

Stellungnahme des ADM

zum Referentenentwurf eines Gesetzes über den Datenschutz und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation und bei Telemedien sowie zur Änderung des Telekommunikationsgesetzes, des Telemediengesetzes und weiterer Gesetze

Der **ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.** vertritt die privatwirtschaftlich organisierten Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsinstitute in Deutschland. Er wurde im Jahr 1955 gegründet und ist der einzige Wirtschaftsverband dieser Art in Deutschland. Gegenwärtig gehören ihm 69 Forschungsinstitute an, die zusammen rund 83 Prozent des Umsatzes der deutschen Markt-, Meinungs- und Sozialforschung erzielen (2019: 2,3 Mrd. €). Zu den satzungsgemäßen Zielen und Aufgaben des ADM gehören die Wahrung und Förderung der Wissenschaftlichkeit der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung, die Gewährleistung der Anonymität der Teilnehmer wissenschaftlicher Untersuchungen und die Entwicklung von Berufsgrundsätzen und Standesregeln.

Die vorliegende Stellungnahme des ADM zu dem Referentenentwurf des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie vom 14. Juli 2020 eines Gesetzes über den Datenschutz und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation und bei Telemedien sowie zur Änderung des Telekommunikationsgesetzes, des Telemediengesetzes und weiterer Gesetze ist fokussiert auf dessen Artikel 1, d.h. auf das geplante Telekommunikations-Telemedien-Datenschutz-Gesetz (TTDSG), und hier wiederum auf § 9 „Einwilligung bei Endeinrichtungen“ und § 14 „Standortdaten“. Die darin normierten Rechtsvorschriften sind für die Qualität wissenschaftlicher Untersuchungen der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung von erheblicher Bedeutung.

A. Zur allgemeinen Zielsetzung des geplanten TTDSG

Der ADM als Wirtschaftsverband und Interessenvertretung der privatwirtschaftlichen Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsinstitute in Deutschland erhält zahlreiche Anfragen aus dem Kreis seiner Mitgliedsinstitute zu dem Nebeneinander von Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Telekommunikationsgesetz (TKG) und Telemediengesetz (TMG) und die damit verbundene Rechtsunsicherheit. Deshalb begrüßt der ADM die Absicht, die datenschutzrechtlichen Bestimmungen des TKG und des TMG aufzuheben und in dem geplanten TTDSG zusammenzufassen sowie zugleich notwendige Anpassungen an die DSGVO vorzunehmen.

Aus der Perspektive der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung ist es wegen der weitverbreiteten Rechtsunsicherheit vieler Branchenakteure zu begrüßen, dass der deutsche Gesetzgeber die Konsolidierung der datenschutzrechtlichen Vorschriften im Bereich der elektronischen Kommunikation und der Telemedien durch das geplante TTDSG anstrebt. Dieses Gesetzesvorhaben steht auch nicht im Widerspruch zu der geplanten europäischen E-Privacy Verordnung¹. Erstens ist nicht abzuschätzen, ob

¹ Europäische Kommission; 10.01.2017: Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/58/EG (Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation).

und wann dieses europäische Gesetzgebungsverfahren abgeschlossen sein und die Verordnung in Kraft treten wird. Zweitens ist die bei Inkrafttreten der E-Privacy Verordnung notwendige Anpassung der nationalen Rechtsvorschriften an die Verordnung leichter vorzunehmen, wenn statt umfangreicher Änderungen in zahlreichen Gesetzen nur das TTDSG mit seinen datenschutzrechtlichen Vorschriften außer Kraft gesetzt werden muss.

