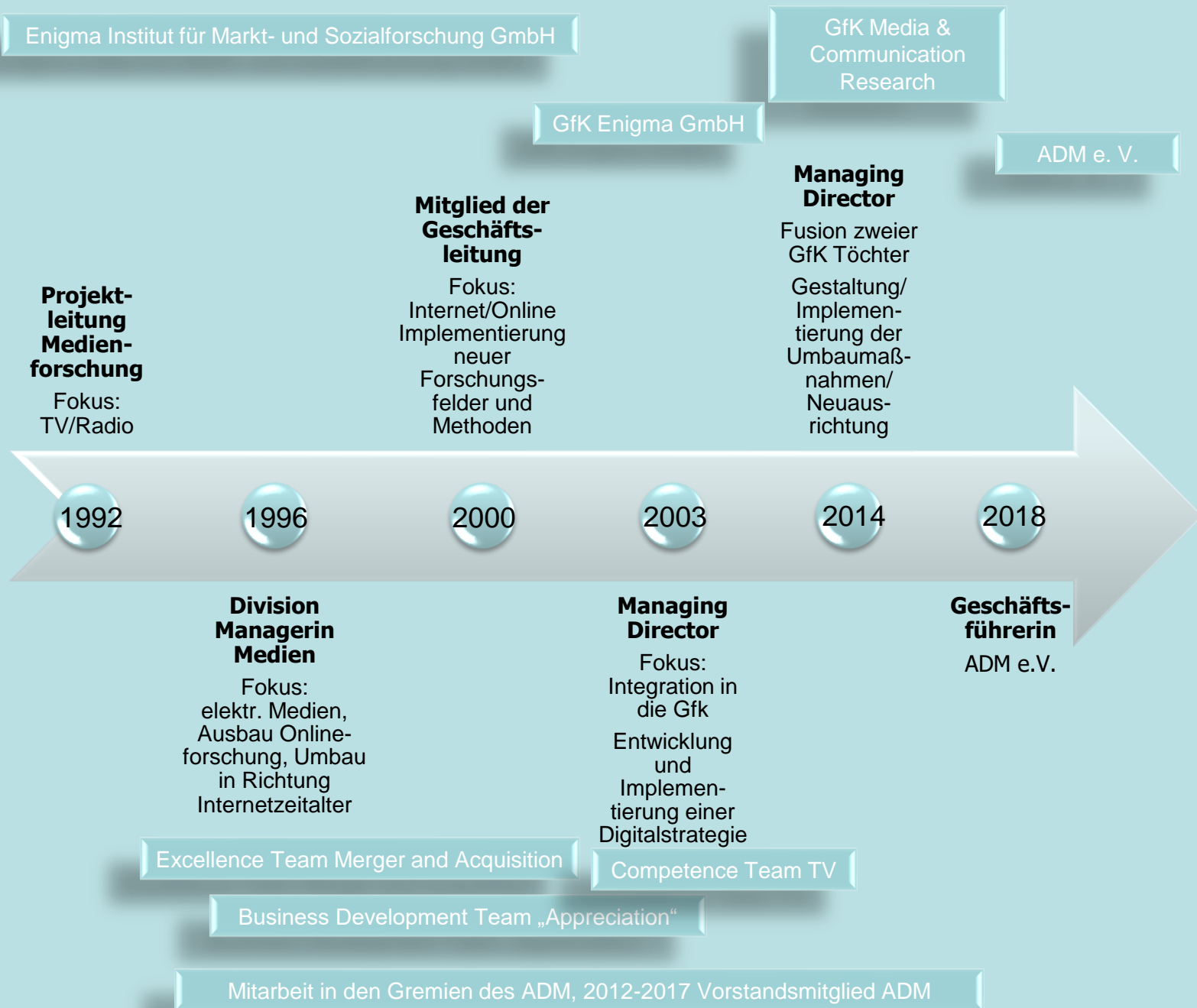


TeleTrust-interner Workshop

Berlin, 05./06.07.2018

Arbeitsgruppe "IT-Sicherheit in der Marktforschung"

Bettina Klumpe, ADM




Was ist Markt- und Meinungsforschung?

„Markt-, Meinungs- (*und Sozialforschung*) ist **die systematische Suche mittels anerkannter wissenschaftlicher Methoden nach Erkenntnissen** über objektive und subjektive Tatbestände in den verschiedenen Bereichen der Gesellschaft, Politik und Wirtschaft sowie über die darin agierenden Institutionen, Gruppen und Personen.“ (DIN 77500:2003)

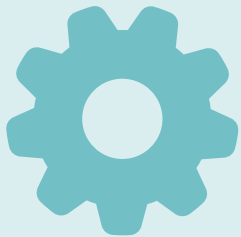
Grundprinzipien des berufsständischen Verhaltens in der Markt- u. Meinungsforschung

- **Wissenschaftlichkeit der Vorgehensweise**
(d.h. nach den Zielsetzungen und allgemein anerkannten Methoden und Techniken empirischer wissenschaftlicher Forschung)
- **Anonymisierungsgebot der erhobenen Forschungsdaten**
(insbesondere keine Übermittlung personenbezogener Daten an den Auftraggeber einer Studie oder an andere Dritte)
- **Trennungsgebot von Forschung und anderen Tätigkeiten**
(insbesondere strikte und klare Trennung aller Schritte des Forschungsprozesses von Direktmarketing, Werbung und Verkaufsförderung)

A large, light blue arrow pointing from the list of principles towards the word 'Vertrauen'.

