

# Richtlinie für den Einsatz von Mystery Research in der Markt- und Sozialforschung

**D**iese 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. Definition

Verfahren, bei denen das unbefangene Verhalten von Personen in bestimmten Situationen untersucht wird, müssen den Betroffenen **aus methodischen Gründen verborgen bleiben**, weil sonst die Unbefangenheit der Situation aufgehoben und damit das Forschungsziel nicht erreicht wird. Die entsprechenden Methoden und Techniken (persönliche, telefonische, postalische oder elektronische Kontakte) werden zusammenfassend als **Mystery Research** bezeichnet.

## 2. Anonymisierung

Die verschiedenen Methoden und Techniken des Mystery Research unterliegen als wissenschaftliche Verfahren grundsätzlich demselben Anonymisierungsgebot wie Befragungen und andere wissenschaftliche Methoden der Markt- und Sozialforschung. Unabhängig von sonstigen forschungsethischen und rechtlichen Erfordernissen muss deshalb sichergestellt sein, dass beim Einsatz von Mystery Research

- die **Namen** der Kontaktpersonen (soweit vorgegeben oder feststellbar) **nur zu Zwecken der Qualitätskontrolle und ohne Bezug zu den Forschungsdaten durch das Institut registriert** werden;
- die Ergebnisse nur in einer Form übermittelt werden, die die **Bestimmbarkeit** der Kontaktpersonen **faktisch ausschließt**;
- der Verlauf der Untersuchung vom Auftraggeber (sonst zu Zwecken der Qualitätskontrolle zulässig) nicht beobachtet wird.

Wenn nicht gesichert ist, dass in den zu untersuchenden Stellen mindestens drei Personen für die Untersuchung in Frage kommen, dürfen die Untersuchungsergebnisse nicht für diese Stellen einzeln ausgewiesen werden, um die Bestimmbarkeit der Kontaktpersonen faktisch auszuschließen. In diesen Fällen sind die untersuchten Stellen bei der Darstellung der Untersuchungsergebnisse entsprechend zusammenzufassen. Außerdem dürfen bei der Darstellung der Untersuchungsergebnisse nach einzelnen oder zusammengefassten Untersuchungsstellen keine Merkmale der Kontaktpersonen (z. B. das Geschlecht) ausgewiesen werden, die zu deren Bestimmbarkeit führen können.

Wenn nicht die Kontaktpersonen sondern die zu untersuchenden Stellen selbst (z.B. die einzelnen Tankstellen eines Mineralölkonzerns) die kleinsten Untersuchungseinheiten sind, bezieht sich das Anonymisierungsgebot auf diese. In diesem Fall müssen bei der Darstellung der Untersuchungsergebnisse immer mindestens drei untersuchte Stellen zusammengefasst werden, um die Bestimmbarkeit der einzelnen untersuchten Stellen faktisch auszuschließen.

**Nur bei Beachtung des Anonymisierungsgebots dürfen Untersuchungen des unbefangenen Verhaltens von Personen in bestimmten Situationen als Mystery Research bezeichnet und als wissenschaftliche Markt- und Sozialforschung durchgeführt werden.**

Zudem ist aus auswertungstechnischen Gründen darauf zu achten, dass die kleinste Darstellungseinheit der Untersuchungsergebnisse auf mindestens drei Forschungskontakten basiert.

## 3. Forschungsethische Prinzipien

Mystery Research ist immer so anzulegen, dass forschungsethische Prinzipien nicht verletzt und die Integrität der in die Untersuchung einbezogenen Personen nicht in Zweifel gezogen werden. Es ist deshalb unzulässig, die Kontaktpersonen zu Äußerungen oder Handlungen zu überreden oder zu drängen, die ihnen gesetzlich oder durch Weisung des Arbeitgebers untersagt sind oder die allgemeinen moralischen Grundsätzen zuwiderlaufen.

Um das Recht der Kontaktpersonen am eigenen Wort und/oder Bild nicht zu verletzen, sind bei allen Methoden und Techniken des Mystery Research Bild- und/oder Tonaufzeichnungen dieser Personen unzulässig. Zulässig sind dagegen zur Qualitätskontrolle Bildaufzeichnungen der untersuchten Stellen, auf denen weder kontaktierte noch unbeteiligte Personen erkennbar sind, wenn die zu untersuchenden Stellen nicht selbst die kleinsten Untersuchungseinheiten sind.

Wenn die Kontaktpersonen von sich aus erkennen oder vermuten, dass Mystery Research durchgeführt wird, muss ihnen auf diesbezügliche Fragen wahrheitsgemäß Auskunft gegeben werden. Wenn diese Personen darauf bestehen, dass kein Untersuchungsprotokoll angefertigt wird, so ist dem Folge zu leisten.

## 4. Inanspruchnahme der Kontaktpersonen

Verfahren des Mystery Research, bei denen mit Mitarbeitern der untersuchten Stellen zu Forschungszwecken Gespräche geführt und/oder die Mitarbeiter nach Maßgabe des Untersuchungsziels zu bestimmten Auskünften, Handlungen usw. veranlasst werden, greifen grundsätzlich in die Geschäfts- oder sonstigen Arbeitsabläufe der untersuchten Stellen ein. Deshalb können diese Verfahren für die Betroffenen nachteilig sein, beispielsweise

weise wenn sie diese von tatsächlichen Beratungen oder Verkäufen abhalten und deren Gesamtbezüge auch von ihren Beratungsleistungen bzw. vom Wert oder von der Zahl der verkauften Güter abhängen. Beim Einsatz dieser Verfahren im Unternehmen des Auftraggebers selbst und/oder in mit diesem vertraglich verbundenen Unternehmen ist es Sache des Auftraggebers, nach den Umständen des Einzelfalles zu entscheiden, ob es im Hinblick auf den angestrebten Nutzen für das Unternehmen als Ganzes und damit auch für seine Belegschaft für die einzelnen betroffenen Mitarbeiter zumutbar ist, eine etwaige Beeinträchtigung in Kauf zu nehmen.

