

Der Datenschutz in den Sozialwissenschaften: Anmerkungen zur Praxis sozialwissenschaftlicher Erhebungen und Datenverarbeitung in Deutschland

Häder, Michael

Veröffentlichungsversion / Published Version

Diskussionsprotokoll / discussion protocol

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Häder, M. (2009). *Der Datenschutz in den Sozialwissenschaften: Anmerkungen zur Praxis sozialwissenschaftlicher Erhebungen und Datenverarbeitung in Deutschland*. (RatSWD Working Paper Series, 90). Berlin: Rat für Sozial- und Wirtschaftsdaten (RatSWD). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-419490>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Rat für Sozial- und
Wirtschaftsdaten (RatSWD)

www.ratswd.de

RatSWD

Working Paper Series

Working Paper

No. 90

Der Datenschutz in den Sozialwissenschaften

Anmerkungen zur Praxis sozialwissenschaftlicher
Erhebungen und Datenverarbeitung in Deutschland

Michael Häder

Juni 2009

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Working Paper Series des Rates für Sozial- und Wirtschaftsdaten (RatSWD)

Die *RatSWD Working Papers* Reihe startete Ende 2007. Seit 2009 werden in dieser Publikationsreihe nur noch konzeptionelle und historische Arbeiten, die sich mit der Gestaltung der statistischen Infrastruktur und der Forschungsinfrastruktur in den Sozial-, Verhaltens- und Wirtschaftswissenschaften beschäftigen, publiziert. Dies sind insbesondere Papiere zur Gestaltung der Amtlichen Statistik, der Ressortforschung und der akademisch getragenen Forschungsinfrastruktur sowie Beiträge, die Arbeit des RatSWD selbst betreffend. Auch Papiere, die sich auf die oben genannten Bereiche außerhalb Deutschlands und auf supranationale Aspekte beziehen, sind besonders willkommen.

RatSWD Working Papers sind nicht-exklusiv, d. h. einer Veröffentlichung an anderen Orten steht nichts im Wege. Alle Arbeiten können und sollen auch in fachlich, institutionell und örtlich spezialisierten Reihen erscheinen. Die *RatSWD Working Papers* können nicht über den Buchhandel, sondern nur online über den RatSWD bezogen werden.

Um nicht deutsch sprechenden Nutzer/innen die Arbeit mit der neuen Reihe zu erleichtern, sind auf den englischen Internetseiten der *RatSWD Working Papers* nur die englischsprachigen Papers zu finden, auf den deutschen Seiten werden alle Nummern der Reihe chronologisch geordnet aufgelistet.

Einige ursprünglich in der *RatSWD Working Papers* Reihe erschienen empirischen Forschungsarbeiten, sind ab 2009 in der RatSWD Research Notes Reihe zu finden.

Die Inhalte der *RatSWD Working Papers* stellen ausdrücklich die Meinung der jeweiligen Autor/innen dar und nicht die des RatSWD.

Herausgeber der RatSWD Working Paper Series:

Vorsitzender des RatSWD (2007/ 2008 Heike Solga; 2009 Gert G. Wagner)

Geschäftsführer des RatSWD (Denis Huschka)

Der Datenschutz in den Sozialwissenschaften
Anmerkungen zur Praxis sozialwissenschaftlicher Erhebungen und Datenverarbeitung
in Deutschland

Michael Häder

Abstract

Dieses Papier gibt einen Überblick über Fragen des Datenschutzes und der Forschungsethik für Sozialwissenschaftler und Wissenschaftler anderer Disziplinen, die sozialwissenschaftlich arbeiten. Das Papier kann als Grundlage für Lehrmodule im Bereich Datenschutz und der Forschungsethik benutzt werden.

Dazu werden in einem ersten Schwerpunkt zunächst die rechtlichen Grundlagen des Datenschutzes umrissen und danach in einem zweiten Schwerpunkt praktische Probleme behandelt, die in den einzelnen Etappen des sozialwissenschaftlichen Forschungsprozesses Beachtung finden sollten. Aufgrund verschiedener Besonderheiten sind telefonische Befragungen mit zahlreichen datenschutzrechtlich relevanten Facetten verbunden. Diese kommen im dritten Abschnitt zur Sprache. Abschließend (vierter Abschnitt) werden Auseinandersetzungen und Diskussionen zum Datenschutz aufgegriffen, diese sollen dem Leser zeigen, dass es sich bei den zuvor behandelten Themen um datenschutzrechtlich sehr relevante und sensible Probleme handelt.

Keywords: Datenschutz, Forschungsethik

JEL Klassifikation: C81, C83

Inhalt

Vorbemerkungen	3
1. Schwerpunkt: Die Freiheit der Forschung und der Datenschutz in der Bundesrepublik Deutschland.....	5
1.1 Die Forschungsfreiheit	5
1.2 Das Prinzip der informationellen Selbstbestimmung	5
1.3 Das Prinzip der Verhältnismäßigkeit	6
1.4 Personenbezogene Daten	6
1.5 Absolut und faktisch anonymisierte Daten sowie pseudoanonymisierte Daten.....	7
1.6 Das Datensparsamkeitsgebot	8
2. Schwerpunkt: Der sozialwissenschaftliche Forschungsprozess und die Facetten des Datenschutzes	9
2.1 Operationalisierung	9
2.2 Stichprobenziehung bzw. Auswahl der Untersuchungseinheiten.....	10
2.3 Datenschutz beim Pretest	11
2.4 Datenschutz während der Feldarbeit	12
2.4.1 Persönlich-mündlichen Befragungen	12
2.4.2 Befragungen in Schulen und Befragungen Minderjähriger	15
2.4.3 Mitarbeiterbefragungen	16
2.4.4 Record Linkage Studien	16
2.4.5 Postalische Befragungen	17
2.4.6 Nichtreaktive Verfahren	19
2.5 Anonymisierung der Daten	19
2.6 Pseudoanonymisierung der Daten bei Längsschnittstudien	22
2.7 Transkription	22
3. Ein Schwerpunkt: Die Diskussion um den Datenschutz bei telefonischen Befragungen.....	23
3.1 Der Stellenwert telefonischer Befragungen im sozialwissenschaftlichen Methodenarsenal.....	23
3.2 Datenschutzprobleme und standesrechtliche Regelungen bei bzw. für telefonische Befragungen...29	
4. Ein Schwerpunkt: Wenn es zu Konflikten kommt, Diskussionen um den Datenschutz und der Datenschutz vor Gericht	32
4.1 Fall 1: Urteil zu einer unangemeldeten telefonischen Befragung.....	32
4.2 Fall 2: Urteil zur Speicherung in der Sperrdatei des ADM	33
4.3 Der Verstoß gegen das Verbot telefonischer Werbung	33
5. Zwei aktuelle Probleme	35
5.1 Videoüberwachung im öffentlichen Raum	35
5.2 Die Erhebung biometrischer Daten in einer sozialwissenschaftlichen Untersuchung.....	35
6. Zusammenfassung	37
Literatur	39

Der vorliegende Text wendet sich weiterhin vor allem an angehende empirisch arbeitende Sozialwissenschaftler, die sich über jene Bestimmungen des Datenschutzes informieren möchten, mit denen sie in ihrem Arbeitsfeld konfrontiert werden können. Er geht aber an einigen Stellen auch über die Vermittlung von Basiswissen hinaus und greift vor allem im dritten Schwerpunkt grundlegendere Diskussionen zum Datenschutz in diesem Kontext auf.

Vorbemerkungen

In den unterschiedlichen Archiven unseres Landes existieren immense elektronisch gespeicherte Datenmengen. Deren Übertragung bzw. weltweite Verbreitung mittels Internet stellt kein Problem dar. Die technische Entwicklung führt zudem zu immer neuen Möglichkeiten der Datengewinnung; nahezu jeder vermag beispielsweise mit seinem Handy Bilder aufzunehmen, jeder hinterlässt Spuren, wenn er im Internet surft usw. Damit wachsen auch die Möglichkeiten, Daten für kriminelle Zwecke zu erheben und zu missbrauchen. In den Medien wurde z.B. über an Geldautomaten ausgespähte Geheimnummern berichtet. Dies hat wiederum zur Folge, dass in der Bevölkerung ein gewisses Misstrauen und als Konsequenz daraus eine relativ starke Zurückhaltung gegenüber der Erhebung von Daten beispielsweise im Rahmen von Umfragen entstanden ist.

Überraschend ist, dass auch einige gegenteilige Tendenzen in der Öffentlichkeit zu beobachten sind: Erstens dürften nicht wenige Menschen viel zu lax im Umgang mit ihren Daten sein und diese recht unbedarft weitergeben, etwa bei sogenannten Gewinnspielen oder im Rahmen von Payback-Aktionen. Zweitens existiert auch eine mehr oder weniger bewusste Ignoranz der Politik gegenüber dem Datenschutz, wenn es etwa um die Videoüberwachung in öffentlichen Räumen oder um elektronische Überwachungsaktionen geht.

Vermutet werden kann angesichts dieser ambivalenten Situation eine gewisse Unkenntnis in der Bevölkerung darüber, was „der Datenschutz“ eigentlich erlaubt. Das Argument, ein bestimmtes Anliegen sei aus Gründen des Datenschutzes nicht zu realisieren, erledigt vermutlich bereits nachhaltig zahlreiche unliebsame Anfragen. Sozialwissenschaftler müssen von Berufs wegen mit Daten umgehen und sollten sich von daher – wie das erste Beispiel gleich zeigen wird – intensiv mit dem Datenschutz auseinandersetzen.

Im Folgenden möchten wir mit Sozialwissenschaftlern erstens Personen ansprechen, die einschlägige empirische Erhebungen veranstalten, wie insbesondere Soziologen und Politikwissenschaftler. Aber zweitens sind auch die „Social Scientists“ im weiteren Sinne von der Thematik betroffen, worunter insbesondere Wirtschafts- und

Kommunikationswissenschaftler, sowie die mit den sozialwissenschaftlichen Methoden arbeitenden Verhaltens- und Lebenswissenschaftler (z.B. Psychologen, Kriminologen und Biologen) zu rechnen sind. Schließlich sind aber auch Mediziner und nicht zuletzt Zeithistoriker – wenn sie z.B. mit den Beständen der Stasi-Unterlagenbehörde arbeiten möchten – mit dem Datenschutz als Wissenschaftler konfrontiert.

Nun das erste Beispiel: Im Oktober 2005 trat das Amtsgericht Hamburg St. Georg zu einer mündlichen Verhandlung zusammen, um sich mit einer Klage zu befassen. Geklagt hatte eine Person, die am Telefon ohne vorherige Ankündigung um ein Interview für ein Marktforschungsprojekt gebeten worden war¹. Diese Person fühlte sich durch den Anruf in ihrer Privatsphäre unverhältnismäßig gestört. Beklagt wurde das sozialwissenschaftliche Erhebungsinstitut, das die telefonische Umfrage durchgeführt hatte.

Im ersten Schwerpunkt soll dargelegt werden, wie Kläger und Beklagte im oben genannten Prozess argumentiert haben könnten und welche Rechtsprinzipien in der Bundesrepublik zur Anwendung kommen, um hier zu einer Entscheidung zu gelangen und diese zu begründen. Im zweiten Schwerpunkt geht es um datenschutzrechtlich relevante Aspekte der einzelnen Etappen eines sozial- bzw. verhaltenswissenschaftlichen Forschungsprozesses. Gegenwärtig erfolgt in der Bundesrepublik die sozialwissenschaftliche Datenerhebung vor allem mittels telefonischer Befragungen. Dieser Weg zu den Daten ist aber mit zahlreichen datenschutzrechtlichen Stolpersteinen versehen. Sie sollen im dritten Schwerpunkt diskutiert werden. Schließlich wird im vierten Schwerpunkt des Textes eine Diskussion zu verschiedenen datenschutzrechtlich relevanten Fragen begonnen. In diesem Zusammenhang wird auch auf die hier geschilderte Klage Bezug genommen werden.

Bereits wiederholt wurde der Begriff Datenschutz genutzt. Beim Datenschutz geht es vordergründig nicht darum, die Daten vor Verlust zu schützen, regelmäßig Sicherheitskopien zu erstellen oder auch für deren sichere Aufbewahrung zu sorgen. Datenschutz regelt vielmehr in erster Linie den Umgang mit den über eine Person gespeicherten Daten und kümmert sich vor allem um den Schutz der Persönlichkeit der betreffenden Person. Dies schließt im Weiteren natürlich die zuvor genannten, ebenfalls wesentlichen, Aspekte wie den Schutz der Daten vor Verlust, deren sichere Aufbewahrung etc., ein.

Mein Dank gilt an dieser Stelle Herrn Dr. Rainer Metschke, Frau Dr. Rita Wellbrock, Herrn Professor Gert G. Wagner, Frau Claudia Oellers sowie Frau Dr. Gabriele Rolf-Engel für die zahl- und hilfreichen Anmerkungen zu diesem Manuskript.

¹ Das Urteil des Gerichts findet sich auch im Internet unter: <http://www.kanzlei-prof-schweizer.de/bibliothek/urteile/index.html?id=12951&suchworte=Umfragen>; aufgerufen am 13.03.2009.

1. Schwerpunkt: Die Freiheit der Forschung und der Datenschutz in der Bundesrepublik Deutschland

1.1 Die Forschungsfreiheit

In der Bundesrepublik Deutschland ist die Freiheit der Forschung durch den Artikel 5 des Grundgesetzes uneingeschränkt garantiert: „Kunst und Wissenschaft, Forschung und Lehre sind frei“ (Art. 5 Abs. 3 Satz 1 Grundgesetz [GG]). Dazu gehört zum Beispiel, dass die Forscher die Themen und die Methoden ihrer Arbeit selbst frei wählen können. Eine staatliche Zensur ist damit hierbei verboten. Durch das Völkerrecht kann es jedoch zu Einschränkungen kommen. So sind z.B. Forschungen, die gegen das Verbot der Produktion von ABC-Waffen verstoßen, verboten. Dies trifft auch für Forschungen zu, die gegen ein Bundesgesetz, wie etwa das Embryonenschutzgesetz, verstoßen würden.

Bestimmte Wissenschaftsgebiete wie etwa die Soziologie können schließlich ohne persönliche Angaben von einzelnen Personen nicht tätig werden. Wie sollte man beispielsweise Forschungen zum allgemeinen Demokratieverständnis betreiben, ohne die Bevölkerung darüber zu befragen? Oder wie sonst könnte man das politische Klima in der Bundesrepublik ermitteln? Aber wie weit geht diese Freiheit der Forschung? Sind Sozialwissenschaftlern beispielsweise telefonische Befragungen ohne vorheriges Einverständnis der angerufenen Person erlaubt? Hilfreich sind hier bestimmte Prinzipien, die zu einer allgemeinen Orientierung bei der Forschungsarbeit herangezogen werden können.

1.2 Das Prinzip der informationellen Selbstbestimmung

Im Artikel 1 des Grundgesetzes heißt es: „Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen ist Verpflichtung aller staatlichen Gewalt.“ Auch hier drängt sich die Frage auf, wie weit dieser Schutz geht. Müssen Menschen beispielsweise auch davor geschützt werden, im Rahmen sozialwissenschaftlicher Forschungen ohne Voranmeldung am Telefon oder an der Wohnungstür für eine Forschungsprojekt kontaktiert zu werden? Schließlich ist ja auch die Forschungsfreiheit ein garantiertes Recht.

