



Berufsverband
Deutscher Markt- und
Sozialforscher e.V.



Richtlinie zum Umgang mit Datenbanken in der Markt- und Sozialforschung

Diese Richtlinie wird herausgegeben vom ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V., von der ASI Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V., vom BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. und von der D.G.O.F. Deutsche Gesellschaft für Online Forschung e.V.

1. Einleitung

Die Pluralisierung der Wertorientierungen und Einstellungen in unserer Gesellschaft sowie die Differenzierung von Gütern und Dienstleistungen hat unter anderem eine Individualisierung der Einstellungen, Bedürfnisse und Verhaltensweisen und damit auch der Konsumstile zur Folge. Dem entsprechend individualisieren sich auch die Beziehungen zwischen den Anbietern von Gütern und Dienstleistungen und ihren Kunden. Der Schwerpunkt des Marketings verlagert sich deshalb vom Produktmanagement zum Kundenbeziehungsmanagement.

Dadurch entstehen erweiterte Anforderungen an die Markt- und Sozialforschung in Bezug auf den wissenschaftlichen Umgang mit Datenbanken, denen in der Selbstregulierung der Markt- und Sozialforschung Rechnung zu tragen ist.

Die vorliegende Richtlinie ergänzt deshalb die grundlegenden Standesregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung, die insbesondere im „IHK/ESOMAR Internationalen Kodex für die Praxis der Markt- und Sozialforschung“ und in der dem Kodex vorangestellten „Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland“ festgeschrieben sind, im Hinblick auf den wissenschaftlichen Umgang mit Datenbanken.

Über die sich in den Standesregeln manifestierenden rechtlichen Rahmenbedingungen der Markt- und Sozialforschung – insbesondere die Vorschriften des Datenschutzrechts – hinaus sind für den wissenschaftlichen Umgang mit Datenbanken – wie immer in der Markt- und Sozialforschung – auch die in den Qualitätsstandards der Markt- und Sozialforschung dokumentierten wissenschaftlich-methodischen Anforderungen der Markt- und Sozialforschung sowie die Prinzipien forschungsethischen Verhaltens zu beachten.

2. Definitionen

2.1. Kennziffern

Als **Kennziffern** werden in der vorliegenden Richtlinie alle Ergebnisse mathematisch-statistischer Operationen bezeichnet, die aus den in Datenbanken gespeicherten Merkmalen oder aus eigens dazu erhobenen Daten oder bereits vorhandenen Informationen in Form von Indizes, Scores, Typen oder ähnlichem berechnet, d. h. erzeugt, und individuellen Datensätzen nach Wahrscheinlichkeit (zwischen 0 und 1) zugeordnet werden.

2.2. Mathematisch-statistische Klassifikations- oder Zuordnungsverfahren

Als **mathematisch-statistische Klassifikations- oder Zuordnungsverfahren** werden in der vorliegenden Richtlinie alle Verfahren bezeichnet, auf deren Grundlage eine nach Wahrscheinlichkeit fallweise Zuordnung von Kennziffern zu den einzelnen in einer Datenbank erfassten Fällen erfolgt (auch: Modellierung).

2.3. Personenbezogene Datenbanken

Als **personenbezogene Datenbanken** werden in der vorliegenden Richtlinie alle Datenbanken bezeichnet, die ausschließlich oder auch personenbezogene Daten in der Definition des § 3 (1) Bundesdatenschutzgesetz enthalten (siehe dazu auch die „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“).

2.4. Forschende Stellen

Forschende Stellen können privatwirtschaftliche Markt- und Sozialforschungsinstitute sowie in gleicher Weise tätige akademische und universitäre Forschungseinrichtungen, betriebliche Forschungsabteilungen, kommunale Ämter, Stellen der amtlichen Statistik und Einzelforscher sein.

3. Halter von Datenbanken

Datenbanken, mit denen in der wissenschaftlichen Markt- und Sozialforschung gearbeitet wird, werden von forschenden Stellen, ihren Auftraggebern

oder von dritten Stellen gehalten.

3.1. Datenbanken bei forschenden Stellen

Werden bei forschenden Stellen für die wissenschaftliche Markt- und Sozialforschung personenbezogene Datenbanken von Teilnehmern von Untersuchungen gehalten, dürfen sie ausschließlich der Durchführung von Folge- oder Wiederholungsbefragungen sowie der Organisation von Panels dienen. Sie enthalten die Namen und Adressdaten teilnahmebereiter Personen und verschiedene Merkmale, die als Selektionskriterien für die Teilnahme an weiteren Untersuchungen herangezogen werden. Das Halten dieser Datenbanken ist zulässig, wenn die betroffenen Personen auf methodengerechte Weise über die notwendige Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten informiert wurden und darin eingewilligt haben (siehe dazu auch die „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“).