B. Zur Verarbeitung personenbezogener Daten zu wissenschaftlichen Forschungszwecken im geplanten TTDSG

Der Referentenentwurf des geplanten TTDSG enthält keine spezifischen Regelungen für die Verarbeitung personenbezogener Daten zu wissenschaftlichen Forschungszwecken. Solche bereichsspezifischen Verarbeitungsvorschriften entsprächen zum einen aber dem im deutschen und europäischen Primärrecht kodifizierten Forschungsprivileg². Sie entsprächen zum anderen auch dem risikobasierten Ansatz im Datenschutzrecht bzw. der geringen Eingriffstiefe von Verarbeitungen personenbezogener Daten zu wissenschaftlichen Forschungszwecken in die Privatsphäre der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissenschaftlicher Untersuchungen wie es auch in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung als eine Disziplin der empirischen wissenschaftlichen Forschung der Fall ist.

C. Grundprinzipien des berufsständischen Verhaltens in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland

Die Grundprinzipien des berufsständischen Verhaltens in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung der Branchenverbände in Deutschland sind als Wissenschaftlichkeitsgebot, Anonymisierungsgebot und Trennungsgebot in der sogenannten „Deutschen Erklärung“³ kodifiziert. Mit dieser dem weltweit anerkannten Verhaltenskodex der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung⁴ vorangestellten Erklärung haben die deutschen Branchenverbände⁵ diesen Kodex als zentralen Bestandteil des Systems der Selbstregulierung der Branche mittels verbindlicher berufsständischer Verhaltensregeln anerkannt.

² Vgl.: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Art. 5 Abs. 3 sowie Charta der Grundrechte der europäischen Union, Art. 13.

³ ADM, ASI, BVM, DGOF; 2017: Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland zum ICC/ESOMAR Internationaler Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie zur Datenanalytik („Deutsche Erklärung“).

⁴ ICC/ESOMAR Internationaler Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie zur Datenanalytik (aktuelle Ausgabe von 2016).

⁵ 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.

Das **Wissenschaftlichkeitsgebot** fordert, dass wissenschaftliche Untersuchungen der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung grundsätzlich dem Gewinn generalisierbarer Erkenntnisse dienen und entsprechend dem Forschungsgegenstand und dem Erkenntnisinteresse mit angemessenen Methoden und Techniken empirischer Forschung durchgeführt werden müssen.

Das **Anonymisierungsgebot** in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung fordert, dass personenbezogene Daten, die durch Befragung, Beobachtung, Aufzeichnung, Messung oder auf andere Art erhoben werden, dem Auftraggeber und anderen Dritten nur in einer Form übermittelt werden, die die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer wissenschaftlichen Untersuchung nicht erkennen lässt oder identifizierbar macht.

Das **Trennungsgebot** fordert, dass wissenschaftliche Untersuchungen der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in organisatorischer und technischer Hinsicht und für die betroffenen Verkehrskreise klar erkennbar von anderen Tätigkeiten, insbesondere von solchen des Direktmarketings und der Verkaufsförderung, getrennt werden müssen.

Die Grundprinzipien des berufsständischen Verhaltens in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung setzen die in Art. 5 Abs. 1 DSGVO normierten Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten auf forschungsadäquate Weise um: Das Anonymisierungsgebot und die daraus abgeleiteten Anforderungen, die zu erhebenden Forschungsdaten in Abhängigkeit von den jeweiligen Forschungszwecken auf das Notwendige zu beschränken und die erhobenen Forschungsdaten zum jeweils frühestmöglichen Zeitpunkt zu anonymisieren, entsprechen den datenschutzrechtlichen Grundsätzen der Datenminimierung und der Speicherbegrenzung. Das Trennungsgebot dient der forschungsadäquaten Umsetzung des datenschutzrechtlichen Grundsatzes der Zweckbindung.

Die Anerkennung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung als selbständige Disziplin und Teil der empirischen wissenschaftlichen Forschung steht in der Regel außer Frage.⁶ Eine unabdingbare Voraussetzung hierfür ist allerdings die Beachtung und Einhaltung des Wissenschaftlichkeitsgebots sowie der daraus abgeleiteten erkenntnistheoretischen, forschungsethischen und forschungsmethodischen Kriterien und Anforderungen.

