

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 – DGOF e. V.

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.

Die vorliegende Richtlinie ist stets in Verbindung mit dem „ICC/ESOMAR Internationalen Kodex für die Markt- und Sozialforschung“ und der ihm vorangestellten „Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland“ sowie den verschiedenen Richtlinien der Verbände der Markt- und Sozialforschung in Deutschland anzuwenden.

2 Rechtlicher Rahmen

Die EU-DSGVO und das BDSG-neu gelten für die Verarbeitung 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 § 35 (Sozialgesetzbuch) SGB I.

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

Von der EU-DSGVO oder anderen datenschutzrechtlichen Bestimmungen in anderen Gesetzen nicht erfasst werden Befragungs- oder Beobachtungsdaten, die keinen Personenbezug aufweisen. Der Personenbezug darf sich weder direkt über den Namen und/oder die Adresse noch indirekt über die Bestimmbarkeit aufgrund anderer Merkmale ergeben.

3 Definitionen zentraler Begriffe

3.1 Personenbezogene Daten

Als personenbezogene Daten gelten „alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person (im Folgenden: „betroffene Person“) beziehen; als identifizierbar wird eine natürliche Person angesehen, die direkt oder indirekt, insbesondere mittels Zuordnung zu einer Kennung wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung oder zu einem oder mehreren besonderen Merkmalen, die Ausdruck der physischen, physiologischen, genetischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Identität dieser natürlichen Person sind, identifiziert werden kann“ (Artikel 4 Ziffer 1 EU-DSGVO).

3.2 Verarbeitung

Die EU-DSGVO findet gemäß Artikel 2 Anwendung für die ganz oder teilweise automatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten sowie für die nicht automatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten, die in einem Dateisystem gespeichert sind oder gespeichert werden sollen.

Verarbeitung bezeichnet „jeden mit oder ohne Hilfe automatisierter Verfahren ausgeführten Vorgang oder jede solche Vorgangsreihe im Zusammenhang mit personenbezogenen Daten wie das Erheben, das Erfassen, die Organisation, das Ordnen, die Speicherung, die Anpassung oder Veränderung, das Auslesen, das Abfragen, die Verwendung, die Offenlegung durch Übermittlung, Verbreitung oder eine andere Form der Bereitstellung, den Abgleich oder die Verknüpfung, die Einschränkung, das Löschen oder die Vernichtung“ (Artikel 4 Ziffer 2 EU-DSGVO).

3.3 Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten

„Die Verarbeitung personenbezogener Daten, aus denen die rassische und die ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder weltanschauliche Überzeugungen oder die Gewerkschaftszugehörigkeit hervorgehen, sowie die Verarbeitung von genetischen Daten, biometrischen Daten zur eindeutigen Identifizierung einer natürlichen Person, Gesundheitsdaten oder Daten zum Sexualleben oder der sexuellen Orientierung einer natürlichen Person ist untersagt“ (Artikel 9 EU-DSGVO). Artikel 9 Abs. 2 EU-DSGVO normiert hierzu Ausnahmen, beispielsweise die ausdrückliche Einwilligung der betroffenen Person (Artikel 9 Abs. 2a EU-DSGVO).

Gemäß § 27 BDSG-neu ist abweichend von Artikel 9 Abs. 1 EU-DSGVO die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten auch ohne Einwilligung für wissenschaftliche Zwecke zulässig, wenn die Verarbeitung zu diesen Zwecken erforderlich ist und die Interessen des Verantwortlichen an der Verarbeitung die Interessen der betroffenen Person an einem Ausschluss der Verarbeitung erheblich überwiegen. Der Verantwortliche muss angemessene und spezifische Maßnahmen zur Wahrung der Interessen der betroffenen Person vorsehen (§ 27 Abs. 1 BDSG-neu).

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 – oder durch entsprechende Formulierung der Frage und der Antwortmöglichkeiten eingeholt werden, falls es sich nicht um einen umfangreicheren Fragenkomplex handelt, dessen Abfrage 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.

3.4 Anonymisieren und Pseudonymisieren

Die einer Pseudonymisierung unterzogenen personenbezogenen Daten, die durch Heranziehung zusätzlicher Informationen einer natürlichen Person zugeordnet werden könnten, behalten ihren Personenbezug (Erwägungsgrund 26 EU-DSGVO).

