

# **ESOMAR 28**

## **Fragen und Antworten zum DocCheck Panel**



# Inhalt

<b>Inhalt</b>	2
<b>DocCheck Research</b>	3
<b>Unternehmensprofil</b>	4
Frage 1	4
<b>Stichprobenquellen &amp; Rekrutierung</b>	5
Fragen 2 bis 4	5
Fragen 5 bis 6	6
<b>Stichprobenziehung &amp; Projektmanagement</b>	7
Fragen 7 bis 11	7
<b>Fragen 12 bis 13</b>	8
<b>Frage 14</b>	9
<b>Fragen 15 bis 17</b>	10
<b>Datenqualität &amp; Validierung</b>	11
Fragen 18 bis 20	11
Fragen 21 bis 22	12
<b>Richtlinien &amp; Einhaltung</b>	13
Fragen 23 bis 25	13
Fragen 26 bis 28	14
<b>Kontakt</b>	15



# DocCheck Research

**DocCheck Research** ist das Institut für Markt-, Meinungs- und Werbeforschung bei **DocCheck**.

Mit mehr als 500.000 aktiven Nutzern ist DocCheck die größte europäische Community für Heilberufe. Sie liefert Healthcare Professionals täglich personalisierte Informationen für ihre Arbeit am Patienten. Die gleichnamige Website generiert jeden Monat mehr als 10 Mio. Besuche.

In die DocCheck Community eingebunden ist ein eigenes Marktforschungs-Panel mit über 260.000 Mitgliedern, davon über 200.000 Heilberuflern allein in Deutschland (Stand: Frühjahr 2019). Alle bei DocCheck registrierten Heilberufler sind per Berufsnachweis akkreditiert.

Aufgrund des hohen praktischen Nutzens und der weiten Verbreitung des DocCheck-Logins auf mehr als 2.500 pharmazeutischen Websites, genießt DocCheck unter Heilberuflern sehr hohe Bekanntheit, Akzeptanz und Glaubwürdigkeit. All dies führt zu einer hohen Datenqualität.

Neben Ärzten, Apothekern und PTAs deckt die DocCheck Community eine Vielzahl weiterer medizinischer Berufs- und Fachgruppen ab, beispielsweise Tierärzte, Hebammen, MFAs und Pfleger.

Als Full-Service Anbieter für qualitative und quantitative Studien steht bei DocCheck Research ein zehnköpfiges Team erfahrener Soziologen, Sozialwissenschaftler und Psychologen zur Verfügung. Aufgrund unserer hohen Expertise im Bereich Pharma-Marktforschung sind wir auch mit allen Fragen rund um Compliance und Pharmakovigilanz bestens vertraut.

DocCheck Research ist Mitgliedsinstitut bei BVM und DGOF und richtet sich nach den Verbandsregeln der ESOMAR.

Betreiber von DocCheck ist die DocCheck Community GmbH, ein 100%iges Tochterunternehmen der börsennotierten DocCheck AG.



# Unternehmensprofil

1

## Über welche Erfahrungen verfügt Ihr Unternehmen beim Angebot von Online-Stichproben zu Marktforschungszwecken?

DocCheck Research ist das Institut für Markt-, Meinungs- und Werbeforschung bei DocCheck Community GmbH, eine 100%ige Tochter der DocCheck AG. Gegründet im Jahr 1996 gehörte DocCheck Research zu den Vorreitern der Onlineforschung. Zunächst überwiegend als Felddienstleister tätig, hat sich DocCheck Research in den letzten Jahren als eigenständiges, unabhängiges Institut der Pharma-Marktforschung etabliert und baut seine Kompetenzen im Bereich der Full-Service-Marktforschung und Data Analytics sowie als Berater für strategische Markenführung stetig aus.

Namhafte Pharmaunternehmen und Anbieter von Healthcareprodukten schätzen unsere Arbeit und kommen bei Fragen rund um die Themen Pharma und Healthcare sowie Marktforschung und Marketing-Optimierung gerne auf uns zu. Darüber hinaus arbeiten wir mit vielen namhaften und international tätigen Marktforschungsinstituten zusammen.

Wir bieten ein umfassendes Methodenspektrum. Klassische quantitative und qualitative Ansätze zählen genauso zu unseren Schwerpunkten wie die strategische Markenführung, Werbewirkungsforschung, Co-Creation und Data-Analytics.