3.2. Datenbanken bei Auftraggebern

Die Auftraggeber der wissenschaftlichen Markt- und Sozialforschung sind dafür verantwortlich, dass ihre Datenbanken rechtmäßig gehalten werden. Die forschende Stelle hat den Auftraggeber darauf hinzuweisen, wenn ihr beim wissenschaftlichen Umgang mit diesen Datenbanken rechtliche, insbesondere datenschutzrechtliche Probleme bekannt werden.

3.3. Datenbanken bei Dritten

Wenn bei Dritten gehaltene personenbezogene Datenbanken für die wissenschaftliche Markt- und Sozialforschung verwendet werden, handelt es sich hauptsächlich um die qualifizierten Adressenbestände von Adressenhändlern, die für die Ziehung von Stichproben bei Untersuchungen spezieller Zielgruppen bedeutsam sind. Die Bedingungen der Zulässigkeit einer Nutzung der in diesen Datenbanken gespeicherten Daten sind in der „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“ im Einzelnen aufgeführt.

4. Arten des Umgangs mit Datenbanken

In der Markt- und Sozialforschung sind fünf grundlegende Arten des wissenschaftlichen Umgangs mit Datenbanken zu unterscheiden:

1. das Ziehen von Stichproben aus Datenbanken,
2. die mathematisch-statistische Analyse von Datenbanken,
3. die Fusion von Datenbanken,
4. das Zuspielen von Forschungsergebnissen in Datenbanken,
5. das Anreichern von Forschungsergebnissen aus Datenbanken.

4.1. Ziehen von Stichproben aus Datenbanken

Die für das Ziehen von Stichproben aus Datenbanken bzw. für die in diesem Zusammenhang notwendige Übermittlung von Adressen relevanten rechtlichen Bestimmungen sind in der „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“ beschrieben.

4.2. Mathematisch-statistische Analyse von Datenbanken

Bei der mathematisch-statistischen Analyse von in Datenbanken bereits gespeicherten Daten werden Datenbanken bzw. daraus gezogene Stichproben mittels wissenschaftlicher Verfahren nur auf mögliche und bisher unbekannte Strukturen und Zusammenhänge der darin enthaltenen Merkmale untersucht. Dabei können Kennziffern berechnet und als statistische Erwartungswerte den einzelnen Fällen in der Datenbank zugeordnet werden. Das geschieht mittels mathematisch-statistischer Klassifikations- oder Zuordnungsverfahren.

Diese mathematisch-statistische Analyse von Datenbanken zu wissenschaftlichen Zwecken ist zulässig, wenn dabei keine personenbezogenen Daten verarbeitet werden.

4.3. Fusion von Datenbanken

Bei der Fusion von Datenbanken werden den in einer (empfangenden) Datenbank

enthaltenen Merkmalen die in einer anderen (sendenden) Datenbank enthaltenen Merkmale mittels mathematisch-statistischer Klassifikations- oder Zuordnungsverfahren als weitere Merkmale fallweise zugespielt. Voraussetzung dafür ist, dass eine Anzahl von gemeinsamen Merkmalen in beiden Datenbanken enthalten sind, um auf der Grundlage ähnlicher Kombinationen der Merkmalsausprägungen die Zuordnung vornehmen zu können.

Die Fusion von Datenbanken zu wissenschaftlichen Zwecken ist zulässig, soweit dabei keine personenbezogenen Daten verarbeitet werden. Ist die Fusion durch die Verarbeitung anonymisierter Daten nicht möglich, darf sie mit pseudonymisierten Daten durchgeführt werden, wenn schutzwürdige Belange der Betroffenen wegen der Art der Daten oder wegen der Art ihrer Nutzung nicht beeinträchtigt werden.

4.4. Zuspielen von Forschungsergebnissen in Datenbanken

Beim Zuspielen von Forschungsergebnissen in Datenbanken werden den in der Datenbank bereits gespeicherten Merkmalen fallweise neue Merkmale (z.B. Kennziffern) hinzugefügt; wobei die den Forschungsergebnissen zugrunde liegenden Daten sowohl bei den in der Datenbank erfassten Personen als auch bei darin nicht erfassten Personen erhoben worden sein können.

Das Zuspielen von Forschungsergebnissen in Datenbanken ist auf unterschiedliche Weise möglich:

4.4.1. Übermittlung der Zuspielungsregeln

Bei dieser Form des Zuspielens von Forschungsergebnissen in Datenbanken übermittelt die forschende Stelle dem Auftraggeber die mathematischen Regeln, nach denen die Kennziffern berechnet und als statistische Erwartungswerte fallweise zugeordnet werden. Das Zuspielen nimmt der Auftraggeber selbst vor. Es werden keine Daten in personenbezogener oder pseudonymisierter Form übermittelt. Diese Vorgehensweise ist zulässig.

4.4.2. Zuspielen in pseudonymisierte Datenbanken

Bei dieser Form des Zuspielens von Forschungsergebnissen übermittelt der Auftraggeber der forschenden Stelle die Datenbank, der die Forschungsergebnisse zugespielt werden sollen, in pseudonymisierter Form. Die forschende Stelle nimmt die Berechnung und fallweise Zuordnung der Kennziffern vor und übermittelt dem Auftraggeber die solcherart ergänzte Datenbank. Diese Vorgehensweise ist zulässig, wenn die forschende Stelle keinen Zugriff auf die Zuordnungsfunktion der pseudonymisierten Daten hat.