Pseudonyme Daten sind keine anonymen Daten. Werden von vornherein Daten ohne Personenbezug erhoben und gespeichert und handelt es sich um anonyme Informationen, d. h. Informationen, die sich nicht auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person beziehen oder personenbezogene Daten, die in einer Weise anonymisiert worden sind, dass die betroffene Person nicht oder nicht mehr identifiziert werden kann, kommt die EU-DSGVO nicht (mehr) zur Anwendung. Um festzustellen, ob Pseudonymisierung oder Anonymisierung vorliegt, d. h. ob eine natürliche Person identifizierbar ist, sind alle Mittel in Betracht zu ziehen, die von dem Verantwortlichen oder einer anderen Person nach allgemeinem Ermessen wahrscheinlich genutzt werden, um die natürliche Person direkt oder indirekt zu identifizieren (Erwägungsgrund 26 EU-DSGVO).

3.4.1 Anonymisieren

Anonymisieren ist „das Verändern personenbezogener Daten derart, dass die einzelnen Angaben 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“ (Vgl. Gola, Kommentar zur EU-DSGVO 2. Auflage, Artikel 4 Randnummer 41).

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 PKWs oder die Kombination von Berufsangabe und Wohnort).

3.4.2 Pseudonymisieren

Pseudonymisierung ist „die Verarbeitung personenbezogener Daten in einer Weise, dass die personenbezogenen Daten ohne Hinzuziehung zusätzlicher Informationen nicht mehr einer spezifischen betroffenen Person zugeordnet werden können, sofern diese zusätzlichen Informationen gesondert aufbewahrt werden und die technischen und organisatorischen Maßnahmen unterliegen, die gewährleisten, dass die personenbezogenen Daten nicht einer identifizierten oder identifizierbaren natürlichen Person zugewiesen werden“ (Artikel 4 Nr. 5 EU-DSGVO).

Pseudonymisierte Daten verlieren nicht ihren Personenbezug.

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 der EU-DSGVO und des BDSG-neu.

4 Herkunft der Adressen

Adressen können für Zwecke der Markt- und Sozialforschung aus folgenden Quellen kommen:

- Öffentlich zugängliche Quellen (4.1)
- Adressverlage (4.2)
- Einwohnermeldeämter (4.3)
- Auftraggeber (4.4)
- Rekrutierer (4.5)

Unabhängig von der Herkunft der Adressen sind bei deren Nutzung die Datenschutzgrundverordnung sowie die berufsständischen Verhaltensregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung zu beachten.

4.1 Adressen aus öffentlich zugänglichen Quellen

Die Nutzung von Adressen aus öffentlich zugänglichen Quellen stützt sich auf die gesetzliche Erlaubnisnorm des Artikel 6 Abs. 1f EU-DSGVO. Dabei darf grundsätzlich unterstellt werden, dass das Interesse der verantwortlichen Stelle an der Nutzung zum Zwecke der anonymen und wissenschaftlichen Markt- und Sozialforschung gegenüber dem Datenschutzinteresse des Betroffenen überwiegt.

4.2 Adressen von Adressverlagen, die auf einer Einwilligung beruhen

Eine personenbezogene Übermittlung der durch Interview oder Beobachtung erhobenen Daten an den Adressverlag ist unzulässig. Erlaubt sind lediglich eine namentliche Rückmeldung von Dubletten sowie nicht auffindbaren oder nicht zur Zielgruppe gehörenden Adressen an den Adressverlag. Die Rückmeldung von nicht zur Zielgruppe gehörenden Adressen muss sich auf diese Tatsache beschränken und darf keine Richtigstellung des Zielgruppenmerkmals der Adresse enthalten.

Soweit die Adressen nicht aus öffentlich zugänglichen Quellen stammen, muss sich der Käufer die Einwilligungen (zum Beispiel durch Prüfung einer ausreichend großen Stichprobe aus der Anzahl der vom Verkäufer behaupteten Einwilligungen) nachweisen lassen und inhaltlich prüfen, ob diese für die geplante Verwendung ausreichend sind.