Nach Rechtssprechung des Bundesverfassungsgerichts hat jeder Mensch das Recht, über Informationen, die seine Person betreffen, selbst zu bestimmen. Man spricht vom Recht auf informationelle Selbstbestimmung (BVerfGE 65, S. 41 f.). Den historischen Hintergrund dafür lieferte der Nürnberger Ärzteprozess vom August 1947. Dabei wurde auf die Menschenversuche während der Zeit des Nationalsozialismus reagiert. So gilt nun der wichtige Grundsatz, dass Personen, von denen Daten gesammelt werden, um ihr

Einverständnis gebeten werden müssen, sofern nicht eine gesetzliche Regelung (z.B. eine Forschungsregelung) Anwendung findet.

1.3 *Das Prinzip der Verhältnismäßigkeit*

Festzuhalten ist zunächst, dass es ganz offensichtlich (siehe oben) zu Konflikten zwischen den beiden Grundsätzen (Forschungsfreiheit und Recht auf informationelle Selbstbestimmung) kommen kann. In solchen Fällen ist das Prinzip der Verhältnismäßigkeit anzuwenden. Anzustreben ist dabei, dass möglichst weitgehend die Grundrechte *beider* Seiten gewährleistet werden. So muss sich der Sozialforscher beispielsweise überlegen, ob ein Eindringen in die Privatsphäre überhaupt erforderlich ist, um das Ziel der Forschung zu erreichen. So ist zu ermitteln, wie bei einer Befragung – sofern sie nun einmal nötig ist – möglichst wenig in diese Privatsphäre der Zielperson eingedrungen werden kann. Dafür sind dann zum Beispiel bei telefonischen Befragungen Anrufzeiten zu wählen, bei denen davon ausgegangen werden kann, dass sie für den Angerufenen zumutbar sind. Aus der Sicht des Angerufenen muss geprüft werden, ob es sich bei dem Anruf um ein unberechtigt massives Eindringen in seine Privatsphäre handelt.

In der Empirischen Sozialforschung wird häufig der Begriff Zielperson benutzt, um jene Person zu bezeichnen, über die bzw. von der bei einer empirischen Erhebung Informationen gesammelt werden sollen (beispielsweise jenes erwachsene Mitglied eines Haushalts, das als nächster Geburtstag hat). Bei den Kontaktpersonen handelt es sich um die Menschen, die vom Forscher auf der Suche nach der Zielperson zunächst kontaktiert werden (dies ist beispielsweise derjenige, der die Haustür öffnet oder einen Telefonanruf entgegen nimmt) müssen. Der Datenschutz spricht dagegen zumeist von den Betroffenen. Dies sind jene bestimmten oder bestimmbar natürlichen Personen, über die und von denen Einzelangaben gesammelt werden. Im Weiteren werden diese Begriffe teilweise synonym verwendet.

1.4 *Personenbezogene Daten*

Nun ist der Gesetzgeber dazu verpflichtet festzulegen, in welchen Fällen auch ohne das Einverständnis des Betroffenen dessen Daten verarbeitet werden dürfen. Dies geschieht vor allem in den Bundes- und Landesdatenschutzgesetzen. Diese Gesetze regeln den Umgang mit den so genannten personenbezogenen Daten.

Entscheidend dafür, welches Gesetz gilt, ist, welche Institution über die zur Diskussion stehenden Daten verfügt. Bei öffentlichen Stellen des Bundes und bei nicht-öffentlichen Einrichtungen wie etwa bei privaten Unternehmen gilt das Bundesdatenschutzgesetz

(BDSG²). Handelt es sich um öffentliche Stellen eines Landes (z.B. um eine Universität oder um ein städtisches Krankenhaus), so gilt das jeweilige Landesdatenschutzgesetz.

Laut Bundesdatenschutzgesetz (§ 3 Absatz 1) sind personenbezogene Daten „Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person.“ Wenn es um Daten einer *bestimmten Person* geht, so muss eindeutig erkennbar sein, zu welcher Person die jeweiligen Angaben gemacht werden. Das von einem Interviewer geführte Kontaktprotokoll, auf dem der Name der Zielperson vermerkt ist, enthält damit beispielsweise Angaben zu einer *bestimmten Person*. Bei den Daten einer *bestimmbaren Person* lässt sich erst über zusätzliche Informationen feststellen, zu welcher Person die Angaben gemacht werden. Wichtig ist, dass beide Arten von Daten dem Schutz durch das Bundesdatenschutzgesetz unterliegen.

„Herr Guido Osterwelle – er wurde in einer sozialwissenschaftlichen Untersuchung soeben von uns befragt – beabsichtigt, die FDP zu wählen.“ Eine bestimmte Wahlabsicht (FDP) kann hier einer bestimmten Person (Guido Osterwelle) zugeordnet werden. Es handelt sich also um ein personenbezogenes Datum.

Daten sind dann personenbezogen, wenn sie eindeutig einer bestimmten Person zugeordnet sind oder diese Zuordnung zumindest mittelbar erfolgen kann. Die Identifikationsnummern auf einem sozialwissenschaftlichen Fragebogen bzw. auf dem Kontaktprotokoll ermöglichen eine solche Zuordnung, sodass es sich bei dem ausgefüllten Bogen ebenfalls um personenbezogene Daten handelt. Wenn aber im Verlauf der Studie durch die Vernichtung des Umsteigecodes diese Zuordnung aufgehoben wird, ist das Datum nicht mehr personenbezogen. Nach der Vernichtung der Identifikationsnummern hat man es nicht mehr mit personenbezogenen sondern mit anonymisierten Daten zu tun. Aussagen wie „Zehn Prozent der Befragten äußerten die Absicht, die FDP zu wählen“, sind dann – aus der Sicht des Datenschutzes – unproblematisch.

1.5 *Absolut und faktisch anonymisierte Daten sowie pseudoanonymisierte Daten*

In einen maschinenlesbaren Datenfile werden alle Angaben aller Zielpersonen zeilenweise vercodet aufgelistet. Jede Zeile dieses Datensatzes wird mit einer laufenden Nummer versehen. „Die Person, deren Angaben im Datenfile unter der laufenden Nummer xy registriert wurde, beabsichtigt die FDP zu wählen.“ Bei diesem Satz handelt es sich um ein anonymisiertes Datum, wenn man davon ausgeht, dass nicht feststellbar ist, wer die

2 Das Bundesdatenschutzgesetz kann auch über das Internet eingesehen werden:
http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/bdsg_1990/gesamt.pdf besucht am 2. 07.2009.

entsprechende Zielperson war. Die laufenden Nummern in der Datenmatrix haben dann natürlich nichts mehr mit der Identifikationsnummer auf dem Fragebogen bzw. dem Kontaktprotokoll zu tun.

Nun hat die betreffende Person im Rahmen der Befragung jedoch auch noch zu weiteren persönlichen Aspekten Auskunft gegeben. Die entsprechenden Angaben (wie etwa Alter, Geschlecht, Parteizugehörigkeit, Familienstand, Bundesland, Wohnortgröße, Anteil der FDP-Wähler am Wohnort usw.) werden ebenfalls in die entsprechende Zeile des Datensatzes aufgenommen. Damit besteht nun ein gewisses (Rest-)Risiko der De-Anonymisierung. Deshalb wird hier von einer *faktischen* Anonymisierung gesprochen. Es wird unterstellt, dass faktisch anonymisierte Daten lediglich mit einem unverhältnismäßigen Aufwand „an Zeit, Kosten und Arbeitskraft“ (wieder) auf eine bestimmte Person bezogen werden können (vgl. § 3 Abs. 7 BDSG).

Anliegen der *Pseudoanonymisierung* ist es, eine Zuordnungsprozedur für die Identifikation der betreffenden Person zu entwickeln. Diese ermöglicht es, eine Identifikation der Daten wieder herzustellen. Denkbar ist beispielsweise, dass bei Panelbefragungen die Zielpersonen dazu aufgefordert werden, die Fragebögen mit den beiden Anfangsbuchstaben des Vornamens ihrer Mutter sowie mit der eigenen Hausnummer zu versehen. Dieses Pseudonym ist lediglich der Zielperson bekannt und ermöglicht es dann, die Daten der Folgeerhebungen im Datensatz jenen der vorausgegangenen Wellen zuzuordnen.

1.6 Das Datensparsamkeitsgebot (vgl. § 3a des BDSG)

Personenbezogene Daten, auch wenn sie mit einem wissenschaftlichen Hintergrund erhoben werden, dürfen nicht auf Vorrat gewonnen werden. Die Erhebung von personenbezogenen Daten muss vielmehr stets an ein bestimmtes Forschungsprojekt bzw. ein Forschungsziel geknüpft sein. Dieses Forschungsprojekt muss für so gewichtig eingeschätzt werden, dass es die Gewinnung personenbezogener Daten, und damit ein gewisses Eindringen in die Privatsphäre des Einzelnen, rechtfertigt. Auch haben die Forscher zu überlegen, welches methodische Design zur Überprüfung der anstehenden Forschungshypothesen am wenigsten in die Privatsphäre der Zielpersonen eindringt. Hier sollten mögliche Alternativen geprüft werden.

Während in der Bundesrepublik Pfarrer und Ärzte über ein Zeugnisverweigerungsrecht verfügen, trifft dies für Sozialwissenschaftler nicht zu. Rein hypothetisch wäre damit zu befürchten, dass sie unter den Druck von Polizei und Gerichten geraten könnten und ihre Daten letztendlich doch herausgeben müssten. Freilich ist bisher in der Bundesrepublik eine solche Praxis noch niemals beobachtet worden.
--

2. Schwerpunkt: Der sozialwissenschaftliche Forschungsprozess und die Facetten des Datenschutzes

Nachdem einige allgemeine Regeln des Datenschutzes erläutert worden sind, soll nun der sozialwissenschaftliche Forschungsprozess vor allem daraufhin betrachtet werden, mit welchen mit dem Datenschutz verbundenen Problemen ein Sozialforscher konfrontiert wird. Verschiedene der hier aufgeworfenen Aspekte dürften auch für in den Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaften und für sozialwissenschaftlich arbeitende Verhaltens- und Lebenswissenschaftler relevant sein.

In Lehrbüchern (vgl. z.B. Häder 2006) wird der sozialwissenschaftliche Forschungsprozess vor allem aus Gründen der Übersichtlichkeit in verschiedene Etappen eingeteilt. Einer solchen Einteilung folgend – und den Inhalt der einzelnen Etappen als bekannt voraussetzend – werden die verschiedenen Fragen des Datenschutzes behandelt. Die Sozialforschung ist mit folgenden Problemen konfrontiert:

2.1 Operationalisierung

Grundlegend ist zu klären, ob für ein Forschungsprojekt eine eigene empirische Erhebung überhaupt erforderlich ist oder ob nicht auf vorhandene Datenbestände zurückgegriffen werden kann, um das jeweilige Forschungsproblem zu lösen.

Sekundärauswertungen stellen eine anerkannte Forschungsstrategie dar. Verwiesen sei auf die Abteilung „Datenarchiv und Datenanalyse“ des GESIS Leibniz-Instituts für Sozialwissenschaften. Sie akquiriert in erster Linie nationale und international-vergleichende Umfragen zu soziologischen und politikwissenschaftlichen Fragestellungen, die klar definierten methodisch-technischen Anforderungen genügen. Die Studien werden bedarfsorientiert aufbereitet, archiviert und der wissenschaftlich interessierten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Referenzstudien wie der ALLBUS und andere stark nachgefragte Datensätze werden – häufig in Kooperation mit den Primärforschern oder Experten – in sogenannten Datenkollektionen zusammengefasst³. In solche Datenkollektionen werden dann verschiedene Erhebungen so aufbereitet, dass die Ergebnisse von den Forschern relativ problemlos genutzt werden können. Dazu werden beispielsweise die unterschiedlichen Variablenbezeichnungen aus den verschiedenen Erhebungen harmonisiert und die Daten entsprechend zusammengespielt.

³ <http://www.gesis.org/das-institut/wissenschaftliche-arbeitsbereiche/datenarchiv-datenanalyse/> aufgerufen am 10.02.2009.

Auch auf die Möglichkeiten, die die Forschungsdatenzentren und die Datenservicezentren⁴ des Rates für Sozial- und Wirtschaftsdaten bieten, soll an dieser Stelle verwiesen werden. So kann davon ausgegangen werden, dass es künftig noch weitere, vor allem thematisch stärker ausgerichtete Forschungsdatenzentren geben wird (vgl. z.B. Reeh 2009).

Sollte eine eigene empirische Studie als notwendig erachtet werden, so muss sie, wie oben bereits angedeutet, so angelegt sein, dass die in diesem Rahmen angesprochenen Zielpersonen möglichst wenig in ihrer Privatsphäre gestört werden. Es ist also beispielsweise zu entscheiden, ob eine telefonische, postalische, eine persönlich-mündliche oder eine über das Internet geführte Befragung am besten geeignet ist, um für die Forschungsfragen empirische Informationen zu gewinnen. Diese sollte dann so kurz wie möglich gehalten werden.

2.2 *Stichprobenziehung bzw. die Auswahl der Untersuchungseinheiten*

Melderegisterstichproben stellen gegenwärtig – aus verschiedenen Gründen – für persönlich-mündliche Befragungen in der Bundesrepublik die beste Praxis einer Zufallsauswahl dar (vgl. z.B. Schneekloth/Leven 2003). Der Zugang zu solchen Melderegisterstichproben und der Umgang mit den so erworbenen Informationen sind konkret in den Landesmeldegesetzen geregelt⁵.

Einwohnermelderegister enthalten verschiedene Angaben zu den in der jeweiligen Gemeinde lebenden Personen und sind deshalb für die empirische Sozialforschung besonders interessant. Die gesetzlichen Bestimmungen sehen vor, dass Einwohnermeldeämter lediglich für wissenschaftliche Zwecke, die im öffentlichen Interesse sind – also nicht für die kommerzielle Marktforschung – ihre Daten zur Verfügung stellen dürfen, *ohne* dabei die Betroffenen um ihr Einverständnis zu fragen. Dazu hat das erhebende Institut eine von der jeweils zuständigen Stelle für den Datenschutz (dies ist in der Regel das Innenministerium des Bundeslandes, in dem die erhebende Stelle – das Umfrageinstitut – ihren Sitz hat) eine so genannte Unbedenklichkeitserklärung vorzulegen. Diese bescheinigt der Einrichtung ihren wissenschaftlichen Charakter.

Die Einwohnermeldeämter stellen dann die benötigten Angaben selbst zusammen. Allerdings sind diese nicht durch ein Gesetz zu einer Auskunft verpflichtet. Auch besteht kein Zeitrahmen, in dem solche Auskünfte erteilt werden müssen. Ebenso wenig besteht ein Anspruch darauf, die Daten in einer bestimmten Form, zum Beispiel als maschinenlesbares Datenfile zur Verfügung gestellt zu bekommen. Schließlich ist auch der für diese Auskunft

4 <http://www.ratswd.de/dat/fdz.php> aufgerufen am 13.03.2009.

5 Vergleiche auch die Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung des ADM unter http://www.adm-ev.de/pdf/R07_D.pdf aufgerufen am 26.05.2009.

fällige Unkostenbeitrag nicht einheitlich geregelt. Diese Tatsachen erschweren die Arbeit mit solchen Unterlagen. Über entsprechende Probleme berichtet Albers (1996:117ff.) sehr anschaulich. Trotz der genannten Hürden stellt dieses Design gegenwärtig in der Bundesrepublik die beste Praxis der Datenerhebung dar (vgl. zu Einzelheiten Schneekloth/Leven 2003).