Durchschnittlich werden etwa 120 Studien im Jahr realisiert: DocCheck Research kann dementsprechend auf einen großen und über viele Jahre gesammelten Erfahrungsschatz in der Konzeption und Implementierung von meist online durchgeführten Studien zurückblicken.

Als Spezialist für den Branchenbereich Pharma und Healthcare richten wir unsere Prozesse effizient und effektiv nach den Vorgaben der Pharmakovigilanz sowie den Transparenz-Vorgaben der FSA aus. Zudem ist die

Berücksichtigung kundenindividueller Compliance-Vorgaben für uns selbstverständlich.

Als BVM- und DGOF-Mitglied verpflichten wir uns zur Einhaltung der für die Pharma-Marktforschung in Deutschland geltenden Branchen-Richtlinien wie ESOMAR.



# Stichprobenquellen & Rekrutierung

2

**Bitte beschreiben und erklären Sie die Art(en) von Datenquellen für Ihre Online-Stichproben (Datenbanken, aktiv verwaltete Panels, Direktmarketing-Listen, Soziale Netzwerke, Web Intercept Surveys).**

Die Teilnahme an den Umfragen ist freiwillig. Wir nutzen folgende Rekrutierungswege:

- DocCheck Online Panel, per Email-Einladung
- Kundenadressdaten, postalisch oder per Email (wenn Opt-In vorliegt)
- Zurekrutierung über Partner-Panel in Ausnahmefällen

Teilnehmer aus dem DocCheck Panel müssen sich zu Beginn der Umfrage mit Hilfe ihres DocCheck Logins authentifizieren. Hierdurch wird der Berufsstatus des Teilnehmers als Heilberufler sichergestellt (siehe auch Abschnitt zum "DocCheck Online Panel").

Neben dem DocCheck Panel werden in einzelnen Projekten zudem weitere Datenquellen genutzt: So greifen wir auf marktforschungsgeeignete Kunden-Adresslisten zurück, führen Onsite- oder Leser-Befragungen durch oder rekrutieren Umfrageteilnehmer auf Messen.

Teilnehmer, die auf Basis marktforschungsgeeigneter Kunden-Adresslisten zu Umfragen eingeladen werden, erhalten ihren Umfragelink per Post-Anschreiben. Die Qualität der hierfür zur Verfügung gestellten Daten obliegt der Verantwortung des Auftraggebers. Teilnehmer aus diesen Stichproben erhalten ihre Aufwandsentschädigung mittels Direktüberweisung. Eine Registrierung bei DocCheck ist in diesem Fall für die Umfrage-Teilnahme nicht erforderlich.

Bei einzelnen Marktforschungsprojekten nutzen wir auch Panels langjähriger Kooperationspartner, wenn die geforderte Stichprobe nicht oder nicht vollständig durch unser eigenes Panel abgedeckt werden kann, z.B. bei

Patientenbefragungen oder internationalen Befragungen von Healthcare Professionals.

3

**Wenn Sie Stichproben aus mehreren Quellen bereitstellen: Wie werden die verschiedenen Stichprobenquellen zusammengeführt, so dass Validität gewährleistet werden kann? Wie kann dies im zeitlichen Verlauf wiederholt werden, damit ein zuverlässiges Ergebnis sichergestellt werden kann? Wie gehen Sie mit möglichen Duplikaten von Teilnehmern aus verschiedenen Quellen um?**

Wenn wir zusätzlich über ein Partnerpanel oder eine vom Kunden bereitgestellte marktforschungsgeeignete Kontaktliste rekrutieren, führen wir vorab einen Datenbankabgleich durch. Aus den ersten Buchstaben des Vor- und Nachnamens und des Ortes wird ein alterner Code gebildet. Mit dieser Vorgehensweise können Mehrfachteilnahmen reduziert werden.

Ein 100%iger Ausschluss von Doppelteilnahmen ist nicht möglich, weshalb wir Kunden Single Source Studien empfehlen. Dies wird im Vorfeld mit ihnen abgestimmt.

4

**Werden die Rekrutierungsquellen ausschließlich für Marktforschungs-zwecke verwendet? Falls nicht, für welche anderen Zwecke werden sie verwendet?**

Das DocCheck Panel ist in die DocCheck Community eingebettet. Die übergreifende DocCheck Community erfüllt unterschiedlichste Funktionen: Registrierte Heilberufler erhalten die Möglichkeit, sich online zu informieren, an Fortbildungen teilzunehmen oder sich mit Kollegen bzw. anderen Experten auszutauschen.