4.3 Adressen von Einwohnermeldeämtern

Die Nutzung von Adressen von Einwohnermeldeämtern setzt ein öffentliches Interesse voraus. Den Nachweis dafür verlangen die Einwohnermeldeämter entsprechend der einschlägigen Gesetze und Ausführungsbestimmungen, die auch den Umgang mit den Adressen regeln.

4.4 Adressen vom Auftraggeber

Adressen können den Instituten im Rahmen einer Auftragsverarbeitung von Auftraggebern zur Verfügung gestellt werden, um diese Adressen weisungsgebunden zur Kontaktaufnahme zu verwenden. Auch in diesem Fall ist das Anonymitätsgebot anzuwenden. Der Auftraggeber bleibt gegenüber den Betroffenen die verantwortliche Stelle in Bezug auf seine Kontaktdaten. Das Institut wird zur verantwortlichen Stelle für die nach der Kontaktaufnahme erhobenen Daten (Befragungsdaten), inklusive der Tatsache, ob eine kontaktierte Person teilgenommen hat oder nicht, da dieses ein personenbezogenes Datum darstellt.

Bei der Übermittlung von Adressen sind die Bestimmungen der EU-DSGVO sowie gegebenenfalls weitere Bestimmungen, wie die Bestimmungen des Sozialgesetzbuchs (für alle Daten, die dem Sozialgeheimnis nach § 35 SGB I unterliegen), des Telemediengesetzes (Erfordernis der Zustimmung für Daten von Anbietern von Telekommunikationsdiensten gemäß § 95 Abs. 2 TKG) zu beachten.

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.

4.5 Daten von Rekrutierern

Soweit im Einzelfall personenbezogene Daten von Rekrutierern an Institute weitergegeben werden, handelt es sich nicht um einen Fall der Auftragsverarbeitung und grundsätzlich nicht um eine gemeinsame Verantwortung. Der Rekrutierer ist und bleibt für die von ihm erhobenen Adressen in seiner Datenbank verantwortliche Stelle. Für die Verwendung dieser Adressen durch das beauftragende Institut ist dieses Institut selbst verantwortliche Stelle im Sinne der EU-DSGVO. Sollte es sich im Einzelfall um einen Fall der gemeinsamen Verantwortung handeln, muss ein Vertrag nach Art. 26 EU-DSGVO abgeschlossen werden.

4.6 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 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.

4.7 Zusammenarbeit von Forschungsinstituten

Bei einer Zusammenarbeit (auch als Auftragnehmer und Auftraggeber) 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 oder die Weitergabe von Adressdaten an das

andere Forschungsinstitut 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 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. In den meisten Fällen ist auch ein Vertrag zur gemeinsamen Verantwortlichkeit nach Art. 26 EU-DSGVO erforderlich. Die gemeinsame Nutzung ist nur zulässig, wenn sie ausschließlich für Forschungszwecke erfolgt.

4.8 Speicherung selbst erhobener Adressen

4.8.1 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.

4.8.2 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 beim ersten persönlichen oder schriftlichen Kontakt zu überlassen. Wenn es keinen persönlichen oder schriftlichen Kontakt gibt, ist die Erklärung auf Wunsch des Befragten nachträglich zuzusenden.

Bei Online-Befragungen muss die „Erklärung zum Datenschutz“ den Teilnehmern auf dem Bildschirm angezeigt und die Möglichkeit des Ausdrucks gegeben sein oder sie muss in anderer geeigneter Form verfügbar gemacht werden.

Die „Erklärung zum Datenschutz“ ist inhaltlich der jeweiligen Erhebungsmethode anzupassen.

4.9 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 alle erforderlichen Informationen nach Artikel 14 EU-DSGVO, inklusive die Herkunft der Adressen informieren und auf die Freiwilligkeit der Teilnahme und das Widerspruchsrecht hinweisen.

