International Chamber of Commerce

esomar

zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung und Datenanalytik

Die Originalsprache dieses Dokuments ist Englisch. Im Falle von Streitigkeiten, Unklarheiten oder Widersprüchen ist der englische Text maßgebend und hat Vorrang.

Die Internationale Handelskammer (International Chamber of Commerce – ICC) ist die institutionelle Vertretung von mehr als 45 Millionen Unternehmen in über 170 Ländern.

Die Kernaufgabe der ICC ist es, eine funktionierende Geschäftstätigkeit für alle, jeden Tag und jederzeit zu ermöglichen.

Durch eine einzigartige Kombination aus Interessenvertretung, Problemlösungen und dem Setzen von Standards fördern wir den internationalen Handel, verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln und einen globalen Regulierungsansatz und bieten darüber hinaus marktführende Dienstleistungen zur Beilegung von Streitigkeiten an.

Zu unseren Mitgliedern zählen viele der weltweit führenden Unternehmen, KMUs, Wirtschaftsverbände und lokale Handelskammern.

Esomar ist eine weltweite, gemeinnützige Mitgliederorganisation, die sich für die Stärkung und Vernetzung der Forschungs-, Insights- und Analytics-Community einsetzt.

Seit 1947 unterstützt Esomar Fachleute und Unternehmen dabei, ihr Potenzial auf globaler und lokaler Ebene auszuschöpfen, indem es Verbindungen, Zusammenarbeit, Wachstum und Wissen fördert. Heute vertritt Esomar 50.000+ Einzelpersonen und 750+ Unternehmen in über 130 Ländern und stellt Verbindungen zwischen ihnen her.

Die Programme, Initiativen, Berichte und Veranstaltungen von Esomar fördern Bildung, Best Practices, ethische Standards, Networking und die Interessenvertretung der Industrie.

ICC/Esomar Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung und Datenanalytik Copyright © 2025

© Internationale Handelskammer (ICC)/Esomar, 2025

ICC/Esomar besitzt alle Urheberrechte und sonstigen Rechte des geistigen Eigentums an diesem gemeinsamen Werk und fördert deren Vervielfältigung und Verbreitung unter folgenden Bedingungen: ICC/Esomar muss als Quelle und Urheberrechtsinhaber unter Angabe des Titels des Dokuments genannt werden.

Für jede Änderung, Anpassung oder Übersetzung, für jede kommerzielle Nutzung und für jede Nutzung, die impliziert, dass eine andere Organisation oder Person als Quelle des Werks angegeben wird oder mit diesem in Verbindung gebracht wird, muss eine schriftliche Genehmigung eingeholt werden.

Die Genehmigung kann bei ICC unter ipmanagement@iccwbo.org oder bei Esomar unter professional.standards@Esomar.org eingeholt werden.

Diese Übersetzung wurde mit Hilfe von KI und unter menschlicher Aufsicht von Bettina Klumpe vom ADM e.V., Dr. Otto Hellwig von der DGOF e.V. und Hartmut Scheffler, Ex-Vorstand ADM e.V., ermöglicht.

Alle ICC-Codes und -Richtlinien sind unter www.iccwbo.org verfügbar.

Alle Esomar-Kodizes und -Richtlinien sind unter www.Esomar.org verfügbar.

Stand: Juli 2025

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 4

Der Kodex und diese Überarbeitung 4

Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie Datenanalytik 4

Verantwortung für den Kodex und dessen Auslegung 5

Begriffsbestimmungen 6

Grundlegende Prinzipien 9

Artikel 11

Pflichten gegenüber Betroffenen 12

Artikel 1 Sorgfaltspflicht 12

Artikel 2 Kinder, Jugendliche und andere schutzbedürftige Personen 12

Artikel 3 Datenminimierung 13

Artikel 4 Primärdatenerhebung 13

Artikel 5 Nutzung von Sekundärdaten 14

Artikel 6 Datenschutz und Schutz der Privatsphäre 14

Pflichten gegenüber Kunden 15

Artikel 7 Fit for Purpose 15

Artikel 8 Transparenz, Vertraulichkeit und Verantwortung 16

Pflichten gegenüber der Öffentlichkeit 17

Artikel 9 Veröffentlichung von Ergebnissen 17

Pflichten gegenüber dem Berufsstand der Markt- und Sozialforschung 18

Artikel 10 Pflichten gegenüber dem Berufsstand 18

Artikel 11 Gesetzliche Pflichten 18

Artikel 12 Anwendung 19

Artikel 13 Implementierung 19

Einleitung

Der Internationale Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung und Datenanalytik von ICC/Esomar (im Folgenden als „der/dieser Kodex“ bezeichnet) soll sicherstellen, dass Nutzer und Auftraggeber von Forschungsarbeiten sowie die breite Öffentlichkeit Vertrauen in die Art und Weise haben, wie Forschungsdaten erhoben und Schlussfolgerungen gezogen werden. Angesichts von Fehlinformationen und Desinformation sowie einer sich rasch wandelnden digitalen Umgebung ist das Vertrauen aller Beteiligten in die Forschung wichtiger denn je.

Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie Datenanalytik unterliegen einem ständigen dynamischen Wandel, der durch soziale Medien, künstliche Intelligenz (KI), einschließlich synthetischer Daten, und andere neue Technologien vorangetrieben wird. Die Fragmentierung des Forschungsprozesses verändert die Art und Weise, wie wir Daten sammeln, aufbereiten, analysieren und interpretieren. An einem typischen Forschungsprojekt können viele Akteure beteiligt sein. Kunde kann sowohl die Person oder Organisation sein, die die Forschung ganz oder teilweise in Auftrag gibt, als auch diejenige, die sie selbst durchführt. Diese Entwicklungen und die Bedeutung der Kontrollaufsicht machen es wichtiger denn je, festzulegen, wer das Forschungsprogramm in Auftrag gibt, wer zu der Arbeit beiträgt und welche Verantwortlichkeiten und Rechenschaftspflichten jeder Einzelne in Bezug auf die Einhaltung dieses Kodex hat.

Der Kodex und diese Überarbeitung

Der Kodex, der von über 60 Verbänden in mehr als 50 Ländern anerkannt wird, wurde vor über 70 Jahren ins Leben gerufen und seit 1977 in Zusammenarbeit mit der Internationalen Handelskammer (ICC) weiterentwickelt. Durch die Übernahme seitens der ICC, die über 45 Millionen Mitglieder in mehr als 170 Ländern vertritt, gewinnt der Kodex erheblich an Bedeutung. Er wurde mehrfach überarbeitet, um seine Relevanz zu gewährleisten, zuletzt im Jahr 2016. Diese Überarbeitung des Kodex für 2025 soll sicherstellen, dass der Kodex aktuell und zweckmäßig bleibt, indem er weiterhin die Forschung in ihrer globalen Verantwortung durch die Förderung hoher ethischer Standards und die Stärkung des öffentlichen Vertrauens weltweit unterstützt. Diese Überarbeitung ist von großer Bedeutung und betont ethisches Verhalten, Verantwortlichkeit, Transparenz und die Notwendigkeit menschlicher Kontrolle.

Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie Datenanalytik

Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie Datenanalytik zielen darauf ab, objektive, faktenbasierte Informationen und Erkenntnisse zu den Einstellungen, Bedürfnissen und Verhaltensweisen von Menschen zu liefern, um Unternehmen, politische Entscheidungsträger und sonstige Entscheidungsträger bei der Wahl der bestmöglichen Entscheidung zu unterstützen. Im Einklang mit dem Bekenntnis der Forschungsindustrie zu einer wirksamen Selbstregulierung legt dieser Kodex den Schwerpunkt auf den Schutz der Privatsphäre, die Erfüllung unserer Sorgfaltspflicht, die Förderung der beruflichen Verantwortung und die Einhaltung der Gesetze.

Verantwortung für den Kodex und dessen Auslegung

Dieser Kodex ist als umfassende Sammlung grundlegender Prinzipien und Artikel zur Selbstregulierung im Bereich der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie der Datenanalytik konzipiert. Er legt Standards fest, um das Vertrauen der Öffentlichkeit zu wahren, die Einhaltung lokaler und internationaler Gesetze zu gewährleisten und bewährte Industriepraktiken aufrechtzuerhalten. Von Forschern und Analysten – unabhängig davon, ob sie traditionelle Methoden oder neue Technologien einsetzen – wird erwartet, dass sie ihren ethischen, beruflichen und rechtlichen Pflichten gegenüber den Forschungsteilnehmern, Kunden und der Öffentlichkeit nachkommen. Der Kodex bekräftigt auch das Recht der Forscher auf Informationsbeschaffung und -weitergabe, wie es in Artikel 19 des Internationalen Pakts über bürgerliche und politische Rechte der Vereinten Nationen verankert ist.

Der Kodex gilt für alle Personen, die in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie Datenanalytik tätig sind, sowohl qualitativ als auch quantitativ und einschließlich der Nutzer von Self-Service Plattformen. Die Forscher müssen den Kodex entsprechend ihrer Rolle und ihrer Einflussmöglichkeiten befolgen. In diesem Zusammenhang erlegt der überarbeitete Kodex dem Kunden/ Auftraggeber der Forschung die zusätzliche Verantwortung auf, sicherzustellen, dass alle von ihm beauftragten Auftragnehmer den Kodex kennen und vollständig einhalten.

Dieser Kodex ist verbindlich für alle Esomar-Mitglieder und für Mitglieder anderer Forschungsverbände und Selbstregulierungsgremien, die ihn übernehmen und umsetzen, sowie für alle Personen, die an irgendeinem Teil des Forschungsprozesses beteiligt oder damit befasst sind.

Der Kodex sollte sowohl seinem Geist als auch seinem Wortlaut entsprechend angewendet werden. Er muss zusammen mit anderen relevanten Kodizes, Leitlinien, Grundsätzen und Rahmenauslegungen von ICC und Esomar angewendet werden, die den Kontext für seine Anwendung bei bestimmten Forschungsmethoden und -praktiken bilden. Diese und andere ähnliche Dokumente sind unter www.iccwbo.org und www.Esomar.org verfügbar.

Die Grundprinzipien fassen die Hauptthemen des Kodex zusammen.

Die Überschriften der Artikel sind Teil des Kodex und sollten als solche verstanden werden.

esomar

Begriffsbestimmungen

Für die Zwecke dieses Kodex haben die folgenden Begriffe diese spezifische Bedeutung:

Betroffene bezeichnet jede natürliche Person, deren Daten in der Forschung verwendet werden (in einigen Fällen kann Betroffene auch ein Unternehmen oder eine Organisation sein).

