



## Der Weltverband der Forschungsfachleute

Neufassung 1. Dezember 1999

### ESOMAR-Richtlinie

#### Die Durchführung von Markt- und Meinungsforschung unter Nutzung des Internet 1999

- Grundsätze Grundsaterklärung zur Privatsphäre
- Einführung Datensicherheit
- Freiwilligkeit Datenvalidität
- Offene Identität des Forschers Kinder und Jugendliche
- Anrecht auf Anonymität Zusenden unverlangter E-Mails (Spamming)

#### Grundsätze

Die Markt- und Meinungsforschung ist die professionell durchgeführte Tätigkeit der Erhebung von Verbraucher-, Wirtschafts- und Sozialdaten, mit deren Hilfe die Entscheidungsträger bessere und effizientere Entscheidungen im Bereich des Marketing und im sozialen Bereich treffen können.

Jedwede im Internet durchgeführte Forschung muss den Regeln und dem Geist des IHK/ESOMAR Internationalen Kodex für die Praxis der Markt- und Sozialforschung und den Datenschutzbestimmungen und sonstigen einschlägigen (internationalen ebenso wie nationalen) gesetzlichen Vorschriften entsprechen .

Die Markt- und Meinungsforschung hat stets die Rechte der Befragten und anderer Nutzer des Internet zu achten. Sie ist in einer für diese Personengruppen und für die Öffentlichkeit akzeptablen Weise und in Übereinstimmung mit nationaler und internationaler Selbstkontrolle durchzuführen. Die Forscher haben alles zu unterlassen, was die Forschung im Internet in Misskredit bringen oder dem Vertrauen in ihre Ergebnisse abträglich sein könnte.

#### Einführung

Das rasche Wachstum des Internet hat für die Erhebung und Verbreitung von Forschungsinformationen weltweit neue Möglichkeiten eröffnet. Gleichzeitig wirft es eine Reihe ethischer und fachlicher Fragen auf, mit denen man sich auseinandersetzen muss, wenn das Medium effektiv und verantwortungsvoll für die Markt- und Meinungsforschung verwendet werden soll.

Die Tatsache, dass die Nutzung des Internet nicht aufwendig und seine Regulierung schwierig ist, bringt es mit sich, dass es von weniger erfahrenen oder gewissenhaften Einrichtungen, die oft außerhalb der Forschungsbranche angesiedelt sind, missbraucht werden kann. Internet-Umfragen, die in gravierender Weise hinter den von ESOMAR und anderen führenden berufsständischen Gremien propagierten Normen zurückbleiben, erschweren die Nutzung des Mediums für die Forschung und könnten der Glaubwürdigkeit dieser Forschung ernstlich schaden; darüber hinaus stellen sie einen Missbrauch des Goodwill der Internet-Nutzer allgemein dar.

ESOMAR gibt diese Richtlinie heraus, um die Interessen der im Internet befragten Personen ebenso wie die der Nutzer von Internet-Ergebnissen zu schützen. Weil sich die Informationstechnik und das Internet so rasch weiterentwickeln und ändern, lassen sich in einer solchen Richtlinie nicht alle Besonderheiten der Forschung mit Hilfe des Internet erörtern. Diese Richtlinie konzentriert sich daher auf die wesentlichen Grundsätze, die es bei der Durchführung von Forschung im (oder über das) Internet und bei der Berichterstattung über die Ergebnisse dieser Forschung zu beachten gilt.

## **Voraussetzungen**

### *Freiwillige Mitarbeit*

1. Die Forscher müssen es vermeiden, unnötig in die Privatsphäre der im Internet Befragten einzudringen. Die Mitarbeit der Befragten muss stets freiwillig sein. Von den Befragten oder über sie sollten ohne ihre vorherige Kenntnis und Zustimmung keine persönlichen Informationen eingeholt werden, die über jene hinausgehen, welche aus anderen Quellen ohnehin zugänglich sind.

