

**Gemeinsame Stellungnahme der Verbände der
Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland zu dem
ENTWURF EINES BERICHTS über den Vorschlag für eine Verordnung des
Europäischen Parlaments und des Rates zum Schutz natürlicher
Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien
Datenverkehr (Datenschutz-Grundverordnung)
(COM(2012)0011 – C7-0025/2012 – 2012/0011(COD))**

A. Einführung

Die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland wird von den folgenden Verbänden repräsentiert:

- 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)

Diese Verbände nehmen gemeinsam Stellung zu dem Entwurf eines Berichts über den Vorschlag für eine Datenschutz-Grundverordnung, um die rechtmäßigen Interessen der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung zu schützen und gleichzeitig die Privatsphäre der Betroffenen zu wahren und für ein hohes Niveau des Datenschutzes zu sorgen.

B. Markt- und Sozialforschung ist Teil der wissenschaftlichen Forschung

Das ausschließliche Ziel der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung als wissenschaftliche Grundlagenforschung und angewandte wissenschaftliche Forschung ist, die systematische Suche nach validen und zuverlässigen Informationen und Erkenntnissen über die verschiedenen Bereiche der Wirtschaft, Politik und Gesellschaft und die darin tätigen Gruppen und Institutionen. Markt-, Meinungs- und Sozialforschung versucht weder die Meinungen oder das Verhalten von Men-

schen zu beeinflussen, noch ist sie Werbung oder Verkaufsförderung für bestimmte Güter und Dienstleistungen. Dementsprechend wird die Anonymität der Teilnehmer eines Forschungsprojekts strikt gewahrt.

Um sowohl ihren Besonderheiten als auch ihrer Bedeutung als empirische Grundlage und Unterstützung für gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Entscheidungen Rechnung zu tragen, sollte in der Datenschutz-Grundverordnung ausdrücklich festgehalten werden, dass die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung Teil der wissenschaftlichen Forschung ist. Deshalb empfehlen die Verbände der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland eine entsprechende Ergänzung des Erwägungsgrunds 126:

Wissenschaftliche Forschung im Sinne dieser Verordnung sollte Grundlagenforschung, angewandte Forschung und privat finanzierte Forschung einschließen und darüber hinaus dem in Artikel 179 Absatz 1 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union festgeschriebenen Ziel, einen europäischen Raum der Forschung zu schaffen, Rechnung tragen. **Markt-, Meinungs- und Sozialforschung ist Teil der wissenschaftlichen Forschung.**

C. Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung in der Markt- und Sozialforschung

1. Gewöhnlich basiert die Verarbeitung personenbezogener Daten in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung auf der ausdrücklichen Einwilligung der Betroffenen, d.h. der Teilnehmer eines Forschungsprojekts. Aber die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung ohne die Einwilligung der Betroffenen ist wichtig für einzelne Schritte des Forschungsprozesses, bei denen zuvor keine Einwilligung eingeholt werden kann. Insbesondere gilt das für die Ziehung der Stichprobe aus der Zielgruppe des Forschungsprojekts. Deshalb ist es unbedingt erforderlich, dass Artikel 83 auf die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung anzuwenden ist.

Die Anonymisierung und zuvor die Pseudonymisierung der erhobenen personenbezogenen Daten zum gemäß der Forschungszwecke frühestmöglichen Zeitpunkt gehören sowohl zu den methodischen Anforderungen als auch den ethischen Prinzipien der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung. Dementsprechend werden keine personenbezogenen Daten veröffentlicht oder auf andere Weise bekannt gemacht. Ohne Anonymisierung und Pseudonymisierung der erhobenen personenbezogenen Daten wären valide und zuverlässige Forschungsergebnisse nicht möglich. Deshalb bitten die Verbände der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland um eine gesetzliche Erlaubnisnorm für die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in einem neuen Absatz 1c in Artikel 83, die die Anonymisierung der Forschungsdaten einschließt und festlegt:

1c. Die Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung ist erlaubt, wenn die Daten zum frühestmöglichen Zeitpunkt auf eine Weise anonymisiert werden, die die Identifizierung der Betroffenen nicht mehr möglich macht.

2. Um die Anonymisierung und Pseudonymisierung der verarbeiteten personenbezogenen Daten in der wissenschaftlichen Forschung zu fördern, sollten die Bestimmungen des Artikel 83, Absatz 1a (neu) nicht angewendet werden auf wissenschaftliche Forschung, die die Daten mit angemessenen technischen Standards und gemäß der Forschungszwecke zum frühestmöglichen Zeitpunkt anonymisiert, wie es in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung der Fall ist. Deshalb empfehlen die Verbände der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland die folgende Änderung von Artikel 83, Absatz 1a (neu):

1a. Abgesehen von der Ausnahmeregelung gemäß Absatz 1b dürfen Daten, die zu den Datenkategorien gemäß Artikel 8 und 9 gehören, zu historischen oder statistischen Zwecken oder zum Zwecke der wissenschaftlichen Forschung nur mit Zustimmung der betroffenen Person verarbeitet werden, es sei denn sie werden mit angemessenen technischen Standards und gemäß der Forschungszwecke zum frühestmöglichen Zeitpunkt anonymisiert.

3. Bereits der Begriff 'öffentliches Interesse' ist ein unbestimmter Rechtsbegriff und die Unbestimmtheit steigt noch durch den Begriff 'außergewöhnlich groß'. Außerdem ist es zweifelhaft, dass die Aufsichtsbehörden die notwendigen Kenntnisse und Erfahrungen haben, um zu entscheiden ob ein bestimmtes Forschungsprojekt öffentlichen Interessen dient.