Datenanalytik bezeichnet den Prozess der Integration und/oder analytischen Nutzung von Datensätzen, um verborgene Muster, unbekannte Zusammenhänge, Trends, Präferenzen und andere nützliche Informationen zu Forschungszwecken zu erkennen.

Datenschutzerklärung ist die veröffentlichte Zusammenfassung der Datenschutzpraktiken einer Organisation oder eines einzelnen Betreibers, in der beschrieben wird, warum und wie die Organisation oder der Betreiber personenbezogene Daten eines Betroffenen erhebt, nutzt, zugänglich macht und verwaltet.

Einwilligung bezeichnet die auf Basis klarer Informationen gegebene freiwillige, spezifische und informierte Zustimmung einer Person zur Erhebung, Verarbeitung und jeglicher Nutzung ihrer personenbezogenen Daten.

Forschung, die alle Formen der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung umfasst, einschließlich der für Forschungszwecke angewandten Datenanalytik, bezeichnet die systematische Sammlung, Analyse und Interpretation von Informationen über Personen und Organisationen. Dabei werden statistische und/oder analytische Methoden und Techniken der angewandten Sozial-, Verhaltens-, Daten- und anderer Wissenschaften eingesetzt, um Erkenntnisse zu gewinnen und die Entscheidungsfindung von Anbietern von Gütern und Dienstleistungen, Regierungen, gemeinnützigen Organisationen und der breiten Öffentlichkeit zu unterstützen.

Forscher bezeichnet jede Person oder Organisation, die ein Forschungsprojekt ganz oder teilweise durchführt.

Forschungsfremde Tätigkeiten sind direkte Maßnahmen gegenüber einer Person, deren personenbezogene Daten mit der Absicht erhoben oder analysiert wurden, die Einstellungen, Meinungen oder das Verhalten dieser Person zu ändern.

Individuum/Person bezeichnet einen Menschen, um ihn von einer synthetischen, virtuell/digital erstellten Persona oder Dateneinheit/Entity zu unterscheiden.

Jugendlicher ist ein Heranwachsender im Alter von 13 bis 17 Jahren [1].

Kind bezeichnet eine Person im Alter von 12 Jahren und jünger [2]. Siehe auch “Jugendliche”.

Kunde bezeichnet jede Person oder Organisation, Abteilung oder Unterabteilung – intern oder extern –, die ein Forschungsprojekt ganz oder zum Teil nachfragt, beauftragt oder bezieht.

1 Anwendbares Recht, das zu beachten ist, kann den Begriff „Jugendlicher“ anders definieren.
2 Anwendbares Recht, das zu beachten ist, kann den Begriff „Kind“ anders definieren.

Künstliche Intelligenz (KI) umfasst eine Reihe von Technologien, die entwickelt wurden, um menschliche Intelligenz und Problemlösungsfähigkeiten zu simulieren.[3]

Passive Datenerhebung bezeichnet die Erhebung personenbezogener Daten durch Beobachtung, Messung oder Aufzeichnung der Handlungen oder des Verhaltens einer Person.

Personenbezogene Daten sind alle Informationen, die sich auf eine natürliche Person (Betroffenen) beziehen und direkt [4] oder indirekt identifiziert [5] werden können.

Primärdaten sind Daten, die von einem Forscher direkt von einer oder über eine Person zum Zweck der Forschung erhoben werden.

Schaden bezeichnet einen konkreten oder materiellen Schaden (z. B. gesundheitliche Beeinträchtigung oder finanzieller Verlust), einen psychischen oder moralischen Schaden, einen immateriellen Schaden (z. B. Rufschädigung oder Vertrauensverlust) oder einen unverhältnismässigen Eingriff in die Privatsphäre.

Sekundärdaten sind Daten, die für einen anderen Zweck erhoben wurden und anschließend für die Forschung genutzt werden.

Synthetische Daten sind Informationen, die generiert wurden, um die Eigenschaften realer Daten nachzubilden.

Synthetische Persona bezeichnet eine digitale Darstellung einer Person, die erstellt wurde, um das Verhalten, die Präferenzen und Eigenschaften realer Personen oder Gruppen nachzuahmen.

3 Diese Definition wurde aufgenommen, da sie im spezifischen Forschungskontext als wesentlich erachtet wurde. Die Definition ist bewusst weit gefasst und nicht-technisch, um sicherzustellen, dass der Kodex alle aktuellen und zukünftigen KI-Anwendungen abdeckt. Sie lässt etwaige Selbstregulierungsdokumente, die nicht auf diesem Kodex basieren, unberührt.

4 Beispiele für direkte Identifikatoren sind Name, genauer geografischer Ort, Telefonnummer, Bild, Ton- oder Videoaufnahme.

5 Indirekte Identifikatoren sind solche, die in Kombination verwendet werden können, um die betroffene Person zu identifizieren. Beispiele für indirekte Identifikatoren sind solche mit Bezügen zu den physischen, physiologischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Merkmalen einer Person. Anwendbares Recht, das zu beachten ist, kann die indirekte Identifizierbarkeit unterschiedlich definieren. In einigen Rechtsordnungen gelten Daten auch dann als personenbezogene Daten, wenn der Dateninhaber die betroffene Person nicht identifizieren kann. In anderen Rechtsordnungen gelten Daten nur dann als personenbezogene Daten, wenn die betroffene Person auf rechtmäßigem Wege reidentifiziert werden kann.

esomar

Grundlegende Prinzipien

Dieser Kodex basiert auf fünf Grundprinzipien, die die Rolle und Bedeutung von Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie Datenanalytik im aktuellen Umfeld umfassen. Sie sollen der Auslegung und Anwendung der Artikel des Kodex als Grundlage dienen. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften bildet zwar die Grundlage, doch der Kodex folgt auch ethischen Standards, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen.