D. Zu § 9 TTDSG „Einwilligung bei Endeinrichtungen“

Die berufsständischen Verhaltensregeln der Branchenverbände der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in Deutschland verpflichten ihre Mitglieder dazu, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorab

⁶ Vgl. beispielsweise: Simitis, Spiros; Hornung, Gerrit; Spiecker, Indra; 2019: Datenschutzrecht. DSGVO mit BDSG. Baden-Baden; S. 536ff.

angemessen zu informieren und deren ausdrückliche Einwilligung einzuholen, wenn bei einer online durchgeführten wissenschaftlichen Untersuchung die Installation von Software oder die Speicherung von Cookies auf deren Endeinrichtungen zur Erreichung des Forschungsziels erforderlich ist. Außerdem müssen die betroffenen Personen die Möglichkeit der Ablehnung haben.⁷ Diese berufsständischen Verhaltensregeln entsprechen den vorgesehenen Rechtsvorschriften des § 9 Abs. 1 TTDSG nach denen das Speichern von Informationen auf Endeinrichtungen der Endnutzer oder der Zugriff auf Informationen, die bereits in den Endeinrichtungen der Endnutzer gespeichert sind, grundsätzlich nur erlaubt ist, wenn die Endnutzer rechtswirksam darüber informiert wurden und darin eingewilligt haben.

Die Einwilligung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer wissenschaftlichen Untersuchung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung in die Installation von Software oder die Speicherung von Cookies auf deren Endeinrichtungen ist nur dann nicht notwendig, wenn dies lediglich aus forschungsmethodischen Gründen erfolgt, insbesondere um wiederholte Einladungen zur Teilnahme zu vermeiden.⁸ Diese berufsständischen Verhaltensregeln entsprechen den vorgesehenen Rechtsvorschriften des § 9 Abs. 2 Nr. 1 TTDSG, nach denen die Einwilligung nicht notwendig ist, wenn die Speicherung von Informationen auf Endeinrichtungen der Endnutzer oder der Zugriff auf darin bereits gespeicherte Informationen technisch erforderlich ist, um Telemedien bereitzustellen, deren Inanspruchnahme vom Endnutzer gewünscht wird.

Die bewusste, freiwillige und informierte Entscheidung, an einer wissenschaftlichen Untersuchung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung als Form der gesellschaftlichen Partizipation teilzunehmen, kann im Fall online durchgeführter Untersuchungen als von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gewünschte Inanspruchnahme von Telemedien im Sinne des TTDSG interpretiert werden. Eine dies klarstellende Bestimmung des Begriffs „Telemedien“ in § 2 TTDSG wäre deshalb hilfreich.

In der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung basiert die Erhebung der Forschungsdaten in der Regel auf der Rechtsgrundlage der informierten Einwilligung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer wissenschaftlichen Untersuchung unter Beachtung der entsprechenden Anforderungen, die die DSGVO an die Rechtswirksamkeit der Einwilligung stellt. Nur wenn die Einwilligung (noch) nicht eingeholt werden kann, wird für die Verarbeitung – in erster Linie für die Erhebung – personenbezogener Forschungsdaten eine andere Rechtsgrundlage herangezogen. Das betrifft vor allem die Verarbeitung personenbezogener Daten im Rahmen der dem eigentlichen Erhebungsvorgang der Forschungsdaten vorgelagerten Ziehung der Stichprobe, die in diesen Fällen auf der Rechtsgrundlage der Wahrung der berechtigten Interessen des Forschungsinstituts als Verantwortlichem gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. f) DSGVO erfolgt.

⁷ Vgl.: ADM, ASI, BVM, DGOF; 2007: Richtlinie für Online-Befragungen, Abschnitt „4. Freiwilligkeit der Teilnahme“.

⁸ a.a.O.