In den einzelnen Bundesländern gelten jeweils spezifische Meldegesetze. Entsprechend verfügen die Meldeämter über jeweils unterschiedliche Angaben zu ihren Einwohnern. In der Regel werden für sozialwissenschaftliche Studien von den Meldeämtern jedoch nur bestimmte Angaben weitergegeben. Für die Stichprobenziehung sind vor allem die Adresse, der Vor- und der Zuname (und damit das Geschlecht) sowie das Geburtsdatum erhältlich.

Es gilt zu beachten, dass die von den Meldeämtern bezogenen Daten nicht für andere Zwecke als den dieser Stelle bekannt gegebenen genutzt werden dürfen. Die Auskunft erfolgt in der Regel nur für eine bestimmte Untersuchung, die ein bestimmtes wissenschaftliches Thema bearbeitet. Eine Speicherung größerer Adressenmengen auf Vorrat (für eventuelle spätere Erhebungen) ist nicht gestattet. Nicht bei der betreffenden Studie zum Einsatz gelangte Adressen sind dementsprechend zu vernichten. Schließlich sind vom Erhebungsinstitut auch die verwendeten Einwohnermeldeamtsdaten selbst zu vernichten, sobald alle Kontrollen zur Feldarbeit abgeschlossen worden sind.

Verschiedene weitere datenschutzrechtlich relevante Aspekte bestehen im Umfeld der Generierung von Nummernfolgen für Zufallsstichproben bei den telefonischen Befragungen beziehungsweise gelten für die Durchführung solcher Erhebungen (dazu folgen im dritten Schwerpunkt noch konkretere Ausführungen).

2.3 *Datenschutz beim Pretest*

Es kann die Situation eintreten, dass dem Forscher vor Beginn seiner Untersuchung die (tatsächliche) Datenlage (z.B. bei einer Behörde) nicht vollständig bekannt ist. Zugleich ist er jedoch dazu verpflichtet, bei der Beantragung einer entsprechenden Genehmigung auf Dateneinsicht dazu konkret Auskunft zu geben. Um diesem Dilemma zu begegnen wird empfohlen (vgl. Metschke/Wellbrock 2000:40f), eine Ausnahmegenehmigung zu erwirken, die es dem Forscher im Rahmen eines Pretests gestattet, zunächst an einer kleinen Fallzahl sein Design zu überprüfen und danach dann die entsprechenden Prozeduren zu durchlaufen.

2.4 *Datenschutz während der Feldarbeit*

Die Informationssammlung in der Allgemeinbevölkerung und bei bestimmten Zielpopulationen ist an konkrete Regeln gebunden. Auch der Anwender der verschiedenen empirischen Instrumente ist mit speziellen datenschutzrechtlichen Bestimmungen konfrontiert. Sie werden nun behandelt.

Vorab sei noch einmal daran erinnert, dass in Deutschland die sozialwissenschaftliche Erhebung von Daten in der Allgemeinbevölkerung oder auch ein bestimmtes Erhebungsinstrument nicht von einer zentralen Einrichtung genehmigt zu werden braucht. Dies würde dem Prinzip der Freiheit der Forschung widersprechen. Trotzdem gilt es, eine Reihe an Regeln zu beachten.

2.4.1 *Persönlich-mündliche Befragungen*

Bei *persönlich-mündlichen Befragungen*, sie werden für gewöhnlich von einem auf Honorarbasis tätigen Interviewer im Auftrag eines kommerziellen Erhebungsinstituts oder einer anderen wissenschaftlichen Forschungseinrichtung in der Wohnung der Zielperson geführt, besteht die Notwendigkeit, Kontaktprotokolle zum Zweck der Interviewerkontrolle zu führen. Diese Protokolle werden von den Interviewern vor Ort erstellt und an das Erhebungsinstitut zusammen mit dem Fragebogen weitergeleitet. Sie enthalten detaillierte und damit sensible Angaben über die Zielpersonen (Identifikationsnummer, Name, vollständige Adresse, Haushaltsstruktur, Telefonnummer, Kontaktzeiten und anderes).

Das Führen solcher Protokolle gilt für die Kontrolle der Arbeit der Interviewer als unerlässlich. Diese Aufzeichnungen dienen unter anderen zur Überprüfung der durch den Interviewer vorgenommenen zufälligen Auswahl der Zielperson im Zielhaushalt. Sie müssen dazu beispielsweise auch die Anzahl, das Alter und das Geschlecht aller (also auch der nicht in die Befragung einbezogenen) in einem Haushalt lebenden Personen enthalten. Für telefonische Rückfragen sollten nach Möglichkeit auch die Telefonnummern des jeweiligen Zielhaushalts angegeben und gespeichert werden. Gegebenenfalls auf diese Weise als durch den Interviewer gefälscht identifizierte Interviews müssen aus dem Datensatz entfernt werden können. Für diesen Zweck ist eine prinzipielle Verbindung zwischen den Kontaktprotokollen und den Fragebögen erforderlich. Dies erfolgt mithilfe der Identifikationsnummer (ID). Die Erhebungsinstitute haben die Kontaktprotokolle und die ausgefüllten Fragebögen getrennt aufzubewahren. Es muss – aufgrund der Sensibilität der Angaben – besonderen Wert auf die Einhaltung dieser Bestimmungen gelegt werden. Für die Einhaltung dieser Vorschrift trägt der Leiter der Einrichtung bzw. der von ihm eingesetzte betriebliche Datenschutzbeauftragte eine besondere Verantwortung.

Die Trennung von Fragebögen und Umsteigecode sollte erstens räumlich erfolgen, das heißt, die Unterlagen dürfen nicht zusammen in einem Büro aufbewahrt werden. Zweitens sollte auch eine personale Trennung der beiden Aufgaben vorgenommen werden. Das heißt, Mitarbeiter des Erhebungsinstituts sollten nicht mit beiden Dateien zu tun haben. Weiter ist die ID, also das eigentliche Verbindungsglied zwischen Kontaktprotokollen und den Originalfragebögen, zu löschen, sobald die Kontrollen der Interviews abgeschlossen sind. Die Daten werden auf diese Weise anonymisiert, dazu wird später noch mehr gesagt werden.

Schließlich hat regelmäßig eine aktenkundige Belehrung aller Mitarbeiter zu erfolgen, die im Erhebungsinstitut mit personenbezogenen Daten Umgang haben. Das Prinzip, dass jeder Mitarbeiter lediglich zu den Daten Zugang hat, mit denen er sich aufgrund seiner Funktion am Institut beschäftigen muss, hat sich bewährt. Für besonders sensible Daten müssen zudem eigene Regeln für deren Schutz getroffen werden.

Für die Einhaltung dieser Regelungen ist dem BDSG zufolge am Erhebungsinstitut ein betrieblicher Datenschutzbeauftragter zu benennen. Dieser vertritt dort quasi die Interessen der Befragten, er nimmt seine Aufgaben im Institut eigenverantwortlich wahr und unterliegt damit bei dieser Tätigkeit keinen weiteren Weisungen. Angesichts der hohen Verantwortung, die diese Person damit trägt, sollte deren Bestellung mit großer Sorgfalt erfolgen.

Die zu befragenden Personen sind über den Zweck der Befragung und über die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen aufzuklären (informiertes Einverständnis). Dazu werden von den Mitgliedsinstituten der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM) Erklärungen zum Datenschutz übergeben. Zusätzlich wird den Befragten auch ein Text ausgehändigt, der darüber Auskunft gibt, was mit den gegebenen Informationen geschieht. Beide Unterlagen sind über das Internet abrufbar. Es ist selbstverständlich, dass die hier gegebenen Versprechen auch einzuhalten sind. In Abbildung 1 wird die Erklärung zum Datenschutz gezeigt.

Abbildung 1: ADM-Unterlagen zum Datenschutz: Erklärung zum Datenschutz und zur absoluten Vertraulichkeit der Angaben bei mündlichen oder schriftlichen Interviews

(Name des Instituts; Ergänzung für ADM-Institute: - Mitglied im Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) -) arbeitet nach den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und allen anderen datenschutzrechtlichen Bestimmungen.

Falls die um Teilnahme gebetene Person noch nicht 18 Jahre alt und zur Zeit 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:

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.

(Name und vollständige Anschrift des Instituts)

(Name des Institutsleiters)

(Name des betrieblichen Datenschutzbeauftragten)

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.

Der Bundesgerichtshof fordert ein informiertes Einverständnis der Betroffenen, die an einer Befragung und bei sozialen Experimenten teilnehmen (siehe oben). Im BDSG - § 4a (Abs. 1) – wird weiterhin gefordert: „Die Einwilligung bedarf der Schriftform, soweit nicht wegen besonderer Umstände eine andere Form angemessen ist.“⁶ Eine solche schriftliche Einwilligung erschwert jedoch die Arbeit der Interviewer, sie erweckt bei den angesprochenen Personen unter Umständen Misstrauen, erhöht die Non-Response-Rate und verschlechtert damit zugleich die Datenqualität.

Im folgenden Absatz des BDSG heißt es weiter: „Im Bereich der wissenschaftlichen Forschung liegt ein besonderer Umstand im Sinne von Absatz 1 Satz 3 auch dann vor, wenn durch die Schriftform der bestimmte Forschungszweck erheblich beeinträchtigt würde.“

Für einmalige sozialwissenschaftliche Forschungen wurde deshalb eine Ausnahmeregelung, das sogenannte Schweinohr-Abkommen (vgl. Scheuch o.J.), ins Leben gerufen. Danach ist in einem solchen Fall *keine* schriftliche Einwilligung der Zielperson erforderlich (vgl. Kaase 1986:3ff.).

Eine Ausnahme bilden prospektive Panelstudien, bei denen die Identifikationsnummern und damit die Adressen der Zielpersonen über einen längeren Zeitraum hinweg gespeichert werden müssen. Auch steigt bei einem solchen Design das Risiko einer möglichen Re-

6 Verschiedene Standardtexte für solche Einwilligungen finden sich z.B. bei Metschke/Wellbrock (2002:48ff.).

Identifikation mit der Anzahl der Befragungswellen und rechtfertigt bzw. erfordert damit einen höheren Aufwand beim Schutz der Daten beziehungsweise der Befragungsteilnehmer. Damit sind in diesem Fall schriftliche Einverständniserklärungen besonders sinnvoll, wenn auch *nicht* unbedingt erforderlich. Man könnte schließlich argumentieren, dass sich eine konkludente Zustimmung der betreffenden Zielpersonen durch die vorab mündlich erklärte Bereitschaft zur Teilnahme an der Wiederholungsbefragung bereits ergeben hat.

Ein weiterer datenschutzrechtlich sensibler Aspekt sind Verweigerungen der Teilnahme durch die Kontakt- oder/und durch die Zielperson. Teilt eine Zielperson klar und deutlich mit, dass sie nicht dazu bereit ist, an der Umfrage teilzunehmen, so hat das Erhebungsinstitut dies ohne weiteres zu akzeptieren. (Anders mag der Fall liegen, wenn die Person z.B. bei einer telefonischen Befragung vorgibt, *momentan* keine Zeit oder keine Lust für eine Befragung zu haben.) Ein nochmaliger Kontakt, beispielsweise durch einen anderen Persönlichkeitstyp von Interviewer, ist unzulässig. Bei methodischen Studien, die die Ursachen für Non-Response aufdecken wollen, ist dies ebenfalls zu respektieren.

Weiter hat eine Zielperson das Recht dazu, auch noch nach Abschluss der Befragung die Löschung der auf ihre Person bezogenen Angaben zu verlangen. Dies sollte das erhebende Institut dazu veranlassen, die personenbezogenen Daten so schnell wie möglich zu anonymisieren, das heißt die ID zu vernichten, sodass die befragte Person nicht mehr identifiziert werden kann. So ist dann das Auffinden der Daten einer bestimmten Person nicht mehr möglich. Auf dieser Weise werden sowohl die befragten Personen geschützt als auch die Ziele des Forschungsprojekts unterstützt.

2.4.2 Befragungen in Schulen und Befragungen Minderjähriger

Für *Befragungen in Schulen* und für die *Befragungen von Kindern und Jugendlichen* sind neben den gesetzlichen Vorschriften auch besondere standesrechtliche Regeln durch den ADM ausgearbeitet worden. Befragungen in Schulen müssen zumeist – es gelten hier zusätzlich die jeweiligen Bestimmungen der Bundesländer – beim zuständigen Ministerium beantragt und dort genehmigt werden.

Für die Befragung von Minderjährigen (dies sind bekanntlich alle Personen unter 18 Jahre) hat der ADM ebenfalls bestimmte Regeln⁷ erstellt. Danach gelten zunächst die gleichen Grundsätze, wie bei Befragungen von Erwachsenen: Es muss vor allem die Einwilligung des Betroffenen zu dieser Befragung vorliegen. Dabei wird vorausgesetzt, dass die minderjährige Person fähig zu der Einsicht ist, welche Konsequenzen eine Teilnahme an einer Befragung für

⁷ http://www.adm-ev.de/pdf/R05_D.pdf aufgerufen am 13.03.2009.

sie hat. Ist dies gegeben, so ist nach dem Ständesrecht eine (zusätzliche) Einwilligung der Eltern *nicht* erforderlich.

Bei Personen unter elf Jahren ist eine solche Einsicht jedoch (noch) nicht gegeben, sodass von Befragungen dieses Personenkreises abzusehen ist, falls nicht ein Erziehungsberechtigter während des Interviews anwesend ist. Bei Jugendlichen zwischen elf und 13 Jahren obliegt dem Erhebungsinstitut die Prüfung der Einsichtsfähigkeit. In der Regel ist hier jedoch stets die Einwilligung der Eltern erforderlich. Bei 14- bis 17-jährigen wird die Einsichtsfähigkeit jedoch in der Regel unterstellt, wobei natürlich der konkrete Gegenstand der jeweiligen Befragung in Betracht gezogen werden muss.

2.4.3 Mitarbeiterbefragungen

Das Betriebsverfassungsgesetz regelt die Durchführung von *Mitarbeiterbefragungen* in Unternehmen. Den Mitarbeitervertretungen kommt bei dieser inzwischen relativ häufig genutzten Erhebungsform (vgl. Borg 2002) eine besondere Rolle zu. Ihnen obliegt die Zustimmung zur geplanten Untersuchung. Dabei ist vorab auch festzulegen, wer Zugang zu den Ergebnissen der Befragung erhält und wie detailliert die Befunde im Unternehmen kommuniziert werden sollen.

Öffentliche Diskussionen haben in der letzten Zeit gezeigt, dass es sich beim Umgang mit Mitarbeiterdaten um eine besonders sensible Angelegenheit handelt. Wie spätestens seit dem Rücktritt des Bahn-Chefs Mehdorn und seines Teams bekannt, können bekannt gewordene Verstöße hier zu weit reichenden Konsequenzen für die Verantwortlichen führen.

2.4.4 Record Linkage Studien

Auch die Anwendung von *Record Linkage Studien*, bei denen der Datentreuhänder eine besondere Verantwortung übernimmt, unterliegt besonderen datenschutzrechtlichen Bestimmungen.

Die Idee der Record Linkage Studien lässt sich relativ einfach an einem Beispiel aus der Medizin darstellen. Hier verfügen verschiedene (Fach-)Ärzte über jeweils unterschiedliche Informationen zu einer Person. Eine Zusammenführung dieser Informationen kann nun für die Forschung wichtige Hinweise ergeben. Dabei ist jedoch zu gewährleisten, dass die Anonymität der Betroffenen gegenüber den Forschern gewahrt bleibt. Auch dürften die Namen der Betroffenen ohnehin nicht von Interesse für den Forscher sein. Die Aufgabe der Datenzusammenführung und der anonymen Weitergabe der Daten hat nun ein Datentreuhänder zu garantieren. Dabei bedarf die Datenweitergabe an den Treuhänder jedoch einer Rechtsgrundlage.