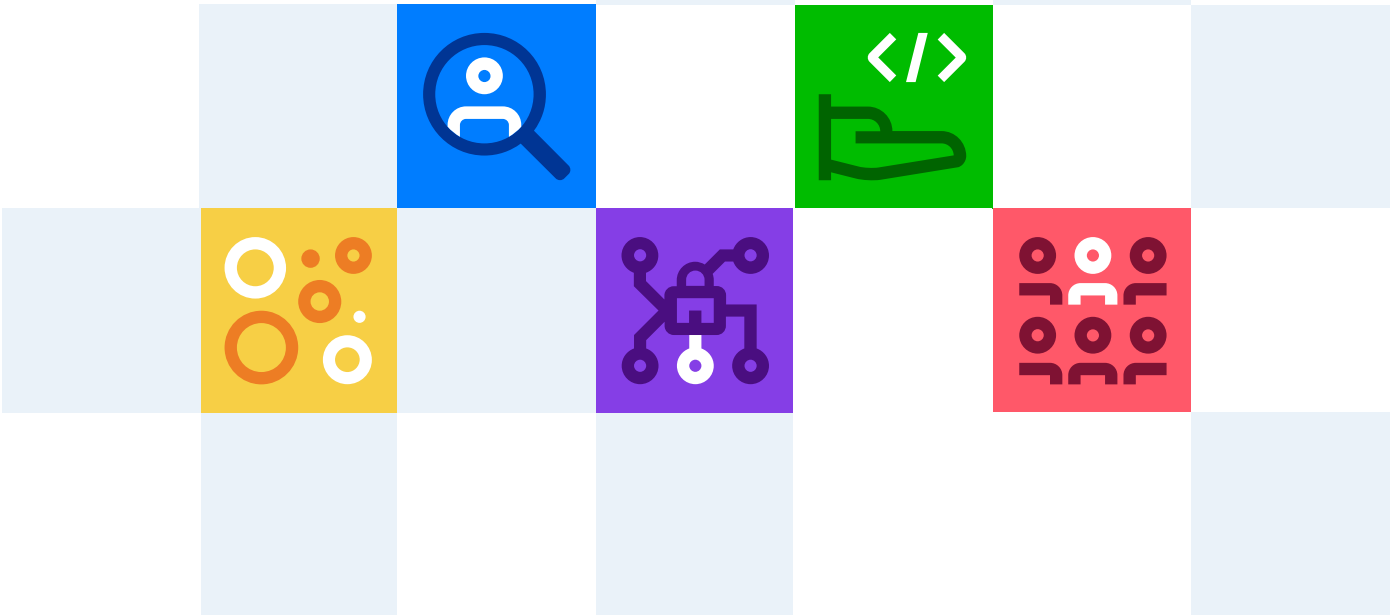
1. Alle Forschung muss gesetzeskonform, redlich, transparent und wahrheitsgemäß sein.

2. Alle Forschung muss mit der gebotenen Sorgfalt durchgeführt werden. Der Umgang mit den Betroffenen muss fair und respektvoll sein und darf ihnen keinen Schaden zufügen.

3. Forscher müssen den betroffenen Personen klar mitteilen, wie ihre personenbezogenen Daten erhoben und verwendet werden. Alle personenbezogenen Daten müssen vollständig vor unbefugtem Zugriff oder unbefugter Verwendung geschützt werden.

4. Forscher müssen sich stets ethisch korrekt verhalten und alles vermeiden, was das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Forschung untergraben oder den Ruf der Forschung schädigen könnte.

5. Forscher tragen die Gesamtverantwortung und Aufsichtspflicht für die von ihnen durchgeführte Forschung, unabhängig von den angewandten Methoden, Techniken und Technologien. Diejenigen, die zu der Forschung beitragen, tragen das Ausmaß an Verantwortung, das ihren Tätigkeiten, ihrem Fachwissen und ihren Steuerungsaufgaben entspricht.



esomar

Artikel

Pflichten gegenüber den Betroffenen

Artikel 1 Sorgfaltspflicht

(a) Alle Personen, einschließlich Kinder, Jugendliche und andere schutzbedürftige Personen, die zur Teilnahme an Forschung als Betroffene angesprochen werden, haben das Recht, die Teilnahme abzulehnen. Dies gilt auch für Personen, deren Daten im Rahmen einer sekundären Datenerhebung erfasst werden, sofern dies möglich ist.

(b) Unabhängig davon, ob personenbezogene Daten direkt oder indirekt für quantitative oder qualitative Forschung erhoben werden, müssen Forscher sicherstellen, dass die Teilnahme keinen Schaden verursacht.

(c) In Ausnahmefällen, wenn Lebensgefahr oder Missbrauch vorliegt, können wesentliche personenbezogene Daten gemäß den lokalen Gesetzen an Notfalldienste weitergegeben werden.