5 Informationspflicht und Widerspruchsrecht

5.1 Informationspflicht

Beim Kontakt muss gemäß Artikel 13 EU-DSGVO über folgende Punkte informiert werden:

- die Identität der Forschungseinrichtung bzw. der verantwortlichen Stelle, wenn das nicht die Forschungseinrichtung ist, und zwar in für die Betroffenen ohne Schwierigkeiten nachvollziehbarer Weise - den allgemeinen Zweck und die Rechtsgrundlage (inkl. der berechtigten Interessen) der Kontaktaufnahme;
- die Freiwilligkeit der Teilnahme, sofern diese nicht offensichtlich ist;
- Empfänger oder Kategorien von Empfängern von personenbezogenen Daten (z. B. Felddienstleister – Marktforschungsinstitut, Forschungsgemeinschaften);
- soweit relevant: Übermittlung in ein Drittland;
- Dauer der Speicherung (z. B. Vernichtung nach Projektende);
- Widerrufsrecht der Einwilligung;
- die Quelle der personenbezogenen Daten und das Widerspruchsrecht bezüglich ihrer Übermittlung und/oder Nutzung;
- die Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten;
- soweit relevant: das Bestehen einer automatisierten Entscheidungsfindung;
- die Rechte auf Auskunft, Berichtigung, Löschung und Einschränkung sowie Widerspruch gegen die Verarbeitung und das Recht auf Beschwerde bei der Datenschutzaufsichtsbehörde.

Sind diese Informationen und weitergehende Erläuterungen nicht transparent und verständlich zu vermitteln, sind sie dem Befragten per Briefpost, Telefax oder E-Mail schriftlich zu geben oder als Download zur Verfügung zu stellen.

Die Verbindung zwischen den Befragungsdaten und den Namen, Telefonnummern, Anschriften und Mail-Adressen der Befragten muss zum frühestmöglichen Zeitpunkt, spätestens jedoch nach Abschluss des Projekts nicht wiederherstellbar aufgehoben werden.

5.2 Wiederholungs-, Folge- oder Panel-Befragungen

Bei Wiederholungs-, Folge- oder Panel-Befragungen muss beim ersten Interview zusätzlich die Einwilligung zur Aufbewahrung der für das/die folgende(n) Interview(s) erforderlichen Adressdaten wie Name, Telefonnummern, Anschriften, Mail-Adressen und Selektionsmerkmalen eingeholt werden. Wird die Einwilligung nicht gegeben, dann gilt dieses erste Interview als Einmal-Befragung.

Eine Einwilligung zur Speicherung der Kontaktdaten ohne vorherigen Hinweis an den Befragten darauf, dass Kontakt- und Befragungsdaten des Erstinterviews für Wiederholungs- oder Folgeinterviews wieder benutzt werden, ist unwirksam.

Die Art, in der das/die Wiederholungs- oder Folgeinterview(s) durchgeführt werden soll(en), ist beim Erstinterview mitzuteilen. Ebenso muss den Befragten mitgeteilt werden, wenn die Art der nochmaligen Befragung noch nicht feststeht.

Bei Wiederholungs- oder Folge-Befragungen ist den Befragten spätestens beim erneuten Kontakt eine diesbezüglich modifizierte Information zum Datenschutz verfügbar zu machen. Je nach Zielgruppe und Thematik der Untersuchung kann es sinnvoll sein, diese Informationen zum Datenschutz gleich im Anschluss an das Erstinterview verfügbar zu machen.

Zu beachten ist, ob Erst- und Wiederholungs- bzw. Folgeinterview(s) von verschiedenen Forschungseinrichtungen durchgeführt werden. Die Einwilligung des Befragten zur Wiederholungs- bzw. Folge-Befragung durch eine andere Forschungseinrichtung muss vor deren Kontaktaufnahme beim Befragten eingeholt werden.

5.3 Widerspruchsrecht und Widerrufsrecht

Die EU-DSGVO unterscheidet zwischen dem Widerspruchsrecht bei Verarbeitungen (ohne Einwilligung) gemäß Artikel 6 Abs. 1 f EU-DSGVO und dem Widerrufsrecht bei Datenverarbeitungsvorgängen aufgrund einer Einwilligung in Artikel 7 Abs. 3 EU-DSGVO.

