der Anmeldung auch *„eine allgemeine Beschreibung [zu geben], die es ermöglicht, vorläufig zu beurteilen, ob die Maßnahmen nach § 9 zur Gewährleistung der Sicherheit der Verarbeitung angemessen sind“.*

Daraus folgt für den Umgang mit personenbezogenen Daten, dass die datenschutzrechtlich relevanten Arbeitsabläufe zu dokumentieren sind und die Einhaltung dieser Vorschriften zu kontrollieren ist. Das Ergebnis der Kontrollen und die daraufhin getroffenen Maßnahmen sind ebenfalls zu dokumentieren.

Für die datenschutzrechtlich relevanten Arbeitsabläufe ist der betriebliche Datenschutzbeauftragte mit verantwortlich. Die Angemessenheit und Einhaltung dieser Vorschriften und die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen werden bei den Kontrollen durch die zuständige Aufsichtsbehörde für den Datenschutz vor Ort geprüft.

Im Fall der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten im Auftrag gemäß § 11 BDSG ist der Auftraggeber für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften verantwortlich. Er ist deshalb nicht nur berechtigt sondern gemäß § 11 Abs. 2 BDSG sogar verpflichtet, *„sich vor Beginn der Datenverarbeitung und sodann regelmäßig von der Einhaltung der beim Auftragnehmer getroffenen technischen und organisatorischen Maßnahmen zu überzeugen“.*

8 Schlussbestimmungen und Haftungsausschluss

Diese Richtlinie ist Teil der Landesregeln 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 Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung in Deutschland oder von Deutschland aus durchgeführt werden. Sie gilt also auch, wenn solche Untersuchungen vom Ausland aus durchgeführt werden, um in Deutschland Forschung zu betreiben.

Die in dieser Richtlinie dargelegten Prinzipien und Verhaltensweisen sind das Ergebnis einer Güterabwägung zwischen dem Persönlichkeitsrecht der Betroffenen einerseits und dem Recht auf Forschung und den daraus resultierenden methodischen Anforderungen andererseits sowie dem Recht auf Informationsfreiheit.

Die Herausgeber können keine Haftungsfreiheit garantieren. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich durch die Rechtsprechung andere Maßstäbe für die Zulässigkeit des Umgangs mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung ergeben.

Oktober 1998 (überarbeitet im September 2001, Mai 2005 und Mai 2011)

Anhang 1**Mustertext für die vertragliche Regelung der Übermittlung und gemeinsamen Nutzung von personenbezogenen Daten zwischen Forschungsinstituten**

Im Rahmen der Zusammenarbeit an ... (*Bezeichnung der Untersuchung*) ... ist eine Übermittlung personenbezogener Daten von ... (*Name des gebenden Instituts*) ... an ... (*Name des empfangenden Instituts*) ... und die gemeinsame Nutzung dieser Daten ausschließlich für Forschungszwecke vorgesehen.

Das ... (*Name des gebenden Instituts*) ... verpflichtet sich, die Teilnehmer der Untersuchung unter Berücksichtigung methodischer Aspekte über Zweck und Umfang der Übermittlung und gemeinsamen Nutzung ihrer personenbezogenen Daten zu informieren und die entsprechende Einwilligung einzuholen.

Das ... (*Name des empfangenden Instituts*) ... verpflichtet sich, die übermittelten personenbezogenen Daten gemäß den berufsständischen Verhaltensregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung ausschließlich zu dem/den oben bezeichneten Forschungszweck(en) zu nutzen und dabei die Grundsätze ordnungsgemäßer Datenverarbeitung – insbesondere der Datensicherheit gemäß § 9 BDSG – zu beachten.

Name und Anschrift des gebenden Instituts

Ort, Datum, Unterschrift

Name und Anschrift des empfangenden Instituts

Ort, Datum, Unterschrift

Anhang 2**Mustertext für die Unterrichtung über die verantwortliche Stelle und das Widerspruchsrecht gemäß § 28 Abs. 4 BDSG (als Teil der allgemeinen Bitte um Teilnahme an einer Untersuchung)**

Wir haben Ihren Namen und Ihre ... (*Adressdaten spezifizieren*) ... von ... (*Name und Kontaktdaten*) ... erhalten, um eine Befragung zu Zwecken der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung durchzuführen. Sie haben gemäß Bundesdatenschutzgesetz die Möglichkeit, der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für diese Zwecke zu widersprechen. Wenn Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch machen, werden Ihre Daten entsprechend Ihrem Widerspruch gesperrt.