4.4.3. Zuspielen in personenbezogene Datenbanken

Bei dieser Form des Zuspielens von Forschungsergebnissen enthält die Datenbank, die der Auftraggeber der forschenden Stelle zwecks Zuspielens der Forschungsergebnisse übermittelt, nicht anonymisierte oder pseudonymisierte sondern personenbezogene Daten. Die forschende Stelle nimmt die Berechnung und fallweise Zuordnung der Kennziffern vor und übermittelt dem Auftraggeber die ergänzte Datenbank. Diese Vorgehensweise ist nur zulässig, wenn dem Auftraggeber eine Einwilligung der vom Zuspielen betroffenen Personen vorliegt. Lassen sich diese Personen vor dem Zuspielen von Forschungsergebnissen nicht identifizieren, ist die Einwilligung aller in der Datenbank erfassten Personen einzuholen.

4.4.4. Zuspielen in personenbezogener Form

Das Zuspielen der in der wissenschaftlichen Markt- und Sozialforschung von forschenden Stellen erhobenen Daten in personenbezogener Form in Datenbanken des Auftraggebers oder von Dritten ist unzulässig.

4.5. Anreichern von Forschungsergebnissen aus Datenbanken

Beim Anreichern von Ergebnissen der wissenschaftlichen Markt- und Sozialforschung aus Datenbanken werden den erhobenen Daten in einer Datenbank gespeicherte Merkmale fallweise zugespielt. Häufig handelt es sich dabei um beim Auftraggeber der Untersuchung gehaltene Datenbanken. Das Anreichern von Forschungsergebnissen aus Datenbanken ist zulässig, wenn die Anonymität der befragten Personen erhalten bleibt.

5. Einwilligung der in einer Datenbank erfassten Personen

5.1. Einwilligung in eine Befragung

Die Teilnahme an einer wissenschaftlichen Umfrage der Markt- und Sozialforschung basiert immer auf einer Einwilligung der für die Untersuchung ausgewählten Personen. Dieses Grundprinzip der Ständesregeln der wissenschaftlichen Markt- und Sozialforschung gilt auch für den Fall, dass die in einer Datenbank erfassten Personen befragt und die Forschungsergebnisse in der oben beschriebenen Weise als statistische Erwartungswerte dieser Datenbank zugespielt werden sollen. Die sich aus dem Widerspruchsrecht der zu befragenden Personen ergebenden Anforderungen sind in der „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“ im Einzelnen geregelt.

Beim Einholen der Einwilligung wird unter anderem in methodengerechter Weise auf den Zweck der Untersuchung hingewiesen, wie es das gemeinsam mit den obersten Landesbehörden für den Datenschutz formulierte Merkblatt „Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben bei mündlichen oder schriftlichen Interviews“ vorsieht. Wenn der oder ein Zweck der Untersuchung in der Berechnung und Zuordnung von Kennziffern besteht, dann ist auch auf diesen Zweck hinzuweisen. Eine Nutzung der erhobenen Daten im Rahmen mathematisch-statistischer Klassifikations- oder Zuordnungsverfahren ist grundsätzlich zulässig.

5.2. Einwilligung in das Zuspielen von Forschungsergebnissen

Für das Verarbeiten und Nutzen personenbezogener Daten in einer Datenbank ist eine Einwilligung der betroffenen Personen erforderlich. Dabei ist vom Halter der Datenbank zugleich eine Einwilligung für Zwecke der Markt- und Meinungsforschung einzuholen, wenn das Zuspielen von Forschungsergebnissen zu einem späteren Zeitpunkt wahrscheinlich ist. Mathematisch-statistische Analysen von Datenbanken mit anonymisierten Daten bedürfen keiner Einwilligung.

6. Schlussbestimmungen und Haftungsausschluss

Diese Richtlinie ist **Teil der Ständesregeln** 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 wissenschaftliche 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 gezielt in Deutschland wissenschaftliche Forschung zu betreiben.

Die in dieser Richtlinie dargelegten Prinzipien und Verhaltensweisen stellen unter anderem das Ergebnis einer Güterabwägung zwischen dem **Persönlichkeitsrecht der Betroffenen** einerseits und dem **Recht auf Forschung** und den daraus resultierenden methodischen Anforderungen sowie dem **Recht auf Informationsfreiheit** andererseits dar. Eine einheitliche Meinung aller Experten zur Güterabwägung im Rahmen der Gesetze und anderer Normen besteht nicht, so dass die Herausgeber keine Haftungsfreiheit garantieren können. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich bei einer Abwägung jetzt oder im Verlauf späterer Entwicklungen durch andere Instanzen abweichende Maßstäbe zur Rechtmäßigkeit oder berufsethischen Zulässigkeit der dargelegten Verfahren ergeben.

Mai 2005