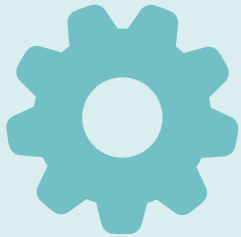
Vertrauen

Das System der Selbstregulierung der Umfrageforschung in Deutschland



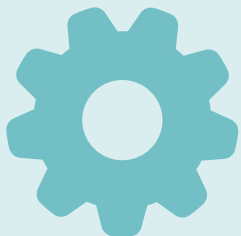
Allgemeiner Verhaltenskodex und ergänzende Regulierungen

- ICC/ESOMAR Internationaler Kodex für die Markt- und Sozialforschung (seit 1948 ein internationaler Kodex)
- Deutsche Erklärung zum ICC/ESOMAR Kodex
- ergänzende Qualitätskriterien und Richtlinien, gemeinsam herausgegeben von den deutschen Verbänden



Selbstregulierung und Ko-Regulierung

- alle Verbände sind an dem System der Selbstregulierung beteiligt
- Entwürfe werden in der Ko-Regulierung u.a. mit den Aufsichtsbehörden diskutiert



ISO Qualitätsnormen

- ISO 20252, ISO 26362 und ISO 19731 definieren "good research practice"

Bedeutung der Informationssicherheit in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung

- Zunehmendes **Bewusstsein in der Branche** für Sicherheit und Schutz der in den Forschungsinstituten vorhandenen Informationen
- **Digitalisierung und Vernetzung** der Schritte in den Forschungsprozessen
- **Informationssicherheit und Datenschutz** – in den Köpfen der meisten Verbraucher kaum zu trennen
- **Vertrauen** der Bevölkerung ist unabdingbare Voraussetzung für unsere Forschung und somit unsere Geschäftsgrundlage
- Informationssicherheit hat nicht zuletzt nachhaltigen Einfluss auf die **Reputation** der Branche

Was bisher geschah!

2013

- Einrichtung einer gemeinsamen Arbeitsgruppe zur „IT-Sicherheit in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung“ von TeleTrusT und ADM (DGOF kam später hinzu)

2014

- Bestandsaufnahme: Online-Befragung der Mitgliedsinstitute des ADM und DGOF zur Informationssicherheit in der Marktforschung
- Vorstellung der Ergebnisse „IT_Sicherheit in der Markt- und Sozialforschung als Beitrag zum Unternehmenserfolg“ auf der Branchenmesse Research & Results

2015

- **Entwicklung eines Leitfadens zur IT-Sicherheit in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung inkl. einer Checkliste mit insgesamt 58 Kontrollfragen zur Bewertung des Status quo der IT-Sicherheit im jeweiligen Forschungsinstitut**
- Zweite Befragung unter den ADM-Instituten zur Implementierung der IT-Standards (ADM/TeleTrusT/DGOF) und Workshop „IT_Sicherheit in der Markt- und Sozialforschung als Beitrag zum Unternehmenserfolg“ auf der Branchenmesse Research & Results

2016

- Informationstag zur IT-Sicherheit in der Marktforschung in Wien von TeleTrusT, ADM, DGOF und VMÖ

Nächste Schritte bezüglich der IT-Sicherheit in der Markt- und Meinungsforschung?

- Überprüfung des Leitfadens mit Blick auf DSGVO
 - Art. 24 Verantwortung des für die Verarbeitung Verantwortlichen
→ geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zur Sicherstellung des Schutzes
 - Art. 25 Datenschutz durch Technikgestaltung und durch datenschutzfreundliche Voreinstellungen
→ „privacy by design“/ „privacy by default“
 - Art. 32 Sicherheit der Verarbeitung
 - ...
- Welche weiteren Anforderungen bringt die e-Privacy-Verordnung
- Aus- und Fortbildungsangebot für die Forschungsinstitute zur IT-Sicherheit
- Kodifizierung der Informationssicherheit in den berufsständischen Verhaltensregeln („Vertraulichkeitsgebot“ als viertes Grundprinzip)



ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Bettina Klumpe
Geschäftsführerin ADM e.V
T +49 30 206 16 38-21
M +49 160 95 154 977

**ADM Arbeitskreis Deutscher
Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.**
Französische Straße 8
10117 Berlin
www.adm-ev.de