Anhang 3**BDSG § 30a
„Geschäftsmäßige Datenerhebung und -speicherung für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung“**

(1) *Das geschäftsmäßige Erheben, Verarbeiten oder Nutzen personenbezogener Daten für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung ist zulässig, wenn*

1. *kein Grund zu der Annahme besteht, dass der Betroffene ein schutzwürdiges Interesse an dem Ausschluss der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung hat, oder*
2. *die Daten aus allgemein zugänglichen Quellen entnommen werden können oder die verantwortliche Stelle sie veröffentlichen dürfte und das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung gegenüber dem Interesse der verantwortlichen Stelle nicht offensichtlich überwiegt.*

Besondere Arten personenbezogener Daten (§ 3 Absatz 9) dürfen nur für ein bestimmtes Forschungsvorhaben erhoben, verarbeitet oder genutzt werden.

(2) *Für Zwecke der Markt- oder Meinungsforschung erhobene oder gespeicherte personenbezogene Daten dürfen nur für diese Zwecke verarbeitet oder genutzt werden. Daten, die nicht aus allgemein zugänglichen Quellen entnommen worden sind und die die verantwortliche Stelle auch nicht veröffentlichen darf, dürfen nur für das Forschungsvorhaben verarbeitet oder genutzt werden, für das sie erhoben worden sind. Für einen anderen Zweck dürfen sie nur verarbeitet oder genutzt werden, wenn sie zuvor so anonymisiert werden, dass ein Personenbezug nicht mehr hergestellt werden kann.*

(3) Die personenbezogenen Daten sind zu anonymisieren, sobald dies nach dem Zweck des Forschungsvorhabens, für das die Daten erhoben worden sind, möglich ist. Bis dahin sind die Merkmale gesondert zu speichern, mit denen Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren Person zugeordnet werden können. Diese Merkmale dürfen mit den Einzelangaben nur zusammengeführt werden, soweit dies nach dem Zweck des Forschungsvorhabens erforderlich ist.

(4) § 29 gilt nicht.

(5) § 28 Absatz 4 und 6 bis 9 gilt entsprechend.“

Anhang 4

Anlage (zu § 9 Satz 1 BDSG)

„Werden personenbezogene Daten automatisiert verarbeitet oder genutzt, ist die innerbehördliche oder innerbetriebliche Organisation so zu gestalten, dass sie den besonderen Anforderungen des Datenschutzes gerecht wird. Dabei sind insbesondere Maßnahmen zu treffen, die je nach Art der zu schützenden personenbezogenen Daten geeignet sind,

1. Unbefugten den Zutritt zu Datenverarbeitungsanlagen, mit denen personenbezogene Daten verarbeitet oder genutzt werden, zu verwehren (Zutrittskontrolle),
2. zu verhindern, dass Datenverarbeitungssysteme von Unbefugten genutzt werden können (Zugangskontrolle),
3. zu gewährleisten, dass die zur Benutzung eines Datenverarbeitungssystems Berechtigten ausschließlich auf die ihrer Zugangsberechtigung unterliegenden Daten zugreifen können und dass personenbezogene Daten bei der Verarbeitung, Nutzung und nach der Speicherung nicht unbefugt gelesen, kopiert, verändert oder entfernt werden können (Zugriffskontrolle),
4. zu gewährleisten, dass personenbezogene Daten bei der elektronischen Übertragung oder während ihres Transports oder ihrer Speicherung auf Datenträger nicht unbefugt gelesen, kopiert oder entfernt werden können, und dass überprüft und festgestellt werden kann, an welche Stellen eine Übermittlung personenbezogener Daten durch Einrichtungen zur Datenübertragung vorgesehen ist (Weitergabekontrolle),

5. zu gewährleisten, dass nachträglich überprüft und festgestellt werden kann, ob und von wem personenbezogene Daten in Datenverarbeitungssysteme eingegeben, verändert oder entfernt worden sind (Eingabekontrolle),
6. zu gewährleisten, dass personenbezogene Daten, die im Auftrag verarbeitet werden, nur entsprechend den Weisungen des Auftraggebers verarbeitet werden können (Auftragskontrolle),
7. zu gewährleisten, dass personenbezogene Daten gegen zufällige Zerstörung oder Verlust geschützt sind (Verfügbarkeitskontrolle),
8. zu gewährleisten, dass zu unterschiedlichen Zwecken erhobene Daten getrennt verarbeitet werden können.

Eine Maßnahme nach Satz 2 Nummer 2 bis 4 ist insbesondere die Verwendung von dem Stand der Technik entsprechenden Verschlüsselungsverfahren.“