„In dieser Funktion wird der Datentreuhänder zwischen die Daten besitzende Stelle und Forscher gestellt, anonymisiert oder pseudoanonymisiert die von der Daten besitzenden Stelle übermittelten personenbezogenen Daten und übermittelt nur die anonymisierten bzw. pseudoanonymisierten Daten an den Forscher weiter. Auf diese Weise bleibt der Kreis derjenigen Stellen, die Kenntnis der personenbezogenen Daten erhalten, eng begrenzt und die Datensicherheit kann effektiv gewährleistet werden.“ (Metschke/Wellbrock 2002:35)

Auch in den Sozialwissenschaften dürften Studien dieser Art zukünftig an Attraktivität gewinnen. Gegenwärtig wird mit einem in bestimmten Aspekten vergleichbaren Design die Volkszählung 2011 vorbereitet. Ein Vorteil ist, dass dabei die Eingriffe in die Privatsphäre der Betroffenen sehr gering bleiben, da dazu registergestützte Verfahren zum Einsatz kommen. Dabei entfällt die ansonsten übliche Befragung aller Bürger. „Statt dessen werden die benötigten Daten aus vorhandenen Verwaltungsdatenbeständen erhoben, in erster Linie aus den Melderegistern und den Dateien der Bundesagentur für Arbeit. Hinzu kommt eine briefliche Befragung aller Gebäude- und Wohnungseigentümer zur Gewinnung von Gebäude- und Wohnungsdaten. Ergänzende Stichprobenerhebungen bei etwa 10 % der Bevölkerung dienen zur Absicherung und Vervollständigung der Zensusergebnisse. Dieses in den Jahre 2001 bis 2003 auf Grund des Zensustestgesetzes vom Juli 2001 erfolgreich getestete Verfahren wird für die Bürgerinnen und Bürger der Bundesrepublik wesentlich weniger belastend sein als die traditionelle Volkszählung und zudem für die Verwaltung kostengünstiger.“⁸

2.4.5 Postalische Befragungen

Bei *postalischen Befragungen* stellt die Ermittlung der Adressen der Zielpersonen einen relevanten Schritt dar. Beispielsweise benötigen postalische Mitgliederbefragungen, Kundenbefragungen oder auch Absolventenbefragungen die Anschriften der jeweils zu befragenden Personen. Über diese Anschriften verfügt das forschende Institut (z.B. das Institut für Soziologie der Universität x) jedoch oftmals nicht selbst, sondern eine andere Stelle (z.B. das Immatrikulationsamt der Universität x). Da diese andere Stelle die Daten nur zu einem ganz bestimmten Zweck erhalten hat, ist sie nicht dazu berechtigt, diese an andere Einrichtungen weiter zu geben. Eine Lösung bietet hier das *Adressmittlungsverfahren*. Dabei werden vom Forscher frankierte Briefumschläge an jene Stelle gegeben, die über die Daten verfügt. Diese adressiert die Umschläge und leitet sie an die potenziellen Zielpersonen weiter.

8 Quelle:
[http://www.bfdi.bund.de/cln_007/nn_531474/sid_3803DAAD226B62AAADD62982670F5B7C/DE/Themen/EinzelneRechtsgebiete/V
erwaltungsrecht/Artikel/Volkszaehlung.html__nnn=true](http://www.bfdi.bund.de/cln_007/nn_531474/sid_3803DAAD226B62AAADD62982670F5B7C/DE/Themen/EinzelneRechtsgebiete/V
erwaltungsrecht/Artikel/Volkszaehlung.html__nnn=true) aufgerufen am 26.05.2009.

In einem Anschreiben muss den Betroffenen das Anliegen der Erhebung erklärt werden. Auch ist zu erläutern, auf welche Weise die Adressen ermittelt worden sind. Nun kann die Zielperson über ihre Teilnahme an der Erhebung entscheiden.

Für die Kontrolle des postalischen Rücklaufs (bei noch ausstehenden Fragebögen sollten die Personen, von denen bisher noch keine Reaktion erfolgt ist, bis zu drei Mal (vgl. Dillman 1983), neueren Erkenntnissen der Umfrageforschung folgend (vgl. Dillman 2000) sogar bis zu vier Mal ein Erinnerungsschreiben⁹ erhalten) wird mitunter auf die Fragebögen eine ID aufgedruckt. Damit handelt es sich aber um personenbezogene Daten. Die Zielpersonen sind deshalb über die Verwendung der auf dem Fragebogen befindlichen ID aufzuklären. Ähnlich wie bei den Kontaktprotokollen bei persönlich-mündlichen Befragungen ist diese ID möglichst frühzeitig zu vernichten, um so die Daten zu anonymisieren. Eine solche Kennzeichnung der Fragebögen erweckt bei den Zielpersonen jedoch mitunter Misstrauen.

Eine andere Variante, bei der die Daten anonym gewonnen werden können, sieht so aus: Mit dem Versand der (anonymen) Fragebögen werden zugleich auch Postkarten an die Zielpersonen gesendet. Auf diesen Postkarten ist als Absender die Zielperson angegeben. Nun werden diese dazu aufgefordert, die Postkarte an das Erhebungsinstitut zu senden, sobald sie auch den Fragebogen ausgefüllt und diesen abgeschickt haben. Bei einem kooperativen Verhalten der Befragten wird so erreicht, dass erstens die Fragebögen anonym bleiben und zweitens zugleich eine Kontrolle des Rücklaufs erfolgen kann (vgl. dazu z.B. Mehlkop/Becker 2007 und Becker/Imhof/Mehlkop 2007).

Mit postalischen Befragungen ist noch ein weiterer datenschutzrechtlich relevanter Aspekt verbunden. Für die Teilnahme an Befragungen (dies gilt auch für persönlich-mündliche Studien) werden an die Zielpersonen Anreize für ihre Teilnahme vergeben (vgl. z.B. Armstrong 1975, Berger 2006, Diekmann/Jann 2001, Yammarino/Skinner/Childers 1991). Diese Incentives sollen die bei den Teilnehmern entstehenden Kosten (etwas) minimieren und damit positiv auf die Response-Rate wirken. Verschiedene empirische Tests (vgl. z.B. Arzheimer/Klein 1998, Church 1993, Darven et al. 2003), haben ergeben, dass im Falle einer Teilnahme versprochene Incentives im Vergleich zu solchen, die bereits der Erstbefragung beigelegt werden, unabhängig davon, ob die betreffenden Person den Fragebogen auch ausfüllt, kaum eine positive Wirkung auf das Antwortverhalten haben. Auch wurden bereits verschiedene Formen solcher Anreize getestet (Lose der Glücksspirale, Kugelschreiber usw.). Hier zeigen die Befunde, dass den monetären Anreizen die größte Bedeutung zu kommt.

⁹ Sollten bestimmte Zielpersonen signalisieren, nicht an der Befragung teilnehmen zu wollen, haben solche Erinnerungsschreiben natürlich zu unterbleiben.

Somit ist anzuraten, dass die gegebenenfalls den Zielpersonen zugeordneten Anreize in Form von Geld sofort den Befragungsunterlagen beigelegt werden. Die Vorstellung, man müsste von den Befragten auch noch deren Kontonummer einschließlich der Bankleitzahl erfragen, um ihnen nach erfolgter Rücksendung der Erhebungsunterlagen das Incentive zu überweisen, sollte mehr als befremdlich wirken. Schließlich dürfte es für das Image der Umfrageforschung positiv sein, sich auf diese Weise deutlich von unseriösen Lotteriespielen abzugrenzen.

2.4.6 Nichtreaktive Verfahren

Datenschutzprobleme können auch beim Einsatz *nichtreaktiver Verfahren* entstehen. Zunächst ist zu konstatieren, dass allein aufgrund der Erhebungssituation ein Einfluss auf die Zielperson ausgeübt wird. Sie verhält sich mit hoher Wahrscheinlichkeit anders, als sie dies tun würde, wenn sie sich nicht als Untersuchungsobjekt weiß. Ein wohl besonders bekanntes Beispiel, um dem zu entgehen, sind verdeckte und teilnehmend verdeckte Beobachtungen. Dabei wird im Interesse der Datenqualität auf die vorab einzuholende Einwilligungserklärung der Zielpersonen verzichtet. Dies ist mit der Hoffnung verbunden, dass sich die Zielpersonen möglichst natürlich verhalten.

Während man sich in der deutschsprachigen Soziologie in der Ablehnung verdeckter Beobachtung weitgehend einig ist (vgl. Hopf 2000:592), wird die ‚Under-Cover‘-Beobachtung im Ethik-Kodex der Amerikanischen Soziologischen Gesellschaft (ASA) weniger massiv abgelehnt. Hier wird die folgende Argumentation vorgetragen: Eine Möglichkeit bestünde schließlich darin, bei den so beobachteten Zielpersonen die Einwilligung im Nachhinein einzuholen und gegebenenfalls bei einer negativen Reaktion die über sie bereits erhobenen Daten wieder zu löschen. Auch bei sozialen und bei psychologischen Experimenten, bei denen es die Versuchsanordnung unbedingt verlangt, die Teilnehmer vorab nicht vollständig über das Ziel des Experiments aufzuklären, könnte so verfahren werden.

2.5 Anonymisierung der Daten

Nach der Beendigung der Feldarbeit erfolgt die Vernichtung der ID auf den Kontaktprotokollen bzw. bei einer telefonischen Befragung die Löschung der gewählten Nummernfolgen. Damit werden die Daten der Befragung anonymisiert, das heißt, sie lassen sich nicht mehr mit einer bestimmten Person in Verbindung bringen (siehe oben). Panel-Studien unterliegen hier, wie ebenfalls bereits angedeutet, besonderen Regelungen. Die Anonymisierung der Daten ist die Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse der Forschung von externen Personen nachvollzogen werden können. „Die grundrechtlich geschützte

Entscheidungsbefugnis über seine Daten endet dort, wo verarbeitete Daten keinen Zusammenhang mehr mit seiner Person erkennen lassen“ (Metschke/Willbrock 2000:16).

Der Veterinärmediziner Hwang Woo Suk aus Südkorea wurde 2007 dadurch bekannt, dass ihm angeblich ein Erfolg beim therapeutischen Klonen gelungen war. Allerdings stellte sich später heraus, dass er diesen Erfolg nur vorgetäuscht hatte. Suk wurde schließlich als Betrüger verurteilt. Die Veröffentlichung der Forschungsdatenbasis bietet ein wirksames Mittel, um sich in der Wissenschaft vor Betrügereien zu schützen. Ein solcher Schutz ist – wie das Beispiel von Suk aus Südkorea belegt – auch erforderlich. Wagner (1999) postuliert die Aufklärung von Wissenschafts- und Statistik-Betrug als ein eigenes Rechtsgut, das in die Abwägung zwischen informationeller Selbstbestimmung und Forschungsfreiheit bzw. staatlichen Statistik-Notwendigkeiten einzubeziehen sei.

Eine zentrale Forderung der in den meisten Disziplinen anerkannten wissenschaftlichen Methodik des kritischen Rationalismus (vgl. Popper 1971) betrifft die Replikation von Erkenntnissen. Dies erfordert ebenfalls die Archivierung und die Weitergabe der anonymisierten Datenfiles an die wissenschaftliche Gemeinschaft bzw. sogar an die Öffentlichkeit. Eine besonders attraktive Lösung ist die Übermittlung von Datenfiles im Internet in Form von Downloads. Allerdings sind damit ebenfalls wieder einige, in Bezug auf den Datenschutz relevante Dinge zu beachten.

Wie geschildert, soll die Vernichtung des Umsteigecodes (der ID) gewährleisten, dass eine Anonymisierung der Daten eintritt und damit nachträglich mit verhältnismäßigem Aufwand keine Identifikation der befragten Personen mehr erfolgen kann. Damit handelt es sich nicht mehr um personenbezogene Daten. So werden die soeben geforderte Archivierung und die Weitergabe der Dateien, beispielsweise für Re-Analysen und Replikationen, möglich. Allerdings besteht stets eine gewisse (Rest-)Gefahr, dass die Daten im Nachhinein wieder de-anonymisiert werden.

Diese Gefahr wird erhöht, wenn aus bestimmten Angaben zur Person des Befragten, die aus dem anonymisierten Datensatz entnommen werden können, wie etwa zum Beruf (z.B. Bezirksschornsteinfeger, Landesbischof, Bürgermeister, Facharzt), zum Alter und dem Geschlecht sowie aus weiteren Angaben zum Wohnort (Angaben zum konkreten Bundesland und zur Größe des Wohnorts, in dem die Zielperson lebt) dann letztendlich doch eine Re-Identifikation zumindest einzelner Zielpersonen – mehr oder weniger einfach – erfolgen kann. Dieses Problem wird noch verschärft, wenn zum Datensatz einer Befragung weitere Daten hinzugespielt werden. Hier sind für die sozialwissenschaftliche Auswertung Angaben wie etwa zur Arbeitslosenquote in der jeweiligen Wohngegend des Befragten, zu den

Wahlergebnissen bei der letzten Bundestagswahl oder zum Ausländeranteil am Wohnort der Zielperson nicht selten von Interesse.

Aufgrund der Brisanz dieser Thematik wurde dazu an der Universität Mannheim ein eigenes Forschungsprojekt aufgelegt (vgl. Wirth 1992). Die Forscher haben hier die Rolle von Datenangreifern übernommen, um zu ermitteln, wie sensibel scheinbar anonymisierte Daten sind. Dazu wurde versucht, anhand von Angaben im Mikrozensus konkrete Personen zu re-identifizieren.

Die Lösung des Problems beziehungsweise die Vermeidung einer Re-Identifikation von Zielpersonen verlangt besondere Aufmerksamkeit. Auch hier muss eine Abwägung vorgenommen werden zwischen den verschiedenen Risiken einer solchen Re-Identifikation. Dabei muss erstens vor allem an den Schaden bzw. an die Nachteile gedacht werden, der einer befragten Person möglicherweise entsteht. Auch ist in Rechnung zu stellen, wie wahrscheinlich und wie kompliziert eine solche Re-Identifikation für einen Datenangreifer ist. Zweitens ist dem Risiko auf der einen Seite das wissenschaftliche Interesse und der Nutzen auf der anderen Seite gegenüber zu stellen.

Es hat sich bewährt, die sensiblen Variablen eines Datensatzes, die für eine Re-Identifikation genutzt werden könnten, nur in vergrößerten Kategorien anzugeben. So würde dann beispielsweise nicht der erzielte prozentuale Stimmenanteil aller Parteien am Wohnort des Befragten dem Datensatz zugespielt, sondern lediglich vergrößerte Stufen. Eine andere Lösung wäre, die Weitergabe des Datensatzes mit einer besonderen Verpflichtung an die Nutzer dieser Daten zu verbinden. Diese müssen über die Folgen eines Missbrauchs einschließlich eventueller Strafen aufgeklärt werden. Auch eine Begrenzung der Weitergabe auf einen bestimmten Personenkreis könnte in Betracht gezogen werden.