Um die Interessen der Betroffenen zu schützen, ist es nicht notwendig, unter den höchsten technischen Standards zu anonymisieren und zu pseudonymisieren, sondern unter angemessenen technischen Standards und, zusätzlich, zum frühestmöglichen Zeitpunkt. Deshalb empfehlen die Verbände der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland die folgenden Änderungen des Artikels 83, Absatz 1b (neu):

- 1b. Im Hinblick auf Forschung, die einem ~~außergewöhnlich großen~~ öffentlichen Interesse dient, können in den Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten Ausnahmen von dem Erfordernis der Zustimmung im Bereich der Forschung gemäß Absatz 1a vorgesehen werden, wenn es unmöglich ist, diese Forschung auf andere Weise durchzuführen. Die betreffenden Daten sind zu anonymisieren, oder, falls dies für die Zwecke der Forschung nicht möglich ist, gemäß ~~den höchsten technischen angemessener technischer~~ Standards **und zum frühestmöglichen Zeitpunkt** zu pseudonymisieren, und es sind sämtliche notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um Rückschlüsse auf die Identität der betroffenen Personen zu verhindern. ~~Eine solche Verarbeitung erfordert die Vorabgenehmigung der zuständigen Aufsichtsbehörde gemäß Artikel 34 Absatz 1.~~

4. Einige Projekte der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung erfordern, dass der Auftraggeber dem Forschungsinstitut personenbezogene Daten übermittelt, die zu den besonderen Datenkategorien gemäß Artikel 9 gehören; z.B. wenn eine Gewerkschaft ein Forschungsinstitut mit der Durchführung einer Umfrage unter ihren Mitgliedern beauftragt und diesem zur Ziehung der Stichprobe ein Mitgliederverzeichnis übermittelt. Um diese Verarbeitung zu erlauben, empfehlen die

Verbände der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland den Artikel 9, Absatz 2, Buchstabe (d) wie folgt zu ändern:

(d) die Verarbeitung erfolgt auf der Grundlage angemessener Garantien durch eine politisch, philosophisch, religiös oder gewerkschaftlich ausgerichtete Stiftung, Vereinigung oder sonstige Organisation ohne Erwerbszweck im Rahmen ihrer rechtmäßigen Tätigkeiten und unter der Voraussetzung, das sich die Verarbeitung nur auf die Mitglieder oder ehemalige Mitglieder der Organisation oder auf Personen, die im Zusammenhang mit deren Tätigkeitszweck regelmäßige Kontakte mit ihr unterhalten, bezieht ~~und die Daten nicht ohne Einwilligung der betroffenen Personen nach außen weitergegeben werden~~, oder

Alternativ zur Streichung des letzten Teils von Artikel 9, Absatz 2, Buchstabe (d) könnte in einer Ergänzung festgestellt werden, dass die entsprechende Anforderung nicht anzuwenden ist auf die Weitergabe von Daten nach außen für Zwecke der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung.

D. Zusammenfassung der Empfehlungen

- 1.** Es sollte im **Erwägungsgrund 126** ausdrücklich festgestellt werden, dass die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung Teil der wissenschaftlichen Forschung ist.
- 2.** Eine gesetzliche Erlaubnisnorm für die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung, welche die Vorschrift der Anonymisierung der Forschungsdaten einschließt und festlegt, sollte im **Artikel 83** als neuer Absatz 1c aufgenommen werden.
- 3.** Die Verarbeitung personenbezogener Daten, die zu den Datenkategorien gemäß Artikel 8 und 9 gehören, ohne Einwilligung der Betroffenen sollte durch **Artikel 83, Absatz 1a (neu)** erlaubt sein, wenn die Daten anonymisiert werden.
- 4a.** Da 'außergewöhnlich großes öffentliches Interesse' ein sehr unbestimmter Rechtsbegriff ist, sollte er im **Artikel 83, Absatz 1b (neu)** durch 'öffentliches Interesse' ersetzt werden.

4b. Es sollte nach **Artikel 83, Absatz 1b (neu)** ausreichen, die Daten unter angemessenen anstatt der höchsten technischen Standards zu anonymisieren, aber als zusätzliche Bestimmung zum frühestmöglichen Zeitpunkt.

4c. Da die Aufsichtsbehörden nicht über das öffentliche Interesse an Forschung entscheiden können, sollte die Verarbeitung personenbezogener Daten für Forschungszwecke nicht Gegenstand einer Vorabgenehmigung der zuständigen Aufsichtsbehörde sein, wie es in **Artikel 83, Absatz 1b (neu)** vorgeschrieben ist. Diese Bestimmung sollte gestrichen werden.

5. Es sollte durch **Artikel 9, Absatz 2, Buchstabe (d)** erlaubt werden, dass Organisationen ohne Erwerbzweck personenbezogene Daten ihrer Mitglieder, die zu den besonderen Datenkategorien gehören, ohne Einwilligung ihrer Mitglieder für Zwecke der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung nach außen geben dürfen.

Frankfurt am Main, den 6. Februar 2013

Ansprechpartner bei Rückfragen:

Erich Wiegand, Geschäftsführer

ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.

Langer Weg 18

D – 60489 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 978431-36

Telefax: +49 69 978431-37

E-Mail: office@adm-ev.de

Internet: www.adm-ev.de