2. Bei der Einholung der notwendigen Zustimmung der Befragten darf der Forscher sie hinsichtlich des Wesens der Forschung oder der beabsichtigten Verwendung der Ergebnisse nicht irreführen. Es wird jedoch anerkannt, dass es Gelegenheiten gibt, bei denen die Befragten zu Beginn der Befragung nicht in vollem Umfang über den Zweck der Forschung in Kenntnis gesetzt werden können, wenn man verzerrte Antworten verhindern will. Insbesondere sollte der Forscher irreführende Äußerungen vermeiden, die dem Befragten Schaden zufügen oder ihm Unannehmlichkeiten verursachen könnten, zum Beispiel über die wahrscheinliche Dauer der Befragung oder über die Möglichkeit, bei späterer Gelegenheit erneut befragt zu werden. Auch sollten die Befragten gegebenenfalls auf die Kosten (z.B. der On-Line-Zeit) hingewiesen werden, die ihnen durch ihre Mitarbeit an der Erhebung entstehen können. Sie haben in jedem Stadium des Interviews oder auch danach das Recht, die Vernichtung oder Löschung eines Teils der Aufzeichnung ihres Interviews zu verlangen, und der Interviewer muss einem solchen Ersuchen nachkommen, wenn dies vernünftig ist.

### *Die Identität des Forschers muss offengelegt werden*

3. Die Befragten müssen die Identität des Forschers, der das Projekt betreut, und die Adresse erfahren, unter der sie sich mit ihm problemlos erneut in Verbindung setzen können, wenn sie dies wünschen.

### *Das Recht der Befragten auf Anonymität muss gewahrt werden*

4. Die Anonymität der Befragten muss stets erhalten werden, es sei denn, sie hätten nach entsprechender Aufklärung in ein gegenteiliges Vorgehen eingewilligt. Haben Befragte ihre Zustimmung zur Weitergabe von Daten in einer Form, die ihre persönliche Identifizierung zulässt, erteilt, hat der Forscher dafür zu sorgen, dass die Informationen ausschließlich für Forschungszwecke verwendet werden. Solche personenbezogenen Informationen dürfen in der Folge nicht für andere als Forschungszwecke verwendet werden, wie etwa für Direktmarketing, die Erstellung von Listen, die Beurteilung der Kreditwürdigkeit, die Beschaffung von Spenden oder sonstige auf die einzelnen Befragten bezogenen Marketingtätigkeiten.

### *Grundsaterklärungen zum Schutz der Privatsphäre*

5. Den Forschern wird nahegelegt ihre Grundsaterklärungen zum Schutz der Privatsphäre auf ihrer Internetseite zu stellen. Wenn solche Grundsaterklärungen zum Schutz der Privatsphäre vorhanden sind, sollten sie leicht zu finden, zu nutzen und zu verstehen sein.

### *Datensicherheit*

6. Die Forscher sollten angemessene Vorsichtsmaßnahmen zum Schutz der Sicherheit sensibler Daten ergreifen. Auch haben die Forscher in vernünftiger Weise dafür zu sorgen, dass vertrauliche Informationen, die Auftraggeber oder andere ihnen zukommen lassen, vor unbefugtem Zugriff (z.B. durch eine Firewall) geschützt werden.

### *Zuverlässigkeit und Validität*

7. Die Nutzer der Forschung und die Öffentlichkeit dürfen in keiner Weise hinsichtlich der Zuverlässigkeit und Validität der Ergebnisse der mittels des Internet durchgeführten Forschung irreführt werden. Daher ist es wesentlich, dass der Forscher

(a) sich an wissenschaftlich anerkannte, in Übereinstimmung mit dem Forschungszweck stehende Methoden der Stichprobennahme hält,

(b) klar und öffentlich festlegt, wie die für eine gegebene Erhebung verwendete Grundgesamtheit definiert ist, aus der die Stichprobe entnommen wird, welcher Forschungsansatz verwendet wird, welche Rücklaufquote erreicht wird und, sofern dies möglich ist, wie diese berechnet wird,  
(c) gegebenenfalls angemessene Vorbehalte hinsichtlich der möglicherweise fehlenden Projizierbarkeit oder anderer Beschränkungen veröffentlicht, denen die Forschungsergebnisse beispielsweise aufgrund von Verweigerungen und sonstigen Faktoren unterliegen.

