

Richtlinie für telefonische Befragungen

Diese Richtlinie wird herausgegeben vom VdMI – Verband der Markt- und Meinungsforschungsinstitute Österreichs.

1. Abgrenzung der telefonischen Befragung von Telefonwerbung und Verkaufsförderung

Die telefonische Befragung ist ganz klar von Telefonwerbung oder telefonischer Verkaufsförderung abzugrenzen. Die Telefonbefragung dient ausschließlich Forschungszwecken (Markt-, Meinungs- oder Sozialforschung) und darf keinesfalls der Werbung oder Verkaufsförderung dienen oder diese ankündigen bzw. vorbereiten. Daraus folgt, dass auch eine Verquickung von Forschungsfragen und Verkaufsförderung in einem Telefoninterview nicht zulässig ist; insbesondere ist es nicht erlaubt, im Rahmen eines Telefoninterviews die Erlaubnis für einen Anruf zu Werbezwecken einzuholen.

2. Anonymität und Datenschutz

Bei telefonischen Befragungen im Rahmen von Markt-, Meinungs- und Sozialforschung gilt es, die Anonymität des Befragten zu wahren, *außer der Befragte verzichtet **von sich aus ausdrücklich und bestimmt** auf diese Anonymität.*

Im Laufe des Interviews muss

- die Identität des Forschungsunternehmens oder des Studienabsenders offengelegt werden und für die Auskunftspersonen nachprüfbar sein,
- der allgemeine Zweck des Anrufs erläutert werden und
- auf die Freiwilligkeit der Teilnahme hingewiesen werden (sofern diese nicht offensichtlich ist).

Sofern der Auftraggeber einer Studie Telefonnummern für die Befragung zur Verfügung stellt, trägt er die Verantwortung dafür, dass die weitergegebenen Telefonnummern für Zwecke der Marktforschung verwendet werden dürfen. Das Forschungsunternehmen sollte den Auftraggeber darauf ausdrücklich hinweisen.

3. Selbstbeschränkung bei telefonischen Interviews

3.1. Anrufzeiten

Anrufe müssen zeitlich so stattfinden, dass für die Befragten nach vernünftigem Ermessen keine relevante Beeinträchtigung entstehen sollte. Die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung geht davon aus, dass in privaten Zielgruppen zwischen 9 und 21 Uhr prinzipiell keine Beeinträchtigung der Privatsphäre gegeben ist. Bei B2B-Marktforschung ergeben sich die zeitlichen Regelungen implizit aus den Geschäftszeiten.

Im Vorhinein vereinbarte Interviewtermine sind von diesen zeitlichen Regelungen ausgenommen. Wenn die Zielsetzung der Untersuchung oder methodische Gründe es erfordern, sind Ausnahmen von den zeitlichen Regelungen zulässig.

3.2. Ablehnung der Teilnahme

Eine angerufene Person darf das Interview jederzeit ablehnen oder abbrechen.

Wird eine Interview-Ablehnung mit einem ungelegenen Anrufzeitpunkt begründet, ist eine nochmalige Kontaktaufnahme im Rahmen derselben Studie zulässig, wobei es sich empfiehlt, gleich einen konkreten Anruftermin zu vereinbaren. Lehnt eine angerufene Person die Interviewteilnahme für die betreffende Studie grundsätzlich ab, so ist eine erneute Kontaktaufnahme im Rahmen dieser Studie unzulässig.

Bezieht sich die Ablehnung auf telefonische Befragungen insgesamt, so muss das Forschungsinstitut sicherstellen, dass auch im Rahmen anderer Studien keine Kontaktaufnahme mit dieser Person mehr stattfindet. Diese Verantwortung bezieht sich auf Studien, die dieses Forschungsinstitut selber durchführt bzw. die im Auftrag dieses Forschungsinstituts durchgeführt werden.

3.3. Interviewlänge

Der Angerufene darf im Hinblick auf die Interviewlänge nicht bewusst getäuscht werden.

4. Automatische Wähleinrichtungen

Einrichtungen, mit denen der Wählvorgang unterstützt oder automatisiert wird, bedeuten für den Angerufenen keinen grundsätzlichen Unterschied gegenüber einem Handwählverfahren durch den Interviewer und sind deshalb in gleicher Weise zulässig, wenn die oben genannten Selbstbeschränkungen eingehalten werden.