Als Empfehlungen für den Mikrozensus werden im Ergebnis des oben aufgeführten Forschungsprojekts genannt:

- „Es darf keine einzelne Gemeinde eingrenzbar sein, die weniger als 500.000 Einwohner umfasst.“
- Ein Gemeindetyp (z.B. Gemeindegrößenklassen), dem mehrere Gemeinden zugehören, darf in keinem Bundesland weniger als 400.000 Einwohner umfassen.
- Angaben über Staatsangehörigkeit werden nur so weitergegeben, dass eine Nationalität oder eine identifizierbare Gruppe von Nationalitäten in der Bundesrepublik insgesamt wenigstens 50.000 Einwohner umfasst. Dies entspricht circa 500 Fällen im Mikrozensus.“

Weitere Hinweise finden sich bei Wirth (1992:37f.) auch für die Einkommens- und Verbrauchsstichprobe und für Regionalfiles. Dies führt dann letztlich zu einer *faktischen Anonymisierung* der Daten. Das bedeutet, dass eine Zielperson nur mithilfe eines völlig unverhältnismäßigen Aufwandes identifiziert werden kann.

2.6 *Pseudoanonymisierung der Daten bei Längsschnittstudien*

In bestimmten Forschungszusammenhängen ist eine (schnelle) Anonymisierung der Daten jedoch nicht möglich. Prospektive Panel-Studien zielen gerade darauf ab, soziale Prozesse auf der Ebene von Individualdaten zu untersuchen (vgl. Häder 2006). Dazu müssen bei Längsschnittstudien die bei einer bestimmten Person gewonnenen Informationen zu jenen gespielt werden, die bereits zu einem früheren Zeitpunkt von ihnen ermittelt wurden. Die Zielpersonen müssen also identifizierbar sein. Wie oben bereits dargestellt, werden die Daten dazu pseudoanonymisiert.

Ein weiteres Problem kommt bei solchen Studien hinzu. Es entsteht eine besondere Fülle an Informationen, die über eine bestimmte Person gesammelt werden. Beim European Social Survey¹⁰ werden *in nur einer Erhebung* bereits etwa 600 Variablen, das heißt einzelne Angaben zu einer bestimmten Person im Datensatz abgespeichert. Damit erhöht sich mit jeder Welle zwangsläufig sowohl das Risiko einer De-Anonymisierung als auch die Chance, bei der betreffenden Person dadurch einen größeren Schaden zu verursachen. Aus diesem Grund ist es hier angezeigt, besondere Anstrengungen beim Datenschutz zu unternehmen. Folgende Maßnahmen werden vor allem genutzt.¹¹

- Die Datennutzer werden auf das Verbot einer De-Anonymisierung besonders hingewiesen und müssen vorab eine entsprechende Verpflichtungserklärung unterzeichnen.
- Es wird nicht der gesamte Datensatz zur Verfügung gestellt, sondern lediglich ein bestimmter Teil (Sub-Sample) daraus.
- Es kann eine Zweckbindung für den Zugang zu den Daten vorgenommen werden, d.h. sie werden nur für bestimmte wissenschaftliche Studien zur Verfügung gestellt.

2.7 *Transkription*

Die Wahrung des Datenschutzes spielt auch bei der Transkription qualitativer Interviews und

¹⁰ Mehr Informationen dazu finden sich im Internet: <http://www.europeansocialsurvey.org/> aufgerufen am 13.03.2009.

¹¹ Der Zugang zu den Daten des SOEP ist entsprechend auf konkrete Weise geregelt. Mehr Informationen dazu finden sich im Internet unter <http://www.diw.de/deutsch/soep/faq/32014.html#2.1> aufgerufen am 13.03.2009.

von Gruppendiskussionen eine wichtige Rolle. Sie hat prinzipiell so zu erfolgen, dass Aussagen nicht mit konkreten Personen in Verbindung gebracht werden können.

Eine effektive Anonymisierung von in der Regel umfangreichen Transkripten qualitativer Interviews, beispielsweise im Rahmen der Lebenslaufforschung, kann sehr aufwändig sein. Solche Befragungen enthalten neben personenbezogene Angaben wie Namen, Adressen oder Orte, die schon während der Transkription pseudoanonymisiert oder gelöscht werden können, oft viele persönliche Details, die sich über ganze Textpassagen erstrecken können. Eine effektive Anonymisierung, die insbesondere dann notwendig ist, wenn qualitative Daten archiviert und einem breiteren Forscherkreis für Re-Analysen zugänglich gemacht werden sollen, lässt sich manchmal nur auf Kosten von Einbußen der Datenqualität realisieren (vgl. Rosenthal 2005:99, Kluge/Opitz 2000, Pätzold 2005).

3. Ein Schwerpunkt: Die Diskussion um den Datenschutz bei telefonische Befragungen

Teilweise bestehen – wohl vor allem unter Datenschützern – mehr oder weniger prinzipielle Vorbehalte gegenüber einer telefonischen Kontaktierung von Zielpersonen zu Forschungszwecken. Solche Vorbehalte berufen sich vor allem auf das Grundrecht der informationellen Selbstbestimmung und interpretieren einen Anruf als einen zu starken Eingriff in die Privatsphäre des Betroffenen. Gegen eine solche Auffassung soll an dieser Stelle argumentiert werden.

3.1 Der Stellenwert telefonischer Befragungen im sozialwissenschaftlichen Methodenarsenal

Die Umfrageforschung bietet mit der von ihr dargestellten öffentlichen Meinung ein *Kontrastbild* zur veröffentlichten Meinung der Medien und unterstützt so die Interessenartikulation aller, auch ansonsten benachteiligter Bevölkerungsgruppen. Sie ist damit ein Grundbestandteil moderner, demokratisch verfasster Gesellschaften (vgl. z.B. Verba 1996, Kaase/Pfetsch 2000, Fishkin 1995, Benda 1981, Gallus 2005, Crespi 1989, Neeff 1971, Kaase 1999, Decker 2001).

Ein Verzicht auf telefonische Befragungen bedeutete eine wesentliche *Beschränkung dieser Informationsbasis* über und für die Bürger eines Landes. Er hätte für die Sozialforschung verheerende Folgen. Meinungsbilder, wie sie beispielsweise im Politbarometer und im ARD-Deutschlandtrend veröffentlicht werden, basieren auf Telefonumfragen. Auch die Erwerbslosenstatistik nach dem Konzept der International Labour Organization (ILO) (vgl. Rässler/Kiesl 2006), die im Auftrag des Statistischen Bundesamtes

monatlich mit einem Stichprobenumfang von 30.000 Interviews telefonisch erhoben und bei der insbesondere auf die *aktuelle Bereitstellung* der Daten Wert gelegt wird, könnte nicht fortgeführt werden.

Tabelle 2 zeigt eine Übersicht zu den von den ADM-Instituten genutzten quantitativen Befragungsarten. Darin wird der Stellenwert telefonischer Befragungen nochmals anhand von konkreten Zahlen verdeutlicht.

Telefonische Befragungen werden von zentralen Telefonstudios aus durchgeführt, das heißt die eingesetzten Interviewer befinden sich während ihrer Tätigkeit unter permanenter Fachaufsicht. Das ermöglicht den Forschungsinstituten eine weitgehende *Kontrolle* der Arbeit der Interviewer. Während etwa bei persönlich-mündlichen Befragungen, die im Haushalt der Zielperson oder auf der Straße stattfinden, auf solche umfassenden Kontrollen verzichtet werden muss, bewirken sie bei telefonischen Befragungen eine höhere Qualität der erhobenen Daten.

Tabelle 2 Quantitative Interviews der Mitgliedsinstitute des ADM nach Befragungsart, Angaben in Prozent¹²

	1990	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Persönliche Interviews	65	60	44	37	39	28	24	26
darunter mit								
PAPI ¹³			38	31	31	21	- ¹⁴	-
Laptop / Pentop	-		6	6	8	7	-	-
Telefoninterviews	22	30	40	40	29	43	45	41
Postalische Interviews	13	10	16	22	28	19	9	6
Online-Interviews				1	4	10	22	27

Am ehesten würden Telefoninterviews durch persönlich-mündliche Befragungen ersetzt werden können. Da diese jedoch erheblich höhere Kosten verursachen (vgl. Koch 2002, Häder 2006), käme es zu einem deutlichen Rückgang und zur *Monopolisierung der Meinungsforschung*. Nur noch ausgewählte Institutionen wären dazu in der Lage, sich

12 Vergleiche http://www.adm-ev.de/pdf/Jahresbericht_03.pdf, S. 8; zuletzt besucht am 27.01.2005, http://www.adm-ev.de/pdf/Jahresbericht_04.pdf, S. 15 zuletzt besucht am 17.06.2006 und http://www.adm-ev.de/pdf/Jahresbericht_07.pdf zuletzt besucht am 19.03.2009. Es gilt zu beachten, dass sich die Zusammensetzung der ADM-Institute in diesem Zeitraum geändert hat. So können dadurch Verzerrungen auftreten, dass Institute neue Mitglieder beim ADM geworden sind, die sich jeweils auf bestimmte Erhebungsmethoden spezialisiert haben.

13 Das Kürzel PAPI steht für Paper and Pencil. Der Interviewer arbeitet hier mit einem Fragebogen, der ihm in Papierform vorliegt.

14 Die Angaben hierzu sind beim ADM nicht mehr gesondert ausgewiesen.

Untersuchungen leisten zu können, die ein repräsentatives Abbild der Bevölkerungsmeinungen zu liefern vermögen.

Gelegentlich wird gegenüber der Umfrageforschung der Vorwurf erhoben, die persönlich-mündlichen Interviews seien zum großen Teil von den Interviewern gefälscht worden (vgl. Dorroch 1994). Dabei wird unterstellt, die Interviewer füllten die Fragebögen selbst aus, ohne überhaupt mit den Zielpersonen in Kontakt zu treten. Es bedarf immenser Anstrengungen, um diesen Vorwurf zu entkräften (vgl. Koch 1995). Völlig anders – und zwar ausschließlich positiv – stellt sich die Situation bei telefonischen Befragungen dar, bei denen die Interviewer einer weitgehenden Kontrolle unterliegen.

Telefonische Befragungen ermöglichen nicht nur eine weitgehende Kontrolle der Interviewer, sondern auch eine weitreichende Standardisierung der gesamten *Interviewsituation*. Bei anderen Instrumenten der Datenerhebung muss beispielsweise ein stärkerer Einfluss dritter Personen, die während des persönlich-mündlichen Interviews oder auch beim Beantworten einer postalischen Befragung zugegen sein können, in Rechnung gestellt werden. Selbst wenn dritte Personen nicht direkt in den Verlauf des Interviews eingreifen, so bewirken sie doch eine besondere Form sozialer Kontrolle des Antwortverhaltens der befragten Person (vgl. Hartmann 1995, Reuband 1992, Lunsford/Ruszkiewicz 2000). In Schulungen können die Interviewer zwar auf diese Tatsache hingewiesen und dazu aufgefordert werden, Interviews möglichst nicht in Anwesenheit Dritter zu führen, in der Praxis wird es sich jedoch nur bedingt vermeiden lassen, dass etwa Familienangehörige bei einer persönlich-mündlichen Befragung anwesend sind.

Der Einfluss der Person des Interviewers, konkret dessen Alter, Aussehen und Kleidung sowie eventuelle nonverbale Reaktionen auf erhaltenen Antworten (z.B. ein unbewusstes Stirnenrunzeln) auf das Antwortverhalten der befragten Person haben sich bei telefonischen Befragungen als deutlich geringer als bei persönlich-mündlichen Befragungen erwiesen. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Situation für den Befragten **neutraler** wirkt als bei persönlich-mündlichen Befragungen. Zudem sind aus Kriminalitätsfurcht oder Gründen der Diskretion viele Personen zu persönlich-mündlichen Interviews in der Wohnung nicht mehr bereit.

Die mittlerweile eingesetzte Hard- und Software für telefonische Befragungen (Computer Assisted Telephone Interviewing) erlaubt eine Vielzahl von Funktionen, die die Durchführung von Umfragen erleichtern, z.B. komplexe Filterführungen und Konsistenzprüfungen. Da die Antworten bei telefonischen Befragungen direkt auf maschinenlesbare Datenträger eingegeben werden, liegen die Daten relativ *schnell* nach Ende der Feldzeit vor. Gegenüber

persönlich-mündlichen Befragungen ist eine Verkürzung der Feldzeit bei vergleichbarer Qualität der Ergebnisse möglich. Für viele Fragestellungen insbesondere in der Marktforschung ist diese Zeitnähe notwendig.

Für eine Reihe von Fragestellungen ist es wichtig, kurzfristig Informationen über den Forschungsgegenstand zu erhalten. Auch in dieser Hinsicht heben sich telefonische Befragungen von andern Befragungsinstrumenten ab. Telefonische Umfragen können mit *relativ kurzen Feldzeiten* durchgeführt werden. Für bestimmte unternehmerische Entscheidungen kämen die notwendigen Informationen aus persönlich-mündlichen Befragungen zu spät.

Aus *stichprobentheoretischer Sicht* ist es erforderlich, dass Personen, die zunächst nicht angetroffen wurden, erneut kontaktiert werden. Nur auf diese Weise kann man auch genügend Menschen erreichen, die häufiger nicht zuhause sind. Während aus praktischen Gründen bei persönlich-mündlichen Befragungen nur relativ wenige Kontaktversuche möglich sind, kann bei telefonischen Befragungen dieses statistische Erfordernis besser erfüllt werden.

Es gibt in Deutschland mehrere Möglichkeiten, qualitativ hochwertige Stichproben für telefonische Befragungen zu ziehen. Zu unterscheiden ist dabei zwischen Verfahren, die auf Angaben aus dem Telefonbuch basieren (ADM-Verfahren, Gabler-Häder-Verfahren, Randomize Last Digits, vgl. Heckel 2002, von der Heyde 2002, Glemser 2002, Häder/Glemser 2004) und der Auswahl aus einer Liste, die aus Informationen der Bundesnetzagentur zusammengestellt wird. Gemeinsam ist diesen Verfahren, dass jeweils annähernd die Gesamtheit der privaten Haushalte mit Telefon im Auswahlrahmen enthalten ist. Damit sind – bei entsprechender Antwortbereitschaft – die Ergebnisse aus diesen Befragungen *repräsentativ*, das heißt für Hochrechnungen geeignet.

Die Auswahl aus diesem Auswahlrahmen kann – anders als bei persönlich-mündlichen Befragungen – ungeklumpt erfolgen. Es ist in der Statistik unstrittig, dass die Klumpenauswahl zu einer geringeren Präzision der Ergebnisse führt als eine einfache oder geschichtete Zufallsauswahl, wie sie für Telefonhaushalte möglich ist. Man spricht von einem Designeffekt. Insbesondere bedeutet das: Um die gleiche Genauigkeit zu erzielen, sind bei persönlich-mündlichen Befragungen innerhalb zufällig ausgewählter Gemeinden etwa 50 Prozent mehr Interviews notwendig als bei telefonischen Befragungen. Entsprechend größer wären die Belastungen, die für die Teilnehmer an dieser Form der Befragung entstehen würden.

Die empirische Sozialforschung wie beispielsweise die Studie des Dresdner Juristen Professor Knut Amelung (Technische Universität, Lehrstuhl für Strafrecht, Strafprozessrecht

& Rechtstheorie) nutzte im Jahr 2001 die telefonische Befragung, um sich ein Bild darüber zu verschaffen, inwieweit die praktizierte Rechtssprechung und die Ansichten der Bevölkerung zu Notwehr in Übereinstimmung stehen (vgl. Amelung 2002, 2003). Auch diese Befragung mit über 3.500 Interviews wäre mit keiner anderen Erhebungsmethode durchführbar gewesen.

