

ADM.ASIBVMDGOF

ADM, ASI, BVM und DGOF publizieren Richtlinie zur Veröffentlichung von Ergebnissen der Markt- und Sozialforschung

BERLIN, 27. Juni 2024 – Mit dieser Richtlinie reagieren die Verbände auf die zunehmende Veröffentlichung von Ergebnissen aus Markt- und Sozialforschungsstudien in den Medien, die oft ohne ausreichende Hinweise zur Entstehung der Daten erfolgt. Um Studienergebnisse angemessen bewerten zu können, sind jedoch Mindestangaben zur Methodik erforderlich, die nun festgelegt werden. Die Richtlinie gilt umfassend für die Markt- und Sozialforschung und beinhaltet damit auch die als Meinungs- oder Politikforschung bezeichneten Forschungsprojekte. Sie gilt auch für Endkunden, wenn sie Institute mit der Durchführung von Studien beauftragen.

Die vorliegende Richtlinie legt ihren Schwerpunkt auf die Veröffentlichung von quantitativen Markt- und Sozialforschungsergebnissen, die als verallgemeinerbar für die Bevölkerung oder für bestimmte Zielgruppen bezeichnet werden. Sie gelten analog auch für alle anderen veröffentlichten Markt- und Sozialforschungsergebnisse, wie z. B. auf Basis qualitativer Studien oder auf Basis von Social-Media-Analysen oder statistischen (Sekundär-)Analysen. Die Richtlinie regelt die Verantwortlichkeit aller Beteiligten, Ergebnisse und Interpretationen immer mit ausreichender Transparenz zu liefern. Damit gilt die Richtlinie für Endkunden, durchführende Institute, Markt- und Sozialforschungsdienstleister, die direkt von Endkunden beauftragt werden (z. B. Online-Panels oder Felddienstleister) und öffentliche Institutionen.

Die neue Richtlinie regelt den Informationsfluss zwischen den Stakeholdern und legt fest, welche Mindestangaben zu Studien an Auftraggeber weitergegeben werden und welche bei Veröffentlichungen genannt werden müssen. Ganz besondere Sorgfalt benötigen Studien zu politischen und anderen gesellschaftlich relevanten Themen, da diese das öffentliche Meinungsbild prägen und auch als Grundlage für politische Entscheidungen genutzt werden. Die Richtlinie reguliert auch die Veröffentlichung von Ergebnissen der Wahlforschung. Die entsprechende Richtlinie, die sich ausschließlich auf die Veröffentlichung von Ergebnissen der Wahlforschung bezieht, wird von der neuen Richtlinie ersetzt.

Die neue Richtlinie wurde durch die vier Branchenverbänden ADM, ASI, BVM und DGOF unter Einbeziehung juristischer Beratung erarbeitet. Wir danken allen Beteiligten für ihren engagierten und fachkundigen Einsatz. „Es ist heute wichtiger denn je, dass wir uns an Regeln für die Veröffentlichung von Umfrageergebnissen halten, um allen Stakeholdern die Möglichkeit zu geben, die Ergebnisse einer Umfrage angemessen einzuschätzen und zu bewerten. Die Verantwortung für eine korrekte Kommunikation liegt bei denjenigen, die die Ergebnisse veröffentlichen. Gleichzeitig sollten die Medien die Ergebnisse kritisch hinterfragen und sich über ihre Entstehung informieren, insbesondere wenn eine große öffentliche Aufmerksamkeit vermutet wird oder es sich um kontroverse Themen handelt. Dies erfordert natürlich ein hohes Maß an Datenkompetenz. Wenn es Zweifel an der Aussagekraft einer Studie gibt, muss von einer weiteren Verbreitung abgesehen werden.“, so Dr. Roland Abold (ADM-Vorstand).

Die Branchen-Richtlinien sind eine wesentliche Säule der berufsständischen Verhaltensregeln und sichern damit unter anderem auch die wissenschaftliche Korrektheit und Qualität von Daten und Studien. Alle in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung Tätigen sind an die Richtlinien gebunden. Sie gelten durch die sogenannte Verkehrssitte also auch für solche Markt-, Meinungs- und Sozialforscherinnen und -forscher, die nicht Mitglied eines Verbandes sind. Die Richtlinien ergänzen in Deutschland den Internationalen ICC/ESOMAR Verhaltenskodex, die Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland zum ICC/ESOMAR Internationalen Kodex für die Markt- und Sozialforschung und die Qualitätsrichtlinien der deutschen Verbände. Bereits in den 90iger Jahren haben die deutschen Verbände für die Branche ergänzende Richtlinien entwickelt. Im Laufe der Jahre wurden neue Richtlinien erarbeitet und bestehende überarbeitet.

Die neue Richtlinie sowie alle weiteren aktuellen Branchen-Richtlinien finden Sie auf den Seiten der Verbände:

[ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V.](#),

[Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V. \(ASI\)](#),

[BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.](#),

[Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung – DGOF e. V.](#)

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

Bettina Klumpe, Geschäftsführerin ADM e. V.

T +49 (0) 30-206 16 38-21

M bettina.klumpe@adm-ev.de