Der ADM begrüßt die vorgesehenen Regelungen zum Einholen einer rechtswirksamen Einwilligung in die Speicherung von Informationen auf Endeinrichtungen oder in den Zugriff auf dort bereits gespeicherte Informationen bei der Inanspruchnahme von Telemedien. Die in § 9 Abs. 3 TTDSG normierten Rechtsvorschriften sind – aus der Perspektive der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung – sowohl eine praxistaugliche als auch den Schutz der Privatsphäre der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissenschaftlicher Untersuchungen sowie das Recht auf Forschung gleichermaßen wahrende Rechtsgüterabwägung.

Die Rechtsvorschriften des § 9 TTDSG zur Einwilligung in das Speichern von Informationen auf Endeinrichtungen oder in den Zugriff auf Informationen, die bereits in Endeinrichtungen gespeichert sind, erlauben die Beachtung und Einhaltung der forschungsmethodischen Anforderungen an online durchgeführte wissenschaftliche Untersuchungen der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung. Gleichwohl fehlt nach Auffassung des ADM eine explizite Erlaubnisnorm für das Speichern und den Zugriff ausschließlich zu wissenschaftlichen Forschungszwecken. Zum einen beseitigt eine solche Erlaubnisnorm die in der Branche wegen des Nebeneinanders verschiedener Rechtsvorschriften weitverbreitete Rechtsunsicherheit bezüglich der Zulässigkeit konkreter Vorgehensweisen für das Speichern von Informationen und den Zugriff auf Informationen auf den Endgeräten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissenschaftlicher Untersuchungen. Zum anderen verhindert sie die Möglichkeit des Entstehens fragmentierter Rechtsvorschriften, die in ihrer Gesamtheit zu einer unübersichtlichen Rechtslage führen und damit letztendlich die Rechtsunsicherheit noch vergrößern.

Der Referentenentwurf des TTDSG enthält keine spezifische Regelung für das Speichern von Informationen oder den Zugriff auf Informationen auf den Endgeräten der Endnutzer zum Zweck sogenannter Reichweitenanalysen. Im Gegensatz dazu wird in dem Vorschlag für eine E-Privacy Verordnung⁹ die „Messung des Webpublikums“ explizit geregelt. Die diesbezüglich geäußerte Kritik am TTDSG ist zutreffend, solange es keine allgemeine Regelung für das Speichern und den Zugriff zu wissenschaftlichen Forschungszwecken enthält, unter die auch Reichweitenanalysen bzw. Messungen des Webpublikums fallen, wenn dabei die forschungsethischen und forschungsmethodischen Anforderungen beachtet werden.

E. Zu § 14 TTDSG „Standortdaten“

Standortdaten gemäß der Begriffsbestimmung des § 2 Nr. 6 TTDSG sind in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung für die Ziehung von repräsentativen Stichproben für telefonische Umfragen relevant. Mit Hilfe großräumiger¹⁰ Standortdaten von mobilen Endgeräten kann die Wahrscheinlichkeit

⁹ Vgl.: Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation, Art. 8 Abs. 1 lit. d).

berechnet werden, ob die über die Mobilfunknummern für eine telefonische Umfrage ausgewählten Nutzer dieser Endgeräte in geografischer Hinsicht zur Zielgruppe der Untersuchung gehören. Dazu wird nur die Information benötigt, ob sich ein mobiles Endgerät zu einem definierten Zeitpunkt innerhalb oder außerhalb des Zielgebiets der Untersuchung befindet. Die Nutzer von Endgeräten, die sich zu dem definierten Zeitpunkt außerhalb des Zielgebiets befanden, werden – weil nicht zur Zielgruppe gehörend – nicht kontaktiert. Die Nutzer von Endgeräten, die sich innerhalb des Zielgebiets befanden, werden kontaktiert und um ihre Teilnahme an der wissenschaftlichen Untersuchung gebeten.