Auch im *internationalen Maßstab* ist es übliche Praxis, sich des Instruments der Telefonbefragung zu bedienen, wenn die Ausstattung der Haushalte mit Telefonen es erlaubt, wie das in entwickelten Industrieländern der Fall ist. Beispielsweise wurden 2004 in der Schweiz 65 Prozent der Interviews der SWISS INTERVIEW®-Institute (vgl. SMS 2004) telefonisch erhoben. Das Bundesamt für Statistik (BFS) der Schweiz führt abgesehen von wenigen Ausnahmen *alle* Erhebungen bei Personen und Haushalten mit Telefoninterviews durch. Insbesondere wird die Schweizerische Arbeitskräfteerhebung, das Rekrutierungsinterview für die Einkommens- und Verbrauchserhebung und die Erhebung über Einkommen und Lebensbedingungen (SILC-CH) mit CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) veranstaltet.

Auch die Erhebung „Worldviews 2002“, ein gemeinsames Projekt des Chicago Council on Foreign Relations (CCFR) und des German Marshall Fund of the United States (GMF), das der Erforschung der Einstellungen von amerikanischen und europäischen Bürgern zur Außenpolitik gewidmet war, wurde telefonisch durchgeführt. In fünf europäischen Ländern, darunter in Deutschland, und den USA wurden 5.001 Personen per Telefon interviewt. Die deutsche Sozialforschung würde sich in die *Isolation* begeben, wenn die Teilnahme an derartigen Umfragen künftig nicht mehr möglich wäre. Die Aufstellung von Untersuchungen, die sich telefonischer Befragungen bedienen, ließe sich beliebig fortführen.

Ein weiterer Beleg dafür, welcher hohe Stellenwert Telefonbefragungen von der Gesellschaft in der Bundesrepublik beigemessen wird, ist die *Förderung methodischer Forschung* zu diesem Thema:

Als Bestandteil der Grundlagenforschung wird z.B. einem Wissenschaftlerteam, das an der Technischen Universität in Dresden sowie am GESIS Leibniz-Institut für Sozialforschung in Mannheim tätig ist, von *der Deutschen Forschungsgemeinschaft* (DFG) ein Projekt gefördert, das die Verbesserung der Stichprobenqualität für telefonische Befragungen zum Gegenstand hat (zu ersten Ergebnissen vgl. Häder/Häder 2009). Dies soll an dieser Stelle als ein Beleg dafür gelten, dass auch nach Ansicht der wissenschaftlichen Gemeinschaft Telefonbefragungen eine wesentliche Rolle spielen, um deren Weiterentwicklung sich Umfrageforscher bemühen sollten. Im Rahmen eines anonymen Begutachtungsverfahrens wurde die *Förderungswürdigkeit* dieses Forschungsvorhabens durch öffentliche Mittel

festgestellt.

Es werden regelmäßig *Konferenzen und Tagungen* durchgeführt, die sich der Weiterentwicklung der Methode der Telefonbefragung widmen. So fand im Januar 2006 in Florida die „Second International Conference on Telephone Survey Methodology“ (vgl. <http://www.amstat.org/meetings/tsmii/2006/index.cfm?fuseaction=main>) mit Wissenschaftlern aus aller Herren Ländern statt. Im November 2006 wurde weiterhin in Mannheim eine Tagung zur Stichprobenbildung bei telefonischen Erhebungen durchgeführt. Dazu waren Teilnehmer aus der akademischen und aus der kommerzieller Forschung erschienen.

Telefonische Befragungen sind auch *Bestandteil der Lehre* an den Universitäten (z.B. an der Humboldt Universität Berlin, Martin Luther Universität Halle, Technische Universität Dresden, Universität Mannheim, Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, Universität Trier). Für die Ausbildung von Sozialwissenschaftlern haben zahlreiche Einrichtungen Telefonstudios eingerichtet, um hier die Studierenden möglichst praxisnah mit diesem Instrument vertraut zu machen. Die entsprechenden Lehrpläne wurden beispielsweise vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kultur bestätigt (vgl. Studienordnung für den Diplomstudiengang Soziologie an der Technischen Universität Dresden, vom 30.11.2005, erlassen aufgrund von § 21 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz - SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S. 293), zuletzt geändert durch Artikel 24 des Gesetzes vom 05. Mai 2004 (SächsGVBl. S. 148, 158). Die Ergebnisse telefonischer Befragungen werden in der Lehre eingesetzt und vielfach auch zur Erstellung von Graduiierungsarbeiten herangezogen (vgl. Krausch 2005).

Telefonische Befragungen sind gegenüber vielen anderen Ansätzen deutlich kostengünstiger. Sie ermöglichen es damit auch mit weniger Mitteln ausgestatteten Einrichtungen (wie etwa Universitäten) eine eigene, an den wissenschaftlichen Interessen ausgerichtete empirische Sozialforschung zu betreiben. Das GESIS Leibniz-Institut für Sozialforschung, stellt für diese Erhebung kostenlos Telefonstichproben zur Verfügung. Allein im Zeitraum von 1999 – 2006 wurden 180 Stichproben für Projekte der akademischen Sozialforschung gezogen. Diese Studien hätten mit anderen Befragungsmethoden nicht oder nur in eingeschränktem Umfang realisiert werden können.

Da die Telefonlabors der Universitäten allerdings in der Regel nur über wenige Arbeitsplätze verfügen, ist es für die akademische Forschung unerlässlich, *Kooperationen mit den renommierten Umfrageinstituten* einzugehen. Auch verfügen bei weitem (noch) nicht alle Universitäten über Telefonstudios. In diesen Fällen ist es in der Bundesrepublik zur Praxis

geworden, dass an externe Einrichtungen (zumeist an ein ADM-Institut) entsprechende Aufträge zur Durchführung von Umfragen vergeben werden. Ohne diese Zusammenarbeit bei Telefonsurveys wäre ein Großteil der empirischen Sozialforschung in Deutschland nicht denkbar. Diese Kooperation auf dem Gebiet der Telefonumfragen wird in *gemeinsamen Veröffentlichungen* deutlich (z.B. Gabler et al. 1998, Hüfken 2000, Gabler/Häder 2002). Auch für die sozialwissenschaftliche Grundlagenforschung in der Bundesrepublik ist es somit unverzichtbar, dass Umfrageinstitute über Erfahrungen mit telefonischen Befragungen verfügen und deren Durchführung anbieten. Sie spielen damit nicht nur in der Marktforschung eine wichtige Rolle.

Unterschiedliche Beurteilungen von Marktforschungsuntersuchungen, welche im Auftrag eines Unternehmens durchgeführt werden und die individuellen Interessen dienen, sowie von Studien, die mit einem sozialwissenschaftlich-akademischen Hintergrund betrieben werden, sind sachlich nicht geboten. Beide werden letztlich mit den gleichen wissenschaftlichen Methoden und gegebenenfalls sogar vom selben Institut durchgeführt. Das bedeutet auch, dass bei den Zielpersonen stets unangemeldet das Telefon klingelt.

Auch ist die Auffassung irrig, insbesondere bei Marktforschungsuntersuchungen im Auftrag privater Unternehmer seien Daten mit beschränkter Aussagekraft hinnehmbar. Ein solches Zweiklassendenken sollte aus Gründen der Objektivität und der Sachlichkeit unterbleiben. Daten mit beschränkter Aussagekraft sind auch aus forschungsethischen Gründen nicht hinnehmbar. Wenn die Möglichkeit besteht, Informationen mit fundierter Aussagekraft methodengerecht zu gewinnen, so muss diese Chance auch genutzt werden dürfen.

Zusammenfassend ist somit zu vermerken, dass telefonische Befragungen gegenwärtig eines der wichtigsten Instrumente der empirischen Sozialforschung sind. Es sollte auch deutlich geworden sein, dass Einschränkungen in der Anwendung dieser Methode eine Einschränkung der grundgesetzlich garantierten Forschungsfreiheit bedeuten würde. Vertretbare Alternativstrategien existieren dagegen nicht.

3.2 Datenschutzprobleme und standesrechtliche Regelungen bei bzw. für telefonischen Befragungen

Telefonische Befragungen der Allgemeinbevölkerung müssen mithilfe generierter Telefonnummern geführt werden. Damit können und sollen (zufällig) auch nicht in öffentlich zugängliche Verzeichnisse eingetragene Zielpersonen erreicht werden. Außerdem ist für eine Qualitätskontrolle der Arbeit der Interviewer das stichprobenartigen Mithören des Interviews durch einen Supervisor erforderlich. Dieses Mithören sollte – um die Befragung nicht zu

verfälschen – von den Befragten und von den Interviewern nicht bemerkt werden. Schließlich werden alle Rufnummern, deren Inhaber sich prinzipiell gegen eine Teilnahme an Befragungen ausgesprochen haben, in einer so genannten Sperrdatei geführt. Diese wird den Mitgliedsinstituten des ADM zugänglich gemacht und soll garantieren, dass weitere Kontaktversuche über diese Nummernfolgen unterbleiben. Damit haben wir es an dieser Stelle mit einer ganzen Reihe an datenschutzrechtlich teilweise äußerst sensiblen Dingen zu tun, die mit dieser Grundmethode der empirischen Sozialforschung verknüpft sind.

Da ein wachsender Anteil an Telefonbesitzern nicht mehr in Verzeichnissen (wie Telefonbüchern und CD-ROMs) gelistet ist, müssen die Nummern der zu kontaktierenden Anschlüsse nach bestimmten Regeln generiert werden (vgl. für Details Gabler/Häder 1999). Diese ermöglichen es, dass auch nicht eingetragene Teilnehmer für eine Befragung kontaktiert werden können und machen damit telefonische Befragungen überhaupt erst wissenschaftlich sinnvoll. Als Folge werden also auch Personen angerufen, die nicht in einem öffentlich zugänglichen Verzeichnis gelistet sind. Das GESIS Leibniz Institut für Sozialwissenschaften in Mannheim stellt der akademischen Umfrageforschung einen entsprechenden Frame zur Verfügung¹⁵ und auch der Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM) verfügt über die entsprechenden Strategien zur Erstellung einer solchen Auswahl.

Es ist – dem Prinzip der Verhältnismäßigkeit folgend (siehe oben) – generell abzuwägen zwischen erstens, den Interessen der betroffenen Zielpersonen auf Schutz ihrer Privatsphäre (dabei kann durchaus auch das jeweilige Thema der Befragung eine Rolle spielen) und des unter Umständen bei ihnen entstehenden Aufwandes für die Mitteilung einer Verweigerung und zweitens, dem wissenschaftlichen Forschungsinteresse. Letzteres macht es unter Umständen erforderlich, das beschriebene Design anzuwenden. Der ADM, die Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI) sowie der Berufsverband der Soziologen haben sich auf verschiedene konkrete Regelungen für telefonische Befragungen geeinigt.¹⁶ Eine richterliche Entscheidung¹⁷ hat schließlich bestimmte Auffassungen des ADM bestätigt.

Ein weiteres Problem betrifft ein von den ADM-Instituten praktiziertes stichprobenartiges Mithören der telefonischen Interviews zur Qualitätskontrolle. Vor allem während der sensiblen Phase der Ermittlung der Zielperson im Zielhaushalt kommt es darauf an, eine

15 Vergleiche zu Details: <http://www.gesis.org/dienstleistungen/methoden/spezielle-dienste/ziehung-telefonstichproben/> aufgerufen am 16.05.2009.

16 Vergleiche http://www.adm-ev.de/pdf/R04_D.pdf, aufgerufen am 13.03.2009.

17 <http://www.kanzlei-prof-schweizer.de/bibliothek/urteile/index.html?id=12951&suchworte=Umfragen>, aufgerufen am 13.03.2009.

zufällig ermittelte Person zu befragen und nicht unbedingt jene, die sich als erste an Telefon meldet oder die ein besonderes Interesse an der Teilnahme an der Umfrage hat. Dieser Abschnitt des Interviews erfordert vom Interviewer ein besonderes Geschick sowie hohes Engagement. Zugleich fällt die Entscheidung über eine Teilnahme in nur wenigen Minuten oder gar Sekunden. Vom regelgerechten Verhalten des Interviewers hängt damit die gesamte Qualität der Daten ab. Dies gilt generell auch für das gesamte Interview. Erst durch die vollständige Standardisierung des Interviews wird es möglich, die Daten, die von vielen Befragten gewonnen wurden, miteinander zu vergleichen. Ein Abweichen des Interviewers vom vorgegebenen Fragetext – z.B. weil dieser ihm unangenehm oder zu lang erscheint – würde die Qualität der Daten ebenfalls negativ beeinflussen.

Als Mittel der Qualitätskontrolle wird deshalb ein stichprobenartiges Mithören bestimmter Teile des Interviews durch einen Supervisor genutzt. Über dieses Vorgehen sind die Interviewer vor Beginn der Erhebung aufgeklärt worden. Eine Alternative zu einem solchen Vorgehen ist bisher nicht gefunden worden. Ein Verzicht auf eine solche Praxis würde das gesamte Instrument stark infrage stellen bzw. es wertlos machen. Ließe man die Interviewer hier auf sich selbst gestellt agieren, so gliche dies einem Blindflug, bei dem es unklar ist, wohin die Reise geht. Auch ein Bauunternehmer, der zum Beispiel Hilfskräfte für die Errichtung eines Hauses anstellt, ist dazu verpflichtet, diese zu kontrollieren und würde zur Verantwortung gezogen werden, wenn er gegen festgesetzte Regeln der Baukunst verstößt. Der Leiter eines Umfrageinstituts, der seinem Auftraggeber schlechte Daten liefert, müsste nun argumentieren, dass ihm eine entsprechende Qualitätskontrolle der Arbeit seiner Interviewer aufgrund des Fernmeldegeheimnisses untersagt sei. Hier besteht offenbar Diskussionsbedarf.

Den genannten standesrechtlichen Regeln der ADM folgend sollten unangemeldete Telefonkontakte zum Zweck einer Befragung nur in der Zeit zwischen 9.00 Uhr und 21.00 Uhr vorgenommen werden. Es ist einer kontaktierten Zielperson in diesem Zeitraum zuzumuten, einen Anruf entgegen zu nehmen und gegebenenfalls dem Anrufer eine Nichtteilnahme zu signalisieren. Auch ist es nach dem Standesrecht erlaubt, im Interesse der Qualitätskontrolle und der Einhaltung des Datenschutzes, spontan Interviews mitzuhören. Mit den in der Praxis trotzdem auftretenden Problemen befasst sich beispielsweise Wiegand (1998:19ff.).

Strikt per Gesetz verboten ist jedoch der Missbrauch wissenschaftlicher Erhebungen für kommerzielle Werbung. Dies gilt auch für eine Verbindung von marktwirtschaftlichen Befragungen mit Verkaufsbemühungen. Nicht erlaubt sind unerbetene Telefonanrufe zu

Werbezwecken gegenüber Privaten. Sie verstoßen grundsätzlich gegen das Verbot unlauteren Wettbewerbs (§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG), dies gilt jedoch nicht für die Marktforschung. Später wird noch zu diskutieren sein, inwieweit dieses Verbot eingehalten wird und welche Folgen aus einer Nichteinhaltung für die Sozial- und Verhaltensforschung erwachsen.

4. Ein Schwerpunkt: Wenn es zu Konflikten kommt: Diskussionen um den Datenschutz und der Datenschutz vor Gericht

Nachdem verschiedene Hinweise für ein datenschutzgerechtes Verhalten bei der Umsetzung des sozialwissenschaftlichen Forschungsprozesses gegeben wurden, sollen nun einige Dispute – ein Teil davon wurde vor dem Gericht geführt – mit dem Schwerpunkt Datenschutz vorgestellt werden.