(d) Forscher müssen sich stets bewusst sein, dass Forschung vom Vertrauen der Öffentlichkeit in ihre Integrität und die vertrauliche Behandlung der bereitgestellten Informationen abhängt. Daher müssen Forscher sorgfältig zwischen Forschung und forschungsfremden Tätigkeiten unterscheiden [6].

(e) Betroffene müssen vor Beginn der Datenerhebung über alle forschungsfremden Tätigkeiten, beispielsweise Folgemaßnahmen werblicher oder kommerzieller Art oder Follow-ups infolge von Kundenerfahrungen, informiert werden. Für forschungsfremde Zwecke muss eine gesonderte Einwilligung eingeholt werden. Solche Anwendungen müssen klar von den Forschungstätigkeiten unterschieden werden.

Artikel 2 Kinder, Jugendliche und andere schutzbedürftige Personen

(a) Die Einwilligung eines Elternteils, eines Erziehungsberechtigten oder eines verantwortlichen Erwachsenen muss eingeholt werden, wenn Kinder als Betroffene beteiligt sind und ebenso, wenn eine solche Einwilligung nach geltendem Recht erforderlich ist. Forscher müssen das Alter der Betroffenen ermitteln und eine solche Einwilligung einholen, bevor sie zusätzliche personenbezogene Daten von Kindern erheben. Zu diesem Zeitpunkt müssen auch die Art und der Umfang der zu erhebenden Daten sowie die Möglichkeiten zur Erteilung der Einwilligung benannt werden.

(b) Forscher müssen besondere Sorgfalt walten lassen, wenn sie die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen an Forschung in Betracht ziehen. Der Inhalt und die Art der Forschung müssen ihrem Alter, ihrem Reifegrad und ihren unterschiedlichen kognitiven Fähigkeiten angemessen sein. Während des gesamten Forschungsprozesses müssen Forscher aufmerksam auf etwaige Empfindlichkeiten achten, die ein Kind oder eine schutzbedürftige Person haben oder zeigen könnte.

6 Da es wichtig ist, dass auch Nichtforscher klar zwischen Forschung und kommerziellen Aktivitäten unterscheiden, wird auf Artikel 7 des ICC-Kodex für Werbung und Marketingkommunikation hingewiesen: „Marketingkommunikation sollte ihren tatsächlichen kommerziellen Zweck transparent machen und nicht falsch darstellen. Daher sollte eine Kommunikation, die den Verkauf von Gütern oder die Inanspruchnahme einer Dienstleistung fördert, nicht getarnt werden, beispielsweise als Nachrichten, redaktionelle Beiträge, Marktforschung, Verbraucherumfragen, Verbraucherbewertungen, nutzergenerierte Inhalte, private Blogs, private Beiträge in sozialen Medien oder unabhängige Bewertungen usw.“

(c) Personenbezogene Daten dürfen von Forschern nur dann an Dritte weitergegeben werden, wenn zuvor die Einwilligung eines Elternteils, eines Erziehungsberechtigten oder eines verantwortlichen Erwachsenen eingeholt wurde oder wenn die Weitergabe gesetzlich zulässig ist.

(d) Bei der Arbeit mit schutzbedürftigen Personen müssen Forscher sicherstellen, dass diese in der Lage sind, informiert zu entscheiden und dass sie nicht unangemessen unter Druck zur Teilnahme an der Forschung gesetzt werden.

Artikel 3 Datenminimierung

(a) Forscher müssen die Erhebung und/oder Verarbeitung personenbezogener Daten in jeder Forschung auf Informationen beschränken, die angemessen und für den Zweck der Forschung unmittelbar relevant sind (siehe auch Artikel 6 (e)).

(b) Werden Daten an Unterauftragnehmer oder andere Drittanbieter weitergegeben, müssen Forscher sicherstellen, dass nur die Mindestmenge an personenbezogenen Daten übermittelt wird, die für die Erbringung der vereinbarten Dienstleistungen erforderlich ist. Diese Daten dürfen nicht für andere Zwecke verwendet werden.

Artikel 4 Primärdatenerhebung

(a) Bei der Erhebung personenbezogener Daten direkt von einem Betroffenen für Forschungszwecke ist zu beachten:

i. Forscher – unabhängig davon, ob sie eine Organisation oder ein Unternehmen vertreten oder als unabhängige Fachkraft tätig sind – müssen sich unverzüglich identifizieren, und die Betroffenen müssen die Identität des Forschers ohne Schwierigkeiten überprüfen können. Die Betroffenen müssen außerdem in der Lage sein, sich bei Bedenken oder Fragen zur Forschung schnell und einfach an den Forscher oder dessen Organisation zu wenden.

ii. Die Verwendung einer synthetischen Persona/eines digitalen Interviewers für die Datenerhebung muss den Betroffenen zu Beginn der Forschung klar mitgeteilt werden.

iii. Forscher müssen sicherstellen, dass die Teilnahme freiwillig ist und die Zustimmung auf eindeutigen und nicht irreführenden Informationen über die Zielsetzung und die Art der Forschung beruht. Diese Informationen müssen zu Beginn der Forschung gegeben werden. Ist dies aufgrund der Methodik nicht möglich, müssen die Betroffenen so früh wie möglich informiert werden.

iv. Forscher müssen die Betroffenen informieren, wenn sie diese für weitere Erhebungen nochmals kontaktieren wollen und deren Zustimmung zu einer solchen erneuten Kontaktaufnahme einholen. Die einzigen Ausnahmen sind eine erneute Kontaktaufnahme zu Zwecken der Qualitätskontrolle, die Meldung unerwünschter Ereignisse, wie sie beispielsweise in der medizinischen Forschung auftreten, oder wenn dies gesetzlich vorgeschrieben ist.

v. Die Forscher müssen eine klare Erklärung darüber abgeben, wie lange und zu welchem Zweck personenbezogene Daten gespeichert werden.