Zu diesem konkreten wissenschaftlichen Forschungszweck sind die Standortdaten der Endgeräte mit den ausgewählten Mobilfunknummern in personenbezogener Form erforderlich. Die Optimierung der Stichproben telefonischer Umfragen auf der Grundlage pseudonymisierter Standortdaten ist nicht möglich, weil sie keine Kontaktaufnahme ermöglichen. Aufgrund des berufsständischen Anonymisierungsgebots der erhobenen Forschungsdaten und des berufsständischen Trennungsgebots von Forschung und anderen Tätigkeiten hat die Verarbeitung von personenbezogenen Standortdaten für wissenschaftliche Zwecke der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung keine negativen Auswirkungen auf die Rechte und Interessen der betroffenen Personen. Sie ist unter forschungsethischen Gesichtspunkten sogar geboten, weil sie die unnötige Störung von Personen verhindert, die nicht zur Zielgruppe der wissenschaftlichen Untersuchung gehören. Darüber hinaus haben alle Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsinstitute geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zum Schutz und zur Sicherheit der in ihrer Verantwortung befindlichen Daten und Informationen als Umsetzung der in Artikel 32 DSGVO normierten Grundsätze und Vorschriften implementiert.

F. Exkurs: Methodische Grundlagen der Stichprobenziehung für telefonische Umfragen

Eine methodisch-statistische Grundvoraussetzung für die Repräsentativität von Umfragen ist die Tatsache, dass jedes Element der Grundgesamtheit eine mathematisch berechenbare Chance hat, als Element der Stichprobe ausgewählt zu werden. Für telefonische Umfragen folgt daraus, dass die öffentlich zugänglichen Verzeichnisse von Telefonnummern – sowohl in gedruckter Form („Telefonbücher“) als auch in elektronischer Form – wegen der darin nicht eingetragenen Nummern keinen geeigneten Auswahlrahmen für repräsentative Stichproben darstellen. Vielmehr muss der verwendete Auswahlrahmen auf den von der Bundesnetzagentur veröffentlichten Eckdaten des Nummernraums basieren, der den Telefonanbietern durch die Bundesnetzagentur zur Verfügung gestellt wird.

Bis vor einigen Jahren waren repräsentative telefonische Umfragen allein auf der Basis von Festnetznummern noch methodisch vertretbar. Mit der zunehmenden Verbreitung der mobilen Telefonie kann der Auswahlrahmen für repräsentative telefonische Umfragen aber nicht mehr nur die Festnetznummern enthalten, sondern er muss auch die Mobilfunknummern einbeziehen, denn ein steigender

¹⁰ Der Begriff „großräumig“ bezieht sich auf das Zielgebiet der jeweiligen Untersuchung und hat nur die beiden alternativen Ausprägungen „innerhalb“ oder „außerhalb“.

Anteil der Bevölkerung ist telefonisch nur noch mobil zu erreichen. Zudem weisen die Anteile der nur noch mobil erreichbaren Personen in den verschiedenen Bevölkerungsgruppen signifikante Unterschiede auf.¹¹

Durch die Einbeziehung der Mobilfunknummern entsteht bei der geografischen Verortung der Telefonnummern ein forschungspraktisches und forschungsethisches Problem, das bei Festnetznummern wegen der ortsabhängigen Vorwahlnummern in dieser Form nicht existiert, denn bei Mobilfunknummern ist die Vorwahl nicht ortsabhängig, sondern anbieterabhängig organisiert. Deshalb kann bei regional begrenzten Umfragen – zum Beispiel auf der Grundlage eines einzelnen Bundeslandes – ohne vorherige Prüfung nicht verifiziert werden, ob eine ausgewählte Mobilfunknummer in geografischer Hinsicht zur definierten Grundgesamtheit gehört. Weil die notwendigen Zusatzinformationen wegen des Fehlens der erforderlichen Rechtsgrundlage in der Gesetzgebung zur Telekommunikation zur Weitergabe von Standortdaten für die wissenschaftliche Forschung nicht zur Verfügung stehen, bedarf es zur Lösung dieses wissenschaftlich-methodischen Problems vorheriger sogenannter Screening-Anrufe. Diese Vorgehensweise ist aber sowohl aus forschungsethischen Gründen wegen der Belastung der Inhaber der ausgewählten Mobilfunknummern als auch aus forschungspraktischen Gründen wegen des damit verbundenen Aufwands an Zeit und Kosten nicht praktikabel.