4.1 Fall 1: Urteil zu einer unangemeldeten telefonischen Befragung

Geklagt hatte ein Hamburger Rechtsanwalt, der von einem Umfrageinstitut (Mitglied beim ADM) wiederholt angerufen und gebeten worden war, an einer Befragung zu einer Marktforschungsstudie zum Thema Philatelie teilzunehmen. Die Telefonnummer der Zielperson war nicht in einem Verzeichnis enthalten, sondern wurde durch ein Zufallsverfahren erzeugt. Die Zielperson, ein Rechtsanwalt, forderte das Erhebungsinstitut mit einer strafbewährten Unterlassungserklärung dazu auf, solche Anrufe künftig zu unterlassen und eine „beigefügte Kostennote zu begleichen.“ Das LG Hamburg - St. Georg lehnte diesen Antrag in seinem Urteil vom 27. Oktober 2005 jedoch ab. Interessant sind die angeführten Argumente für die Ablehnung.

In der Begründung des Urteils heißt es: „Eine Abwägung der kollidierenden Interessen ergibt, dass der Verfügungskläger die Anrufe der Beklagten als rechtmäßig hinnehmen musste.“ Das Telefon ist demnach vergleichbar mit einem Briefkasten. Wenn dieser benutzt wird, so besteht kein Grund zu der Befürchtung, für andere nicht erreichbar zu sein. Wer sich – so das Gericht weiter – einen Telefonanschluss zulegt, der bringt damit zum Ausdruck, auch über dieses Medium kommunizieren zu wollen. Auch die Tatsache, dass der Anrufende mit seinem Anruf gewerbliche Zwecke verfolgt, ist nicht verwerflich, im Gegenteil, auch die Tätigkeit eines Umfrageinstituts steht im Rahmen der Berufsfreiheit und damit unter dem Schutz der Verfassung.

Im ersten Schwerpunkt wurde noch relativ abstrakt ein Abwägen der Interessen gefordert. Ein solches Abwägen sollte darauf hinaus laufen, dass beide Seiten ihre Interessen möglichst weitgehend als gewahrt betrachten können. Das Gericht hat dies nun getan und entschieden,

dass es für eine Zielperson zumutbar ist, den Anruf eines Umfrageinstituts entgegen zu nehmen und gegebenenfalls zu erklären, nicht für eine Umfrage zur Verfügung zu stehen. Dafür veranschlagt das Gericht 15 bis 30 Sekunden.

Demgegenüber stand das dringende Interesse des Forschungsinstituts, das Instrument telefonische Befragungen bei Zufallsstichproben einzusetzen. Ein Verbot derartiger Anrufe hätte weit reichende Folgen für die Forschungs- und Berufsfreiheit gehabt.

4.2 *Fall 2: Urteil zur Speicherung in der Sperrdatei des ADM*

Der ADM führt für seine Mitgliedsinstitute eine Sperrdatei mit Telefonnummern von Personen, die es ausdrücklich *nicht* wünschen, zu Zwecken der Markt- und Sozialforschung angerufen zu werden. Diese Datei wird permanent aktualisiert. Vor dem Landgericht Frankfurt am Main forderte nun ein Kläger, dass seine Rufnummer aus diesem Verzeichnis entfernt werde, da er kein Einverständnis zu einer solchen Speicherung gegeben habe. Er wünschte jedoch auch keine Anrufe, bei denen er um eine Teilnahme an einer Befragung gebeten wird. Das Landgericht gab in diesem Fall dem Kläger in seinem Urteil vom 12. September 2007 Recht¹⁸. Welche Gründe können dafür angeführt werden?

Auch dieses – eventuell etwas überraschende – Urteil kann mithilfe der oben dargestellten Rechtslage gut begründet werden. Zentral ist dabei die Ansicht des Gerichts, dass es sich auch bei einer Telefonnummer um ein personenbezogenes Datum handelt. Nach der gültigen Rechtsauffassung ist die Speicherung und Weitergabe (an die Mitgliedsinstitute des ADM) personenbezogener Daten jedoch nur mit dem Einverständnis des Betroffenen erlaubt. Da dieses nicht vorlag, bekam der Kläger Recht zugesprochen. Bei Zuwiderhandlung wird dem Beklagten ein Ordnungsgeld von 3.000 Euro bzw. Haft angedroht.

4.3 *Der Verstoß gegen das Verbot telefonischer Werbung*

Werbeanrufe sind in der Bundesrepublik nach dem Gesetz zum Unlauteren Wettbewerb verboten (§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG). Doch wie sieht es damit in der Praxis aus? Halten sich die Unternehmen an das Gesetz? Wer ist schon ein Mal mit einem solchen Anruf konfrontiert gewesen? Was kann und sollte man unternehmen, um sich von eventuellen „schwarzen Schafen“ zu distanzieren? Dazu nun einige Überlegungen.

In den letzten Jahren hat die (in Deutschland seit 2004 gesetzlich verbotene) unerbetene Telefonwerbung offenbar stark zugenommen, wahrscheinlich weil es praktisch keinerlei

¹⁸ Das Urteil kann im Internet nachgelesen werden: http://www.adresshandel-und-recht.de/urteile/Landgericht-Frankfurt_am_Main-20070912.html, aufgerufen am 13. 3. 2009.

Sanktionen gibt:

„Allein im ersten Quartal 2006 hat die Gesellschaft für Konsumforschung 82,6 Millionen telefonische Werbekontakte gemessen. Die unerwünschten Anrufe sind nicht nur ein Ärgernis für Verbraucher – sie gefährden zunehmend auch die Arbeit seriöser Unternehmen. Oft ist sie als Markt- oder Sozialforschung getarnt: Der Anruf erfolgt unter dem Vorwand von Meinungsumfragen. Die Anrufer nutzen damit die Glaubwürdigkeit entsprechender Forschungsinstitute aus und verschaffen sich so Zugang zu wertvollen Verbraucherdaten. Hierdurch wird die Vertrauensbasis für wissenschaftliche Markt- und Sozialforschung untergraben. Das Resultat: Die Antwortbereitschaft der Angerufenen bei echten Meinungsumfragen sinkt seit Jahren kontinuierlich.“¹⁹

Zu Beginn solcher Werbeanrufe wird häufig eine Umfrage vorgetäuscht; erst im weiteren Verlauf des Gesprächs werden die Verkaufsabsichten deutlich. Solche Erfahrungen führen in der Bevölkerung zu einer sinkenden Bereitschaft, sich an telefonischen Befragungen zu beteiligen, denn sie verbreiten das Gefühl, einem „unkontrollierten Umsichgreifen“ von Telefonanrufen ausgesetzt zu sein. Tatsächlich wird aber jeder Erwachsene in Deutschland durchschnittlich nur *einmal in zehn Jahren* für eine Stichprobe eines Markt- und Sozialforschungsinstituts ausgewählt²⁰! Aufklärungs- und Imagekampagnen sind dringend notwendig, um in der Bevölkerung das Verständnis für die Bedeutung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung zu stärken und die Teilnahmebereitschaft an wissenschaftlichen Befragungen zu erhöhen.

Im Rahmen einer anderen telefonischen Befragung (vgl. Häder/Häder 2009) sind mithilfe einer offenen Abfrage bei den Zielpersonen Erkundigungen darüber eingeholt worden, welcher Art in der Vergangenheit gegebene telefonische Interviews über den Mobilfunk waren. (Dies fand freilich vor einem anderen Forschungshintergrund statt.)

Das Ergebnis ist ebenfalls sehr aufschlussreich: befragt wurden insgesamt 2.171 Personen. Davon gaben 341 an, bereits schon einmal über das Mobilfunkgerät für eine Befragung kontaktiert worden zu sein. Bei diesen Personen schloss sich eine offene Nachfrage an, worum es denn in dieser Befragung gegangen sei (vgl. Frage v13_1 in ebenda S. 277). 35 Personen (also 10 Prozent) antworteten hier, dass es sich um Dinge wie Werbung, Verkaufsgespräche, Lotteriespiele und ähnliches handelte.

Ohne nun mit Sicherheit sagen zu können, welchen Charakter diese Anrufe tatsächlich hatten, deutet sich doch hier ein ernstes Problem an. Die offenbar nicht all zu selten zu

¹⁹ vgl. <http://www.verbrauchernews.de/telefon/artikel/2006/09/0006/> aufgerufen am 30. November 2006.

²⁰ Basis für diese Aussage ist die Zahl der Telefoninterviews der im ADM - Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. – zusammengeschlossenen Institute. Sie repräsentieren rund 80% des Umsatzes der Markt- und Sozialforschung in Deutschland.

registrierende Nichteinhaltung des Gesetzes zum Unlauteren Wettbewerb schadet dem Ruf der Umfrageforschung und trägt zu den weiter steigenden Non-Responderaten bei.

Damit liegt hier ein sehr ernstes Problem vor. Abhilfe schaffen könnte eine gezielte Imagekampagne, die den Nutzen der empirischen Sozialforschung für die Gesellschaft klarer herausarbeitet. Auch sollte über ein Markenzeichen oder ein Gütesiegel für solide Erhebungen mit einem soliden Datenschutz nachgedacht werden, um wieder Vertrauen gegenüber den Umfrageinstituten zu schaffen. Schließlich sollte – als eine weitere vertrauensbildende Maßnahme – auf die Unterdrückung der Rufnummernanzeige verzichtet werden.

5. Zwei aktuelle Probleme

5.1 Videoüberwachungen im öffentlichen Raum

Eine wohlhabende Unternehmerin betrügt ihren Ehemann. Um Erpressungen aus dem Weg zu gehen, will sie bei den Treffen mit ihrem Liebhaber nicht ihren etwas auffälligen, stadtbekanntem neuen Sportwagen benutzen, sondern besser den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Sie stellt aber fest, dass dieser mittels Video überwacht wird. Wie ist hier nun die Rechtslage?

Auf folgende Aspekte ist zu verweisen: Der Staat nimmt offenbar auch hier eine Güterabwägung vor. Dabei sieht er seine durch die Videoüberwachung gewährleisteten Sicherheitsinteressen und den Schutz seiner Bürger als überragend wichtig an. Diesen Interessen wird das Primat gegenüber dem Schutz der individuellen Privatsphäre eingeräumt. Zugleich sollte aber auch Wert darauf gelegt werden, dass die betroffenen Personen im ÖPNV über die Videoüberwachung aufgeklärt werden, sie sich beispielsweise über die Löschfristen der Aufzeichnungen sowie über die Modalitäten von deren Nutzung informieren können.

5.2 Die Erhebung biometrischer Daten in einer sozialwissenschaftlichen Untersuchung

Die Frage nach dem Verhältnis zwischen Sozialem und Biologischem bei der Verhaltensdetermination wird von Sozialwissenschaftlern intensiv diskutiert. Mit den Fortschritten in der wissenschaftlichen Forschung ist es nun denkbar, bei den Zielpersonen nicht nur Informationen über soziale Sachverhalte (wie etwa ihre Wertehaltung, ihre politischen Präferenzen und die Einkommenszufriedenheit) einzuholen, sondern von ihnen auch biometrische Angaben (dazu zählen neben der Körpergröße, dem Gewicht und der Hand-Greifkraft z.B. auch Blutwerte und genetische Informationen aus der DNA) zu erbitten bzw. zu sammeln. Diese Idee wirft nun einen Koloss an ethischen und auch datenschutzrechtlich relevanten Fragen auf. Diese können an dieser Stelle nicht geklärt, zumal

auch unter Fachwissenschaftler dazu kein Konsens besteht, sollen aber zumindest angesprochen und diskutiert werden.

In den USA wird konkret für die Panelstudie zur Einkommensdynamik (PSID) ein Versuch unternommen werden, ‚Bio-Marker‘ zu erheben (vgl. Greely 2009). Weitere Versuche sind geplant. Informationen für den Gesundheitszustand gelten jedoch – nicht nur in den USA – als besonders sensibel. Die Fragestellung ist damit keine künstlich abstrakte, sondern vielmehr hoch aktuell. Was gilt es, bei Projekten dieser Art zu beachten? Ist damit ein solches Forschungsbegehren überhaupt ethisch vertretbar?

Die Zielpersonen halten es für wenig(er) problematisch, wenn sich Forscher darum kümmern, welche Partei sie z.B. wählen und wann sie geboren wurden. Jedoch existieren deutliche Vorbehalte dagegen, über Aspekte wie die eigene DNA, über Blutdruckwerte, Blutzucker- oder sogar über den HIV-Status an andere Auskunft zu geben. Letzteres vor allem deshalb, weil viele Menschen nicht über ausreichend Wissen zu diesen Sachverhalten verfügen und damit befürchten (müssen), die Kontrolle über solche Erhebungen zu verlieren. Es entstehen also potentiell enorme Kosten bei einem zugleich noch unklaren Nutzen solcher Forschungen (Greely 2009:5). Negative Folgen für die Response-Rate liegen nahe.

Aus rechtlicher Sicht gibt es zunächst keinen Unterschied zwischen der Sammlung sozialer und biologischer Daten. Allerdings verdienen es die biometrischen Daten, ähnlich wie etwa die Gesundheitsdaten, Daten über rassische oder ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse Überzeugungen und Angaben zum Sexualverhalten (vgl. Metschke/Wellbrock 2000:9 und 14) noch stärker geschützt zu werden als andere. Solche Datensätze können beispielsweise nicht über das Internet verteilt werden. Auch gilt es, besondere Maßnahmen zu ergreifen, um sie vor Verlust zu schützen. Der Zugang zu den Daten ist zumeist über ein Passwort gesichert. Dies erscheint hier für einen wirksamen Schutz allein jedoch nicht ausreichend zu sein. Hinzu kommt bei Panel-Studien – wie bereits mehrfach dargelegt – die prinzipiell größere Gefahr einer Re-Identifikation.

Kontrovers diskutierte Punkte sind nach Greely (2009:11ff.):

- Die Kontrolle über die Nutzung der Daten durch die Zielpersonen. Es ist faktisch nicht möglich, den Betroffenen vorab mitzuteilen, zu welchen verschiedenen Zwecken ihre Daten einmal benutzt werden. Damit ist eine nur geringe Teilnahmebereitschaft zu erwarten und der Wert solcher Studien ohnehin bereits deutlich gemindert.
- Das Recht der Betroffenen, von der (Panel-)Studie auch im Nachhinein zurückzutreten, gilt es zu gewährleisten. Man kann die Daten einer Person zwar aus dem Datensatz entfernen, jedoch nicht aus bereits vorliegenden Publikationen.