(b) Bei der indirekten/passiven Erhebung von Daten von einem Betroffenen ist zu beachten:

i. Die Datenerhebung muss auf der Einwilligung der Betroffenen beruhen und alle oben genannten Bedingungen (a) i-v erfüllen.

ii. Ist eine Einwilligung nicht möglich, müssen Forscher über gesetzlich zulässige Gründe für die Datenerhebung verfügen und alle identifizierenden Merkmale so schnell wie möglich entfernen oder unkenntlich machen.

(c) Die Forscher müssen den Betroffenen jederzeit die Möglichkeit geben, ihre Teilnahme an der Forschung zu widerrufen. Bei einem Widerruf müssen alle erhobenen personenbezogenen Daten gelöscht werden, sofern dies technisch und organisatorisch möglich ist und die Verlässlichkeit und Validität der zuvor erhobenen oder analysierten Forschungsergebnisse nicht beeinträchtigt wird.

(d) Betroffene müssen Zugang zu ihren personenbezogenen Daten haben, um diese zu berichtigen, sofern dies technisch und organisatorisch möglich ist und die Verlässlichkeit und Validität der Forschungsergebnisse nicht beeinträchtigt wird.

Artikel 5 Nutzung von Sekundärdaten

Bei der Nutzung von Sekundärdaten, die personenbezogene Daten enthalten, müssen Forscher sicherstellen:

(a) Die beabsichtigte Nutzung der Daten muss mit dem Zweck und der Qualität der ursprünglichen Datenerhebung vereinbar sein und es muss klare Gründe für die Weiterverwendung für zusätzliche Datenerhebungen oder -verarbeitungen geben.

(b) Die beabsichtigte Nutzung wurde zum Zeitpunkt der ursprünglichen Erhebung nicht ausdrücklich ausgeschlossen und verstößt auch nicht gegen vertragliche Einschränkungen, Urheberrechte oder Rechte an geistigem Eigentum.

(c) Die Nutzung der Daten führt nicht zu einem unmittelbaren Schaden für die Betroffenen, und es sind Maßnahmen getroffen worden, um einen solchen Schaden zu verhindern.

(d) Wünsche und Forderungen einzelner Betroffener, ihre Daten nicht für andere Zwecke zu nutzen, müssen respektiert werden.

Artikel 6 Datenschutz und Schutz der Privatsphäre

(a) Forscher und Subunternehmer dürfen personenbezogene Daten eines Betroffenen nicht an einen Kunden übermitteln oder übertragen, es sei denn, der Betroffene hat der Verwendung der Daten für den spezifischen Zweck und der Übertragung seine Einwilligung erteilt.

(b) Forscher müssen eine Datenschutzerklärung bereitstellen, die verständlich, nicht irreführend und für die Betroffenen leicht zugänglich ist. Wenn Tracking-Tools verwendet werden, muss dies ebenfalls mitgeteilt werden und zwar bevor Daten von den Betroffenen erhoben werden.

(c) Forscher müssen Maßnahmen ergreifen, um sicherzustellen, dass personenbezogene Daten, einschließlich der abgeleiteten / erschlossenen Identität einer Person, auch bei Verwendung fortschrittlicher Analysetechniken oder KI nicht durch deduktive Offenlegung und Reindentifizierung rückverfolgt werden können. Solche Techniken können Kreuzanalysen, kleine Stichproben, andere Formen der Ableitung oder die Kombination mit zusätzlichen Daten wie Kundenunterlagen, sekundären oder öffentlich zugänglichen Datensätzen umfassen.

(d) Forscher müssen alle angemessenen Vorkehrungen treffen, um sicherzustellen, dass personenbezogene Daten sicher aufbewahrt werden. Sie müssen vor Risiken wie Verlust, unberechtigtem Zugriff wie Cyberangriffen oder Hacking, Zerstörung, Missbrauch, Manipulation, Veränderung, Offenlegung oder anderen Handlungen, die die Daten gefährden könnten, geschützt werden.

(e) Personenbezogene Daten dürfen nicht länger als erforderlich und nur für den ursprünglichen Zweck, für den sie erhoben oder verwendet wurden, gespeichert werden. Danach müssen die Daten anonymisiert oder gelöscht werden.

(f) Vor der Übermittlung personenbezogener Daten an Kunden, Subunternehmer oder andere Drittanbieter müssen Forscher sicherstellen, dass diese Empfänger mindestens gleichwertige Sicherheitsmaßnahmen und alle geltenden Datenschutzgesetze und Gesetze bei Datenpannen einhalten.

(g) Forscher müssen besonders darauf achten, dass die Datenschutzrechte von Betroffenen, deren personenbezogene Daten von einem Rechtsraum in einen anderen Rechtsraum übertragen werden, gewahrt bleiben. Solche Übertragungen dürfen nicht ohne die Einwilligung der Betroffenen erfolgen und müssen alle in Artikel 4 (a) i-v genannten Bedingungen erfüllen. Darüber hinaus müssen Forscher alle angemessenen Maßnahmen ergreifen, um sicherzustellen, dass die Sicherheitsmaßnahmen und Datenschutzgrundsätze dieses Kodex von allen Parteien eingehalten werden.