5. Pflichtanzeige der Rufnummer

Das Forschungsinstitut hat dafür Sorge zu tragen, dass die Auskunftsperson die Möglichkeit hat, sein Unternehmen anhand der angezeigten Rufnummer zu identifizieren. Es ist ausdrücklich unzulässig, eine falsche Rufnummer zu verwenden (zB Rufnummer des Auftraggebers etc).

6. Anrufweiterleitung

Die Weiterleitung von Anrufen ist die Entscheidung des jeweiligen Anschlussinhabers. Trotzdem sollte das Forschungsinstitut dafür Sorge tragen, dass den Auskunftspersonen durch die Anrufweiterleitung keine relevanten Kosten entstehen, wie z.B. bei einem Auslandsaufenthalt des Anschlussinhabers. Kontaktversuche sollten deshalb abgebrochen werden, wenn eine Anrufweiterleitung ins Ausland erkennbar wird. Wird die Anrufweiterleitung ins Ausland erst nach der Kontaktaufnahme erkennbar, sollte das Interview auf Wunsch des Befragten mit der Vereinbarung eines Termins für einen weiteren Anruf beendet werden.

7. Mithören telefonischer Interviews zur Qualitätssicherung durch das Forschungsinstitut

Mithören durch das projekt- oder feldphasenverantwortliche Forschungsinstitut ist oftmals erforderlich um sicherzustellen, dass die Interviews formal und inhaltlich korrekt ablaufen. Darüber hinaus erkennt der Projektverantwortliche dabei etwaige Schwierigkeiten des Interviewers, z.B. in Bezug auf das Verstehen von Frageformulierungen, die Vollständigkeit von Antwortkategorien oder den thematisch sinnvollen Ablauf des Interviews.

Sofern bei einem Interview ein Mithören prinzipiell stattfinden könnte, ist zu Beginn des Interviews eine entsprechende Zustimmung der Auskunftsperson einzuholen. Verweigert die Auskunftsperson die Zustimmung, kann das Interview trotzdem stattfinden, ein Mithören darf aber nicht zugelassen werden. Beispielhafte Formulierung: „Um die Qualität unserer Interviews zu sichern, kann es sein, dass eine Vorgesetzte bzw. ein Vorgesetzter hin und wieder in einzelne Interviews hineinhört. Wäre dies auch für Sie in Ordnung?“

Auch Vertreter des Auftraggebers können sich – die Zustimmung der Auskunftsperson vorausgesetzt - durch Mithören der Interviews von der Qualität der Datenerhebung überzeugen. Damit die Anonymität der Angerufenen gewahrt bleibt, ist sicherzustellen, dass mithörende Vertreter des Auftraggebers den Angerufenen nicht identifizieren können.

Die Zielsetzungen des Mithörens sind oft nur erreichbar, wenn die/der InterviewerIn über das Mithören im konkreten Fall nicht informiert ist. Daher reicht es aus, wenn der Interviewer bei Beginn seiner Arbeit für das Institut und zu Beginn der einzelnen Studien schriftlich über die *prinzipielle* Möglichkeit des Mithörens aufgeklärt wird.

8. Aufzeichnung telefonischer Interviews zur Qualitätssicherung durch das Forschungsinstitut

Tonaufzeichnungen dienen der Qualitätskontrolle, der Unterstützung der Analyse (insbesondere offener Fragen) und der Interviewerschulung.

Eine Aufzeichnung und/oder Weitergabe an Auftraggeber ist nur zulässig, wenn die Auskunftsperson dieser explizit und nachvollziehbar zugestimmt hat.

9. Schlussbestimmungen und Haftungsausschluss

Diese Richtlinie ist Teil der Standesregeln der österreichischen Markt- und Sozialforschung, wie sie sich aus dem Gesetz und den methodischen Standards aber auch aus der Verkehrssitte ergeben.

Diese Richtlinie gilt, wenn von Österreich aus nach Österreich telefoniert wird. Werden Anrufe ins Ausland oder vom Ausland aus nach Österreich getätigt, gelten zusätzlich etwaige Regelungen des betreffenden Landes, sofern die ausländischen Regelungen über diese Richtlinien hinausgehen.

Die hier dargelegten Prinzipien und Verhaltensweisen versuchen, sowohl dem Persönlichkeitsrecht der Betroffenen als auch dem Recht auf Forschung und Informationsfreiheit Rechnung zu tragen. Die Herausgeber können jedoch keine Haftungsfreiheit garantieren. Es kann auch nicht ausgeschlossen werden, dass sich zu einem späteren Zeitpunkt andere Maßstäbe für die Zulässigkeit der dargelegten Verfahren ergeben.