Ebenso wichtig ist, dass bei Forschungen über das Internet (z.B. zur Messung der Penetration oder Nutzung), bei denen Datenerhebungsmethoden wie etwa Telefon oder Post Verwendung finden, klar auf die Beschränkungen, denen die erhobenen Daten aufgrund der Stichprobenverfahren oder aufgrund sonstiger Faktoren unterliegen, hingewiesen wird.

#### *Die Befragung von Kindern und Jugendlichen*

8. Dem Forscher obliegt es, alle einschlägigen Gesetze zu beachten, in denen es speziell um Kinder und Jugendliche geht, obschon anzuerkennen ist, dass die Identifizierung von Kindern und Jugendlichen im Internet derzeit nicht mit Sicherheit möglich ist. Die von ESOMAR vorgegebenen Erfordernisse hinsichtlich der zu ergreifenden Vorsichtsmaßnahmen sind in der ESOMAR-Richtlinie für die Befragung von Kindern und Jugendlichen festgelegt. Nach der ESOMAR-Richtlinie muss die Erlaubnis eines verantwortlichen Erwachsenen eingeholt werden, bevor ein Kind unter 14 Jahren befragt wird; Fragen zu Themen, die allgemein als sensibel gelten, sind soweit wie möglich zu vermeiden und in jedem Fall mit größter Vorsicht zu behandeln. Die Forscher haben sich nach besten Kräften darum zu bemühen, sicherzustellen, dass sie im Einklang mit den Anforderungen der erwähnten Richtlinie vorgehen, indem sie sich beispielsweise spezieller Methoden für die Kontaktaufnahme bedienen und die Erlaubnis eines Elternteils einholen, bevor sie ein Interview mit einem Kind unter 14 durchführen. Erforderlichenfalls sollten die Forscher auf den Rat ESOMARs oder ihres nationalen Verbands zurückgreifen.

#### *Unverlangte Zusendung von E-Mail*

9. Die Forscher sollten keine unverlangten Mitteilungen On-Line an Befragte übersenden, die geäußert haben, sie wünschten keine solchen Mitteilungen im Zusammenhang mit einem Forschungsvorhaben oder einer sich unmittelbar daraus ergebenden nachfolgenden Forschung. Die Forscher halten die durch derartige E-Mail bei dem Befragten möglicherweise ausgelösten Unannehmlichkeiten oder Irritationen dadurch gering, dass sie im Betreff eindeutig ihren Zweck darlegen und die Mitteilung insgesamt so kurz wie möglich halten.

ESOMAR ist der Weltverband der Forschungsfachleute. ESOMAR hat die Aufgabe, die Nutzung der Meinungs- und Marktforschung zum Zwecke der verbesserten Entscheidungsfindung in Wirtschaft und Gesellschaft weltweit zu fördern. Dem Ursprung nach europäisch und dem Wesen nach global wurde ESOMAR 1948 als Europäische Gesellschaft für Meinungs- und Marketingforschung gegründet. Heute gehören ihr 4000 Mitglieder in 100 Ländern, Anwender ebenso wie Anbieter von Meinungs- und Marktforschung, an.

Copyright (c) ESOMAR (R) 1998

ESOMAR  
Vondelstraat 172  
NL 1054 GV Amsterdam, Niederlande  
Tel.: +31 20 664 21 41  
Fax: +31 20 664 29 22  
E-Mail: [email@esomar.nl](mailto:email@esomar.nl)  
Website: [www.esomar.nl](http://www.esomar.nl)