Beim Einsatz dieser Verfahren in Unternehmen, die im weitesten Sinne nicht zum Bereich des Auftraggebers gehören (siehe dazu auch Abschnitt 6.), entfällt das Argument, die Kontaktpersonen müssten gewisse Nachteile hinnehmen, weil das Untersuchungsergebnis dem Ganzen und damit auch ihnen diene. Mystery Research mit Inanspruchnahme der Kontaktpersonen darf es deshalb dort nur dann geben, wenn davon ausgegangen werden kann, dass weder die Kontaktpersonen noch deren Unternehmen geschädigt werden. Dies wird unterstellt bzw. erscheint gegeben, wenn

- die zu Forschungszwecken geführten Gespräche nur von einer dem Forschungsgegenstand angemessenen **sehr kurzen Dauer** sind oder
- es sich um **Bagatel-Produkte** bzw. -Beratungen handelt, deren Nichtkauf bzw. Nichtnutzung weder für den Händler / Dienstleister noch für dessen Personal eine Beeinträchtigung darstellt oder
- die eingesetzten Institutsmitarbeiter auf Kosten des Auftraggebers selbst **einen Kauf oder eine Bestellung tätigen**.

## 5. Unterrichtung der Mitarbeiter und Einwilligung oder Mitwirkung der Arbeitnehmervertreter

Bei der Vorbereitung von Untersuchungen unter Einsatz von Mystery Research, die im Bereich des Auftraggebers durchgeführt werden sollen, sind die betroffenen Teile der Belegschaft darüber zu unterrichten, dass eine solche Untersuchung durchgeführt wird; nicht jedoch über den Zeitpunkt und die Inhalte der Untersuchung und die dafür ausgewählten Stellen.

Diese Unterrichtung sollte aus methodischen Gründen eine angemessene Zeit vorher erfolgen, um kein atypisches Verhalten zu erzeugen sondern die Unbefangenheit der Kontaktpersonen zu erhalten.

Außerdem soll der Auftraggeber auf etwaige Einwilligungs- oder Mitwirkungsrechte der jeweiligen Betriebsräte oder Personalräte hingewiesen werden. Derartige Rechte können bestehen, obwohl das Institut garantiert, dass die Ergebnisse in einer Form übermittelt werden, die keinen Rückschluss auf die untersuchten Personen zulässt, denn ein Untersuchungsergebnis, das die (kundenbezogene) Qualifikation von Mitarbeitergruppen zum Inhalt hat, kann ein Instrument der Leistungskontrolle sowohl im Hinblick auf denjenigen sein, der für das Qualitäts-niveau einer Mitarbeitergruppe verantwortlich ist, als auch - wenn Teamarbeit beurteilt wird - hinsichtlich dieser Mitarbeiter.

## 6. Mystery Research außerhalb des Bereichs des Auftraggebers

Bei allen Untersuchungen unter Einsatz von Mystery Research von Stellen, die im weitesten Sinne nicht zum Bereich des Auftraggebers gehören, gilt folgendes:

1. Der Auftraggeber erhält keine Registrierung der Stellen, die für die Untersuchung ausgewählt bzw. tatsächlich untersucht wurden. Wenn der Auftraggeber die Adressen von zu untersuchenden Stellen selbst zur Verfügung stellt, dann ist eine Anzahl von Adressen anzufordern, die deutlich über der Anzahl der für die Untersuchung benötigten Stellen liegt. Diese Regelung entfällt, wenn die Anzahl der vorhandenen Stellen relativ gering ist und/oder alle vorhandenen Stellen in die Untersuchung einbezogen werden.
2. Dem Auftraggeber übermittelte Untersuchungsprotokolle dürfen keine Anschriften oder sonstige Kennzeichnungen der untersuchten Stellen enthalten, mit der diese bestimmbar würden. Verwendete Codenummern müssen so gestaltet sein, dass die **Bestimmbarkeit** der untersuchten **Stellen** unmöglich ist.
3. Die Registrierung der untersuchten Stellen ist getrennt von den Untersuchungsprotokollen durchzuführen. Für die Auswertung erforderliche Gruppen-

merkmale (wie z.B. allgemeine Angaben über die Lage und Größe der untersuchten Stellen) müssen durch eine Codenummer in die Untersuchungsprotokolle übertragen werden. Der Abstraktionsgrad dieser Gruppenmerkmale ist - in Abhängigkeit von den Gegebenheiten der Untersuchung - so zu wählen, dass die Bestimmbarkeit der untersuchten Stellen ausgeschlossen ist.

## 7. 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 wissenschaftliche Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung unter Einsatz von Verfahren des Mystery Research in Deutschland oder von Deutschland aus durchgeführt werden. Sie gilt also auch, wenn solche Untersuchungen vom Ausland aus durchgeführt werden, um in Deutschland wissenschaftliche Forschung zu betreiben.

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

Da diese Richtlinie die konkrete Anwendung der berufsständischen Verhaltensregeln im Hinblick auf die Vielfalt der Methoden und Techniken des Mystery Research nicht in allen Einzelheiten regeln kann, sollte im Zweifelsfall eine enge Auslegung der in der Richtlinie dargelegten Prinzipien gewählt oder die Herausgeber der Richtlinie um ergänzende Auskünfte ersucht werden.