(h) Im Falle einer Datenschutzverletzung, die personenbezogene Daten betrifft, haben Forscher gegenüber den Betroffenen eine Fürsorgepflicht. Diese Betroffenen, zusammen mit den zuständigen Behörden, müssen gemäß den geltenden Gesetzen über die Verletzung informiert werden.

Pflichten gegenüber Kunden

Artikel 7 Fit for Purpose

(a) Forscher müssen Forschung so konzipieren, dass sie zweckmäßig ist und den mit dem Kunden vereinbarten Anforderungen und Qualitätsstandards entspricht. Ist dies nicht der Fall, muss der Kunde informiert und das Problem gelöst werden.

(b) Forscher müssen Forschung sorgfältig konzipieren, damit sie für die betreffende Population geeignet ist und die angestrebte Zielgruppe so genau wie möglich widerspiegelt. Sie müssen auch alle Einschränkungen offenlegen, die sich auf die Aussagekraft der Forschung in Bezug auf die definierte Zielgruppe auswirken können, beispielsweise mögliche Lücken in den Datenquellen oder bezüglich der Repräsentativität für die Population.

(c) Forscher müssen ihren Kunden ausreichende technische Informationen zur Verfügung stellen, darunter die Methode, die Datenquellen, die Qualitätskontrollen, die verwendeten Analyseverfahren und mögliche Einschränkungen der Forschung, damit diese die Validität der Ergebnisse und aller daraus gewonnenen Erkenntnisse und Schlussfolgerungen beurteilen können.

(d) Forscher müssen sicherstellen, dass Erkenntnisse, Ergebnisse und deren Interpretation klar und ausreichend durch Daten belegt sind. Sie müssen außerdem eindeutig zwischen den Ergebnissen, der Interpretation dieser Ergebnisse durch die Forscher und den daraus gezogenen Erkenntnissen und Schlussfolgerungen oder Empfehlungen unterscheiden.

(e) Der Kunde muss darüber informiert werden, wenn KI oder andere neue Technologien bei der Erstellung von Datensätzen, der Analyse, der Berichterstattung oder der Interpretation von Ergebnissen zum Einsatz kommen. Dies umfasst auch die Verwendung synthetischer Daten und synthetischer Persona. In solchen Fällen muss auch der Umfang der menschlichen Kontrolle angegeben werden.

(f) Forscher müssen sicherstellen, dass alle Forschungsdaten oder Begleitmaterialien, unabhängig davon, ob sie aus Umfragen oder kundenbezogenen Quellen stammen, bei der Verwendung von KI oder neuen Technologien vertraulich bleiben. Der Zugriff auf solche Materialien muss streng auf eine sichere und kontrollierte Umgebung beschränkt sein.

(g) Auf Anfrage müssen Forscher ihren Kunden die Möglichkeit geben, unabhängige Kontrollen der Qualität der Datenerhebung und -aufbereitung zu veranlassen, vorbehaltlich entsprechender Vertraulichkeitsvereinbarungen.

Artikel 8 Transparenz, Vertraulichkeit und Verantwortung

(a) Forscher müssen alle bekannten, potenziellen oder vermuteten Verzerrungen in der Forschung, die sich auf die Erhebung, Aufbereitung, Verarbeitung, Analyse oder Interpretation der Daten und Ergebnisse auswirken könnten, identifizieren und offenlegen.

(b) Forscher müssen alle Beschränkungen des geistigen Eigentums (Intellectual Property - IP), wie Urheberrechte oder Datenschutzbestimmungen, die mit der Wiederverwendung oder Anwendung der Daten verbunden sind, einhalten.

(c) Auf Anfrage müssen Forscher die Inanspruchnahme von Subunternehmern offenlegen.

(d) Alle Parteien müssen sich nach Treu und Glauben bemühen, Streitigkeiten beizulegen, unabhängig davon, ob diese Forscher, Kunden, Subunternehmer oder Betroffene betreffen.

(e) Forscher müssen die gesamte Kommunikation mit dem Kunden und alle Ergebnisse der Forschung vertraulich behandeln, sofern mit dem Kunden nichts anderes vereinbart wurde.

Pflichten gegenüber der Öffentlichkeit

Artikel 9 Veröffentlichung von Ergebnissen

Bei der Veröffentlichung von Forschungsergebnissen gilt:

(a) Forscher und Kunden müssen sicherstellen, dass die Öffentlichkeit Zugang zu den erforderlichen Informationen einschließlich Datenquelle, Stichprobenziehung und Methodik hat, um die Validität der Schlussfolgerungen beurteilen zu können. Dies muss in einer für die Öffentlichkeit leicht verständlichen Form geschehen.

(b) Auf begründete Anfrage müssen Forscher rechtzeitig ausreichende technische Informationen und verständliche Unterlagen zur Verfügung stellen, um veröffentlichte Ergebnisse zu validieren. Forscher und Auftraggeber müssen offenlegen, ob KI, synthetische Daten oder andere neue Techniken und/oder Technologien eine wesentliche Rolle bei der Stichprobenziehung, der Erhebung, der Analyse oder der Interpretation der Daten gespielt haben und inwieweit eine menschliche Kontrolle stattgefunden hat.