Ergänzend ist anzumerken, dass die fehlende Möglichkeit der geografischen Verortung von Mobilfunknummern nicht nur bei regional begrenzten telefonischen Umfragen ein wissenschaftlich-methodisches Problem darstellt, sondern generell bei bevölkerungsrepräsentativen Umfragen, wenn auch nicht mit derselben Relevanz. Durch die fehlende Möglichkeit einer geografischen Verortung von Mobilfunknummern wird die regionale Schichtung einer Stichprobe verhindert, einem mathematisch-statistischen Verfahren zur Verbesserung der Qualität der erstellten Stichproben¹².

¹¹ Beispielsweise sind in den jüngeren Altersgruppen die Anteile derjenigen, die telefonisch nur noch mobil erreichbar sind, zum Teil erheblich höher als in den älteren Altersgruppen. Letztgenannte sind dagegen wesentlich besser über das Festnetz zu erreichen.

¹² Bei der regionalen Schichtung einer Stichprobe wird die intendierte Grundgesamtheit der Umfrage (z.B. die Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland) in verschiedene geografisch abgegrenzte Teilgruppen (z.B. die in den einzelnen Bundesländern lebende Bevölkerung) untergliedert und proportional zur Gruppengröße aus jeder Teilgruppe unabhängig voneinander eine Zufallsauswahl der zu befragenden Personen vorgenommen. Dadurch werden sowohl der sogenannte statistische Stichprobenfehler verringert als auch die Möglichkeiten der Analyse von Teilgruppen der Grundgesamtheit erweitert.

G. Petita des ADM zum geplanten TTDSG

Petition zu § 9 TTDSG: Der ADM bittet im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens zu prüfen, ob und in welcher Form eine Erlaubnisnorm für das Speichern von Informationen auf Endeinrichtungen der Endnutzer oder der Zugriff auf Informationen, die bereits in den Endeinrichtungen der Endnutzer gespeichert sind, für wissenschaftliche Forschungszwecke – insbesondere der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung – geschaffen werden kann. Nach Auffassung des ADM könnte das in einem zusätzlichen Abs. 2a in § 9 TTDSG erfolgen:

(2a) Absatz 1 gilt nicht, wenn die Speicherung von Informationen auf Endeinrichtungen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits in Endeinrichtungen gespeichert sind, für ausschließlich festgelegte und eindeutige wissenschaftliche Forschungszwecke erforderlich ist und geeignete technische und organisatorische Maßnahmen als Garantien für die Rechte und Freiheiten der betroffenen Personen bestehen.

Für den ADM als Interessenvertretung der privatwirtschaftlich organisierten Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsinstitute ist es wichtig sicherzustellen, dass eine missbräuchliche Bezugnahme einer solchen Erlaubnisnorm durch eine klare Zweckbindung auf ausschließlich festgelegte und eindeutige wissenschaftliche Forschungszwecke verhindert wird. Außerdem müssen die Rechte und Freiheiten der betroffenen Personen durch geeignete technische und organisatorische Maßnahmen sichergestellt werden.

Petition zu § 14 TTDSG: Der ADM bittet im weiteren Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens zu prüfen, ob und in welcher Form die Nutzung von Standortdaten für wissenschaftliche Forschungszwecke – insbesondere der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung – durch eine eigenständige Erlaubnisnorm geregelt werden kann. Nach Auffassung des ADM könnte das in einem zusätzlichen § 14a TTDSG erfolgen:

§ 14a Verarbeitung von Standortdaten für wissenschaftliche Forschungszwecke

(1) Ungeachtet der Vorschriften des § 14 dürfen Diensteanbieter im Sinne von § 2 Nr. 3 Standortdaten der Endgeräte ihrer Nutzer in personenbezogener Form zu wissenschaftlichen Forschungszwecken an öffentliche und private Forschungseinrichtungen übermitteln, wenn die folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