- Die Sicherung der Privatsphäre der Teilnehmer. Das betrifft: Erstens, den physischen Schutz der Erhebungsdaten durch gezielte Zugangskontrollen, aber auch einen Schutz vor Diebstahl und ähnlichem. Dies geschieht zwar, man kann jedoch den Zielpersonen keinen absoluten Schutz garantieren. Zweitens, die Notwendigkeit des Schutzes der Identität der Zielperson ist bei biometrischen Daten besonders groß.
- Die Information der Zielpersonen über bei ihr festgestellte (gesundheitliche) Risiken muss entsprechend geregelt werden. Gibt es eine ärztliche Pflicht, die betroffene Person z.B. über festgestellte Erbkrankheiten oder über ähnliche Dinge aufzuklären? Soll nur über Risiken informiert werden, gegen die die Zielperson etwas tun kann, oder über alle entdeckten Gefahren? Wie ist die Situation, wenn Fehler im Erbgut (d.h. mögliche Risiken für Kinder) entdeckt werden? Verstorbene haben der US-amerikanischen Rechtsauffassung folgend keine Rechte (vgl. Greely 2009) aber wie sieht es aus, wenn man in deren Erbgut Probleme entdeckt, die für deren Nachkommen Relevanz besitzen? Die amerikanische Rechtsprechung ist an dieser Stelle widersprüchlich.
- Besondere ethische und datenschutzrechtliche Aspekte erwachsen bei der Einbeziehung von Kindern (Zustimmung der Eltern) und von Familien (Was passiert, wenn ein Vater nicht der leibliche Vater ist? Was passiert, wenn bei einem Familienmitglied eine sexuell übertragbare Krankheit festgestellt wird? Wie steht es hier um die Rechte einer verstorbenen Person?).
- Der Vorgang des informierten Einverständnisses erfordert, dass der Zielperson verständlich erklärt wird, was die Forschung vorhat. Dies dürfte bei biometrischen Messungen jedoch besonders schwer fallen.

Freilich sind einige der hier aufgeführten Probleme bereits durch eine bindende Selbstbeschränkungen der Forscher lösbar. So kann ausgeschlossen werden, dass in den Daten überhaupt nach Krankheiten und deren Ursachen gesucht wird, wenn es z.B. in der entsprechenden Studie lediglich darum geht, die genetischen Grundlagen von Risikoverhalten im Alltag zu klären.

6. Zusammenfassung

Sozialwissenschaftler und sozialwissenschaftlich arbeitende Forscher anderer Disziplinen werden bei zahlreichen Gelegenheiten im Rahmen ihrer Arbeit mit Problemen des Datenschutzes konfrontiert. Einige davon sind bereits – mehr oder weniger – eindeutig

gesetzlich bzw. durch Gerichtsbeschlüsse geregelt. Für andere werden im Rahmen von Standesregeln (vgl. z.B. die Erklärung des ADM zum Datenschutz in Abbildung 1 oder die Regeln zum Vorgehen bei der Befragung Jugendlicher) konkrete Hinweise gegeben. Es empfiehlt sich natürlich, solchen Regeln zu folgen.

Darüber hinaus kommt es aber auch zu Situationen, für die (noch) keine solchen Normen vorliegen (vgl. z.B. die Erhebung biometrischer Daten im Rahmen von Bevölkerungsumfragen). In diesem Fall ist eine besondere Verantwortung der betreffenden Forscher erforderlich. Ausgerüstet mit den Kenntnissen über die geltenden Regeln – wie sie hier kurz vorgestellt worden sind – sollten dazu die entsprechenden Standpunkte erarbeitet und diskutiert werden.

Literatur:

- Albers, Ines (1997): Einwohnermelderegister-Stichproben in der Praxis. Ein Erfahrungsbericht. In: Gabler, Siegfried / Hoffmeyer-Zlotnik, Jürgen H.P. (Hrsg.): Stichproben in der Umfragepraxis. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 117-126.
- Amelung, Knut (2002): Der frühe Luhmann und das Gesellschaftsbild bundesrepublikanischer Juristen. Ein Beitrag zur deutschen Rechtsgeschichte im 20. Jahrhundert. In: Prittwitz, Cornelius/ Baurmann, Michael/ Günther, Klaus/ Kühlen, Lothar/ Merkel, Reinhard/ Nestler, Cornelius/ Schulz, Lorenz (Hrsg.): Festschrift für Klaus Lüderssen. Zum 70. Geburtstag am 2. Mai 2002. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 7-16.
- Amelung, Knut (2003): Sein und Schein bei der Notwehr gegen die Drohung mit einer Scheinwaffe. In: Jura, Heft 2, S. 91-97.
- Armstrong, J.S. (1975): Monetary Incentives in Mail Surveys. In: Public Opinion Quarterly 39, S. 111-116.
- Arzheimer, K/ Klein, M. (1998): Die Wirkung materieller Incentives auf den Rücklauf einer schriftlichen Befragung. In: ZA-Information 43: S. 6-31.
- Becker, Rolf/ Imhof, Regula/ Mehlkop, Guido (2007): Die Wirkung monetärer Anreize auf den Rücklauf bei einer postalischen Befragung und die Antworten auf Fragen zur Delinquenz. Empirische Befunde eines Methodenexperiments. In: Methoden Daten Analysen mda (1), Heft 2, S. 131-159.
- Benda, Ernst (1981): Meinungsforschung und repräsentative Demokratie, in: Baier, Horst/ Kepplinger, Hans Mathias/ Reumann, Kurt (Hrsg.): Öffentliche Meinung und sozialer Wandel. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 96-104.
- Berger, F. (2006): Zur Wirkung unterschiedlicher materieller Incentives in postalischen Befragungen. Ein Literaturbericht. In: ZUMA-Nachrichten 58: S. 81-100.
- Bizer, Johannes (1992): Forschungsfreiheit und informationelle Selbstbestimmung, Nomos Verlagsgesellschaft.
- Bizer, Johannes: (1999): Der Datentreuhänder, Lösungsmodell für den Datenzugang der Forschung, Datenschutz und Datensicherheit.
- Borg, Ingwer (2002): Mitarbeiterbefragungen – kompakt. Hogrefe Verlag für Psychologie: Göttingen.
- Church, A.H. (1993): Estimating the Effect of Incentives on Mail Survey Response Rates: A Meta-Analysis. Public Opinion Quarterly 57: 62-79.
- Crespi, I. (1989): Public opinion polls and democracy. Boulder, CO: Westview. S. 287-304.
- Darven, M./ Rockwood, T.H./ Sherrod, R./ Campbell, S. (2003): Prepaid Monetary Incentives and Data Quality in Face-to-face Interviews. Data from the 1996 Survey of Income and Programm Participation Incentive Experiment. In: Public Opinion Quarterly 67: S. 139-147.
- Decker, Frank (2001): Politische Meinungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland: eine Bilanz nach fünfzig Jahren. In: Zeitschrift für Politikwissenschaft: Heft 1, Jg. 11, S. 31-69.
- Diekmann, Andreas/ Jann, B. (2001): Anreizformen und Ausschöpfungsquoten bei postalischen Befragungen. Eine Prüfung der Reziprozitätshypothese. In: ZUMA-Nachrichten 48: S. 19-27.
- Dillman, Don A. (1983): Mail and other self-administered questionnaires. In: Rossi, Peter H./ Wright, James D./ Anderson, Andy B. (Hrsg.): Handbook of survey research. New York: Academic Press, S. 359-376.
- Dillman, Don A. (2000): Mail and Internet Surveys. The Tailored Design Method, New York: Wiley.
- Dorroch, H. (1994): Meinungsmacher-Report. Wie Umfrageergebnisse entstehen, Göttingen: Steidl.
- Fishkin, James S. (1995): The Voice of the People. Public Opinion and Democracy, New Haven: Yale University Press.
- Gabler, Siegfried/ Häder, Sabine (1999): Erfahrungen beim Aufbau eines Auswahlrahmens für Telefonstichproben in Deutschland. In: ZUMA-Nachrichten Heft 44, S. 45-61.
- Gabler, Siegfried/ Häder, Sabine/ Hoffmeyer-Zlotnik, Jürgen H.P. (Hrsg.) (1998): Telefonstichproben in Deutschland. Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen.
- Gabler, Siegfried/ Häder, Sabine (Hrsg.) (2002): Telefonstichproben. Methodische Innovationen und Anwendungen in Deutschland. Münster u.a.: Waxmann Verlag.
- Gallus, Alexander (2005): Umfragen und Politik, In: Politik im Netz, Heft 32, Jg. 6, o.A.
- Glemser, Axel (2002): ADM-Telefonstichproben in der Praxis. In: Gabler, Siegfried/ Häder, Sabine (Hrsg.) (2002): Telefonstichproben. Methodische Innovationen und Anwendungen in Deutschland. Münster: Waxmann Verlag, S. 32-45.
- Greely, Henry T. (2009): Collecting Biomeasures in the PSID: Ethical and Legal Concerns.
- Häder, Michael (2006): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. VS Verlag Wiesbaden.
- Häder, Michael/ Häder, Sabine (2009): Telefonische Befragungen über das Mobilfunknetz. Konzept, Design und Umsetzung einer Strategie zur Datenerhebung. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Häder, Sabine/ Glemser, Axel (2004): Stichprobenziehung für Telefonumfragen in Deutschland. In: Diekmann, Andreas (Hrsg.): Methoden der Sozialforschung, Sonderheft 44 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie.
- Hartmann, Petra (1995): Response Behavior in Interview Settings of Limited Privacy. In: International Journal of Public Opinion Research (8) Heft 4, S. 383-390.
- Heckel, Christiane (2002): Erstellung der ADM-Telefonauswahlgrundlage. In: Gabler, Siegfried/ Häder, Sabine (Hrsg.) (2002): Telefonstichproben. Methodische Innovationen und Anwendungen in Deutschland. Münster: Waxmann Verlag, S. 11-31.
- Hopf, Christel. (2000): Forschungsethik und qualitative Forschung. In: Flick, U. et al. (Hrsg.): Qualitative Forschung, S. 589-599.
- Hüfken, V. (Hrsg.)(2000): Methoden in Telefonumfragen. 224 Seiten. . Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen.
- Kaase, Max (1986) unter Mitwirkung von Robert Schweizer und Erwin K. Scheuch: Stellungnahme zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes, in: ZUMA-Nachrichten Heft 18, S. 3-20.
- Kaase, Max (1999) (Hrsg.): Qualitätskriterien der Umfrageforschung: Denkschrift. Berlin: Akademie-Verlag.
- Kaase, Max/ Pfetsch, Barbara (2000): Umfrageforschung und Demokratie. Analysen zu einem schwierigen Verhältnis, in: Klingemann, Hans-Dieter/ Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Zur Zukunft der Demokratie. Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung, Berlin: edition sigma, S. 153-182.

- Koch, Achim (1995): Gefälschte Interviews: Ergebnisse der Interviewerkontrolle beim ALLBUS 1994. In: ZUMA-Nachrichten Heft 36, S. 89-105.
- Koch, Achim (2002): 20 Jahre Feldarbeit im ALLBUS: Ein Blick in die Blackbox. In: ZUMA-Nachrichten Heft 51, S. 9-37.
- Kluge, S./ Opitz, D. (2000). Die computergestützte Archivierung qualitativer Interviewdaten mit dem Datenbanksystem "QBiQ". In: FQS 1 (3), verfügbar über: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-00/3-00klugeopitz-d.htm>
- Krausch, Stefanie (2005): Interviewerverzerrungen: Effekte auf die Antworten in Telefonbefragungen unter besonderer Berücksichtigung der Einstellung des Interviewers. Diplomarbeit. Institut für Soziologie. TU Dresden.
- Lunsford, Andrea A./ Ruskiewicz, John J. (2000): The Presence of Others. Boston New York: Bedford St. Martin's.
- Mehlkop, Guido/ Becker, Rolf (2007): Zur Wirkung monetärer Anreize in postalischen Befragungen zu kriminellen Handlungen. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde eines Methodenexperiments. In: Methoden Daten Analysen mda 1, Heft 1, S. 5-24.
- Metschke, Rainer/ Wellbrock, Rita (2002): Datenschutz in Wissenschaft und Forschung. Materialien zum Datenschutz Nr. 28, verfügbar unter: http://www.datenschutz-berlin.de/infomat/heft28/dswi_f_c.htm
- Neeff, Joachim (1971): Demokratie und Demoskopie. In: Juristenzeitung, 26, S. 16-18.
- Pätzold, Henning (2005): Sekundäranalyse von Audiodaten. Technische Verfahren zur faktischen Anonymisierung und Verfremdung. In: FQS 6 (1), verfügbar über: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-05/05-1-24-d.htm>
- Popper, Karl R. (1971): Logik der Forschung. Tübingen: Mohr.
- Rässler, Sabine/ Kiesel, H. (2006): Zur Erfassung der Arbeitslosigkeit: aktuelle Problemstellungen im Rahmen der Statistiken nach dem ILO- und dem SGB-Konzept. In: Brachinger, H./ Hamerle, A./ Münnich, Ralf und Schweitzer, W. (Hrsg.): Wirtschaftsstatistik. Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Dr. h.c. mult. Eberhard Schaich. München: Vahlen, S. 227-246.
- Reeh, Klaus (2000): Einige europapolitische Überlegungen zur Weiterentwicklung der Dateninfrastruktur für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Expertise für den Rat für Wirtschafts- und Sozialdaten. Erhältlich unter http://www.ratswd.de/download/workingpapers2009/54_09_dt.pdf aufgerufen am 27.05.2009
- Reuband, Karl-Heinz (1992): On Third Persons in the Interview Situation and Their Impact on Responses. In: International Journal of Public Opinion Research (4) Heft 3, S. 269-274.
- Rosenthal, G. (2005): Interpretative Sozialforschung. Eine Einführung, Weinheim/München.
- Rossmagel, Alexander/ Scholz, Philip (2000): Datenschutz durch Anonymität und Pseudonymität, MultiMedia und Recht. S. 721-731.
- Scheuch, Erwin K. (o.J.): Forschung. Anspruch und Ansprüche. Erhältlich unter <http://www.bvm.org/user/dokumente/kongress/scheuch.pdf> aufgerufen am 26.05.2009.
- Schneekloth, Ulrich/ Leven, Ingo (2003): Woran bemisst sich eine "gute" allgemeine Bevölkerungsumfrage? Analysen zu Ausmaß, Bedeutung und zu den Hintergründen von Nonresponse in zufallsbasierten Stichprobenerhebungen am Beispiel des ALLBUS. In: ZUMA Nachrichten 53.
- Simitis, Spiros (2006) (Hrsg.): Kommentar zum Bundesdatenschutzgesetz. Nomos Verlagsgesellschaft: Baden-Baden.
- Verba, Sidney (1996): The Citizen as Respondent: Sample Surveys and American Democracy. In: American Political Science Review 90, S. 1-7.
- Verband Schweizer Marketing- und Sozialforscher (SMS) (2004): Branchenstatistik 2004.
- Von der Heyde, Christian (2002): Das ADM-Telefonstichprobenmodell. In: Gabler, Siegfried/ Häder, Sabine (Hrsg.) (2002): Telefonstichproben. Methodische Innovationen und Anwendungen in Deutschland. Münster: Waxmann Verlag, S. 32-45.
- Wagner, Gert G. (1999): Wissenschaft schützt die Öffentlichkeit vor schlechten statistischen Ergebnissen - "Forschungsgeheimnis" würde Re-Analysen erleichtern, in: Datenschutz und Datensicherheit (DuD) - Recht und Sicherheit in Informationsverarbeitung und Information, 23. Jg, Heft 7, S. 377-383.
- Wiegand, Erich (1998): Telefonische Befragungen: Datenschutz und Ethik. In: Gabler, Siegfried/ Häder, Sabine/ Hoffmeyer-Zlotnik, Jürgen H.P. (Hrsg.): Telefonstichproben in Deutschland, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 19-29.
- Wirth, Heike (1992): Die faktische Anonymität von Mikrodaten: Ergebnisse und Konsequenzen eines Forschungsprojekts. In: ZUMA-Nachrichten Heft 30, S. 7-65.
- Yammarino, F.J./ Skinner, S.J./ Childers, T.L. (1991): Understanding Mail Survey Response Behavior. In: Public Opinion Quarterly 55: S. 613-639.