5.3.1 Widerspruchsrecht

Gemäß Artikel 21 Abs. 1 EU-DSGVO hat die betroffene Person das Recht, aus Gründen, die sich aus ihrer besonderen Situation ergeben, jederzeit gegen die Verarbeitung sie betreffender personenbezogener Daten, die aufgrund von Artikel 6 Abs. 1 f EU-DSGVO erfolgt, Widerspruch einzulegen. Der Verantwortliche verarbeitet in diesem Falle die personenbezogenen Daten nicht mehr, es sei denn, er kann zwingende schutzwürdige Gründe für die Verarbeitung nachweisen, die die Interessen, Rechte und Freiheiten der betroffenen Person überwiegen, oder die Verarbeitung dient der Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen. Soweit es sich um wissenschaftliche Forschungszwecke handelt, kann Widerspruch nur eingelegt werden, wenn die Verarbeitung nicht zur Erfüllung einer dem öffentlichen Interesse dienenden Aufgabe erforderlich ist.

Die betroffene Person muss gemäß Artikel 21 Abs. 4 EU-DSGVO spätestens zum Zeitpunkt der ersten Kommunikation mit ihr ausdrücklich auf das in Artikel 21 Abs. 1 EU-DSGVO genannte Recht auf Widerspruch hingewiesen werden; dieser Hinweis hat in einer verständlichen und von anderen Informationen getrennten Form zu erfolgen.

Wenn sich der Widerspruch einer kontaktierten Person nur gegen die Verarbeitung oder Nutzung ihrer 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.

5.3.2 Widerrufsrecht

Beruhet die Verarbeitung auf einer Einwilligung, muss der Verantwortliche nachweisen können, dass die betroffene Person in die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten eingewilligt hat. Die betroffene Person hat das Recht, ihre Einwilligung jederzeit zu widerrufen (Artikel 7 Abs. 3 EU-DSGVO). Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt.

6 Nutzung der Adressen

6.1 Adressen für Brutto-Stichproben

Brutto-Stichproben stammen aus gespeicherten eigenen, übermittelten fremden oder vom Auftraggeber übermittelten oder nach Artikel 28 EU-DSGVO zur Verfügung gestellten Adressbeständen. Die Adressen oder Telefonnummern werden 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 oder so zu anonymisieren, dass keine Zusammenführung mit den Befragungsdaten mehr möglich ist. Bei Online-Befragungen sind die Adressdaten a priori getrennt von den Befragungsdaten zu speichern oder 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,
- die Anonymität der befragten Personen gegenüber dem Auftraggeber gewahrt bleibt und
- die befragten Personen über die weiteren zunächst personenbezogenen (später zu anonymisierenden) Daten, mit denen die Forschungsergebnisse beim Institut ange-reicht werden sollen, informiert werden (Art. 14 DSGVO).

Zu beachten ist, dass auch die Anreicherung der Befragungsdaten von Unternehmen mit Produktions-, Umsatz-, Bestelldaten o. ä. nicht zur Bestimmbarkeit der einzelnen Unternehmen für den Auftraggeber 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).

Bei Daten, die der Auftraggeber zum Zweck der Anreicherung übermittelt, obliegt ihm die Verantwortung dafür, dass sie rechtmäßig verarbeitet werden dürfen.

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 zur Erhöhung der Teilnahmequote in 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. 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 durch Markierung der Brutto-Stichprobe beim Auftraggeber

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.

6.7 Keine 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. Dies gilt auch im Fall einer Beauftragung nach Artikel 26 oder 28 EU-DSGVO. 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 Artikel 32 EU-DSGVO verpflichtet, geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zu treffen, um ein dem Risiko angemessenes Schutzniveau zu gewährleisten.

Im Fall der Verarbeitung personenbezogener Daten im Auftrag gemäß Artikel 28 EU-DSGVO ist der Auftraggeber für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften verantwortlich. Er ist deshalb nicht nur berechtigt, sondern gemäß Artikel 28 EU-DSGVO 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 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 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.

Erstfassung Oktober 1998, zuletzt überarbeitet Januar 2021

Mustertext

Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit Ihrer Angaben bei mündlichen oder schriftlichen Interviews

(Name des Instituts) arbeitet nach den Vorschriften der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) und allen anderen datenschutzrechtlichen Bestimmungen.

Das gilt auch bei einer Wiederholungs- oder Folgebefragung, wo es wichtig ist, nach einer bestimmten Zeit noch einmal ein Interview mit derselben Person durchzuführen und die statistische Auswertung so vorzunehmen, dass die Angaben aus mehreren Befragungen durch eine Code-Nummer miteinander verknüpft werden.