- a) die Übermittlung der Standortdaten der Endgeräte von Nutzern in personenbezogener Form dient ausschließlich der Weiterverarbeitung zu festgelegten und eindeutigen wissenschaftlichen Forschungszwecken;

- b) es werden keine Standortdaten der Endgeräte von Nutzern des Diensteanbieters übermittelt, die einer Übermittlung für wissenschaftliche Forschungszwecke explizit widersprochen haben;
- c) die übermittelten Standortdaten der Endgeräte von Nutzern werden in personenbezogener Form nur so lange gespeichert, wie es für die Erfüllung der wissenschaftlichen Forschungszwecke, zu denen sie übermittelt wurden, erforderlich ist;
- d) es werden ausschließlich Standortdaten der Endgeräte von Nutzern des Diensteanbieters zu einem bestimmten festgelegten Zeitpunkt und keine weiteren die Nutzer des Diensteanbieters betreffenden personenbezogenen Daten übermittelt;
- e) eine weitere Übermittlung der Standortdaten der Endgeräte von Nutzern in personenbezogener Form durch die öffentliche oder private Forschungseinrichtung, der die Standortdaten von dem Diensteanbieter zu wissenschaftlichen Forschungszwecken übermittelt wurden, an Dritte ist unzulässig; davon ausgenommen sind Auftragsverarbeitungen im Sinne der Verordnung (EU) 2016/79;
- f) die öffentliche oder private Forschungseinrichtung, der Standortdaten der Endgeräte von Nutzern eines Diensteanbieters in personenbezogener Form zu wissenschaftlichen Forschungszwecken übermittelt werden, hat geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zum Schutz und zur Sicherheit der übermittelten Standortdaten getroffen;
- g) die öffentliche oder private Forschungseinrichtung, der Standortdaten der Endgeräte von Nutzern eines Diensteanbieters in personenbezogener Form zu wissenschaftlichen Forschungszwecken übermittelt werden, führt diesbezüglich eine Datenschutz-Folgenabschätzung gemäß Artikel 35 der Verordnung (EU) 2016/79 durch.

(2) Die Erfüllung der Voraussetzungen gemäß Absatz 1 Buchstabe a) bis g) ist von der öffentlichen oder privaten Forschungseinrichtung, der die Standortdaten der Endgeräte von Nutzern zu wissenschaftlichen Forschungszwecken übermittelt werden, auf angemessene Weise zu dokumentieren.

(3) Wissenschaftliche Forschungszwecke gemäß Absatz 1 Satz 1 schließen im Sinne des Forschungsbegriffs der Verordnung (EU) 2016/79 die Grundlagenforschung, die angewandte Forschung und die privat finanzierte Forschung ein.

(4) Öffentliche und private Forschungseinrichtungen gemäß Absatz 1 Satz 1 sind insbesondere akademische und universitäre sowie privatwirtschaftliche Forschungseinrichtungen und in gleicher Weise tätige kommunale Ämter sowie Stellen der amtlichen Statistik.

Für die wissenschaftliche Qualität der Durchführung telefonischer Umfragen zu Zwecken der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung ist es entscheidend, bei der Ziehung der Stichprobe Standortdaten der ausgewählten mobilen Endgeräte nutzen zu können. Ebenso entscheidend sind auch die Garantien für die Rechte und Freiheiten der als Teilnehmerinnen und Teilnehmer ausgewählten Personen. Deshalb ist die vorgeschlagene Erlaubnisnorm der Verarbeitung von Standortdaten für wissenschaftliche Forschungszwecke nicht bedingungslos, sondern enthält im Sinne einer gleichgewichtigen Rechtsgüterabwägung und als Ausdruck der gesellschaftlichen Verantwortung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung zugleich die dazu erforderlichen Einschränkungen.

Berlin, den 31. August 2020

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

ADM e.V.

Bettina Klumpe, Geschäftsführerin

E-Mail: bettina.klumpe@adm-ev.de

Tel.: 030 206 16 38-0