(c) Forscher dürfen Forschungsergebnisse oder Schlussfolgerungen nicht verbreiten und sie dürfen nicht zulassen, dass ihr Name oder der Name ihrer Organisation mit einer solchen Verbreitung in Verbindung gebracht wird, es sei denn, diese sind durch die Daten hinreichend belegt.

(d) Forscher müssen sicherstellen, dass sie zu Form und Inhalt jeder Veröffentlichung der Forschungsergebnisse durch den Auftraggeber konsultiert werden. Sowohl der Auftraggeber als auch der Forscher sind dafür verantwortlich, dass die veröffentlichten Ergebnisse nicht irreführend sind und keine unangemessene Ergebnisauswahl vorgenommen wurde.

(e) Wenn die Forschung die Veröffentlichung der Identität oder personenbezogene Daten eines Betroffenen beinhaltet, müssen Forscher die betroffene Person im Voraus eindeutig darüber informieren, welche Daten veröffentlicht werden, und sie müssen zuvor deren Einwilligung einholen.

Pflichten gegenüber dem Berufsstand der Markt- und Sozialforschung

Artikel 10 Pflichten gegenüber dem Berufsstand

(a) Forscher müssen redlich, transparent, wahrhaftig und objektiv sein. Sie müssen sicherstellen, dass die Erhebung, Verarbeitung und Analyse von Daten oder Informationen in Übereinstimmung mit den einschlägigen wissenschaftlichen Grundsätzen, Methoden und Techniken erfolgt.

(b) Forscher müssen sich ethisch korrekt verhalten und dürfen nichts tun, was das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Forschung untergraben oder deren Ruf schädigen könnte.

(c) Forscher müssen in ihrem gesamten beruflichen und geschäftlichen Handeln aufrichtig und ehrlich sein.

(d) Forscher dürfen keine falschen oder anderweitig irreführenden Aussagen über ihre eigenen Fähigkeiten, Erfahrungen oder Tätigkeiten oder über die ihrer Organisation machen.

(e) Forscher dürfen andere Forscher nicht ungerechtfertigt kritisieren.

(f) Forscher müssen sich an die allgemein akzeptierten Regeln des fairen Wettbewerbs halten.

(g) Forscher müssen dem Auftraggeber alle potenziellen Interessenkonflikte im Zusammenhang mit einer Forschung offenlegen.

Artikel 11 Gesetzliche Pflichten

(a) Forscher müssen alle geltenden internationalen und nationalen Gesetze sowie lokale Verhaltenskodizes, berufsständische Verhaltensstandards oder -regeln einhalten. Wenn der ICC/Esomar International Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung und Datenanalytik einen höheren Standard vorschreibt, müssen Forscher diesen höheren Standard einhalten.

(b) Forscher und Kunden müssen sicherstellen, dass die veröffentlichten Ergebnisse und Erkenntnisse der Forschung keine Verletzungen der Privatsphäre oder des geistigen Eigentums (IP) enthalten, wie z. B. Urheberrechtsverletzungen, einschließlich solcher Verletzungen im Zusammenhang mit der Anwendung von KI und den Trainingsdaten.

Artikel 12 Anwendung

(a) Forscher müssen sicherstellen, dass die Forschung in Übereinstimmung mit diesem Kodex durchgeführt wird, dass Kunden und andere an der Forschung beteiligte Parteien, einschließlich aller Subunternehmer, sich zur Einhaltung seiner Anforderungen verpflichten und dass der Kodex – soweit angemessen - von allen Organisationen, Unternehmen und Einzelpersonen in allen Phasen des Forschungsprozesses entsprechend ihrer Tätigkeiten, ihrem Fachwissen und ihrer Entscheidungsbefugnis angewendet wird. Soweit möglich werden alle Parteien aufgefordert, in ihre Verträge eine Klausel aufzunehmen, in der sie ihre Einhaltung des Kodex und ihre Verantwortung für dessen Einhaltung bestätigen.

(b) Die Korrektur eines Verstoßes gegen diesen Kodex durch einen Forscher ist zwar wünschenswert, entschuldigt den Verstoß aber nicht.

(c) Forscher müssen bei jeder disziplinarischen Untersuchungen von Esomar wegen eines möglichen Verstoßes gegen diesen Kodex kooperieren. Die Nichtbeachtung dieser Verpflichtung wird als Verstoß gegen diesen Kodex angesehen. Dies gilt entsprechend auch für Mitglieder anderer Selbstregulierungsorganisationen, die diesen Kodex umsetzen, sowie für disziplinarische Untersuchungen durch deren zuständige Stellen.

Artikel 13 Implementierung

(a) Nach der Verabschiedung des Kodex und der ihm zugrunde liegenden Grundsätze müssen diese von den zuständigen Selbstregulierungsorganisationen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene umgesetzt werden. Forscher und Kunden müssen sich darüber hinaus auch mit den einschlägigen lokalen Regeln und Entscheidungen der Organisationen der Selbstregulierung vertraut machen.

(b) Anfragen zur Auslegung der in diesem Kodex enthaltenen Grundsätze sind an das Esomar Professional Standards Committee oder unter bestimmten Umständen an die Global ICC Commission on Marketing and Advertising zur möglichen Prüfung durch deren ICC-Kodex-Auslegungsgremium zu richten.

esomar