Auch hier gilt: **Es gibt keine Weitergabe von Daten, die Ihre Person erkennen lassen!**

Die Ergebnisse werden – genauso wie bei Einmalbefragungen – ausschließlich **in anonymisierter Form** dargestellt. Das bedeutet: Niemand kann aus den Ergebnissen erkennen, von welcher Person die Angaben gemacht worden sind. Auf der Rückseite dieser Erklärung zeigen wir Ihnen an einem Beispiel den Weg Ihrer Daten von der Erhebung bis zur völlig anonymen Ergebnistabelle.

Falls die um Teilnahme gebetene Person noch nicht 18 Jahre alt und zurzeit kein Erwachsener anwesend ist: Bitte zeigen Sie dieses Merkblatt auch Ihren Eltern mit der Bitte, es billigend zur Kenntnis zu nehmen.

Für die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen ist verantwortlich:

_____ (Name und vollständige Anschrift des Instituts)

_____ (Name des Institutsleiters)

_____ (Name des betrieblichen Datenschutzbeauftragten)

Was geschieht mit Ihren Angaben?

1. Unser(e) Mitarbeiter(in) trägt oder Sie selbst tragen Ihre Antworten zu den Fragen in die Antwortfelder ein, z. B. so:

Welches Verkehrsmittel benutzen Sie überwiegend, um zu Ihrer Arbeitsstätte zu gelangen?

Deutsche Bahn (...) S-Bahn/U-Bahn (...) Bus (...) usw.

2. Bei (Name des Instituts) werden Adresse und Fragenteil voneinander getrennt. Um nur richtige Daten zu verarbeiten, werden eventuelle Unstimmigkeiten in den Antworten vorher geklärt. Adresse und Fragenteil erhalten eine Code-Nummer.

Wer dann den Fragebogen sieht, weiß also nicht, von welcher Person die Antwort gegeben wurde. Die Adresse verbleibt bei (Name des Instituts), jedoch nur bis zum Abschluss der Gesamtuntersuchung. Sie dient nur stichprobenartigen Interviewer-Kontrollen (durch Telefonanruf oder Zusendung einer Postkarte mit der Bitte, die Durchführung des Interviews zu bestätigen) und dazu, Sie gegebenenfalls später für ein neues Interview noch einmal aufzusuchen, anzuschreiben oder anzurufen.

3. Ihre Antworten auf die gestellten Fragen werden in Zahlen umgesetzt und **ohne Ihren Namen und ohne Ihre Adresse** (also anonymisiert) zur Auswertung gespeichert.

4. Dann werden die Interviewdaten (ohne Name und Adresse) von einem Computer ausgewertet. Der Computer zählt zum Beispiel alle Antworten pro Verkehrsmittel und errechnet die Prozentergebnisse.

5. Das Gesamtergebnis und die Ergebnisse von Teilgruppen (z. B. Arbeiter, Angestellte) werden in Tabellenform ausgedruckt:

Welches Verkehrsmittel?

	Gesamt	Arb.	Angest.
Deutsche Bahn	10 %	15 %	7 %
S-Bahn/U-Bahn	5 %	7 %	3 %
Bus	25 %	20 %	30 %

6. Auch bei einer Wiederholungs- oder Folgebefragung werden Ihr Name und Ihre Anschrift stets von den Daten des Fragenteils getrennt. Bei der Auswertung vergleicht der Computer – während er rechnet – pro Person, aber er tut das über die Code- Nummer (also niemals über Namen!), und er druckt dann die Ergebnisse genauso anonymisiert aus wie bei einer Einmal-Befragung.

7. In jedem Fall gilt:

- Die Teilnahme am Interview ist **freiwillig**. Bei Nicht-Teilnahme entstehen Ihnen keine Nachteile.
- Es ist selbstverständlich, dass (Name d. Instituts) **alle Vorschriften des Datenschutzes** einhält.

Sie können sicher sein, dass

- niemand erfährt, welche Antworten Sie gegeben haben.
- Ihr Name und Ihre Anschrift nicht an Dritte weitergegeben werden.
- keine Einzeldaten an Dritte weitergegeben werden, die eine Identifizierung Ihrer Person zulassen.

Wir danken Ihnen für Ihre Mitwirkung und Ihr Vertrauen in unsere Arbeit!