# Stichprobenquellen & Rekrutierung

Vor diesem Hintergrund können die Panel-Mitglieder gleichzeitig auch User der DocCheck Community sein. In diesem Zusammenhang können sie im Rahmen des umfassenden Wissensmanagements bei DocCheck zu unterschiedlichsten Themen kontaktiert werden. Dabei bestimmen die User selbst, welche Kanäle sie abonnieren und welche Art der Informationen sie erhalten.

5

## Wie rekrutieren Sie Zielgruppen, die über das Internet nur schwer erreichbar sind?

Die Zielgruppe der Heilberufler ist generell sehr gut online und per eMail erreichbar.

Dennoch prüft DocCheck Research regelmäßig neue und alternative Möglichkeiten, weitere Teilnehmer für das DocCheck Panel zu gewinnen. So besuchen wir regelmäßig Kongresse und Messen für Heilberufler, um diese gezielt als Panelisten zu gewinnen oder schalten Anzeigen in Fachzeitschriften. Durch diese ergänzenden Maßnahmen konnte das Online-Panel in den letzten Jahren stets wachsen.

Bei schwer zu erreichenden Zielgruppen greifen wir unter anderem zusätzlich auf die postalische Rekrutierung, Phone-to-web oder Fax-to-web zurück oder nutzen Offline-Panels unserer Kooperationspartner für Rekrutierungszwecke.

6

**Wenn Sie bei einem bestimmten Projekt Ihre Stichprobe(n) mit denen anderer Anbieter ergänzen müssen, wie wählen Sie diese Anbieter aus? Enthalten Ihre Richtlinien grundsätzlich, dass Kunden im Voraus informiert werden, wenn ein Drittanbieter einbezogen wird?**

Im Normalfall wird kein externer Provider benötigt, da das Panel von DocCheck Research ausreichend groß ist, um die erforderlichen Samples bereit zu stellen.

In Einzelfällen wird versucht, mit Hilfe von Partner-Instituten zusätzliche Probanden zu rekrutieren. Zu diesem Zweck erfolgt ein Datenbankabgleich zwischen den Instituten.

Da bei dieser Vorgehensweise stets abgewogen werden muss, welchen Qualitätskriterien Vorrang gegeben wird (Single Source vs. Stichprobengröße), erfolgen diese Entscheidungen stets in enger Abstimmung mit dem Kunden unter Nennung der Partner-Institute.

Bei der Auswahl unserer Partner legen wir höchsten Wert auf Seriosität und Zuverlässigkeit. Wir arbeiten ausschließlich mit Instituten zusammen, die Mitglied eines oder mehrerer Branchenverbände sind. In der Regel besteht ein bereits langjähriges Vertrauensverhältnis.

Zudem schließen wir mit unseren Partnern entsprechende Rahmen- bzw. Projektverträge, NDAs und ADVs ab.



# Stichprobenziehung & Projektmanagement

7

**Welche Schritte unternehmen Sie, um eine repräsentative Stichprobe der untersuchten Grundgesamtheit zu erzielen?**

Die Stichprobenziehung für Umfragen erfolgt per Zufallsauswahl unter Berücksichtigung der Screening- und Quotenvorgaben des jeweiligen Studiendesigns aus dem DocCheck Panel. In Bezug auf Merkmale wie Berufsgruppe, Tätigkeitsbereich (Praxis/Klinik), Alter und Geschlecht erfolgt eine Vorselektion auf Stammdatenbasis. Zu Beginn jeder Umfrage werden diese Kriterien trotz Vorselektion stets erneut durch Screeningfragen überprüft.

Möglichst lange Feldzeiten sowie bis zu 10 Reminder über mehrere Wochen an wechselnden Tagen und Zeiten unterstützen darüber hinaus das Befüllen der Zufallsstichprobe mit dem Ziel einer maximal möglichen Ausschöpfungsquote.

Zusätzlich ermöglicht unsere Panel-Management-Software den Aus- oder Einschluss von Teilnehmern aus der Stichprobenziehung basierend auf vergangenen Studienteilnahmen, der Befragungsfrequenz und der Stammdaten.

Je nach Studienziel und Zielgruppe raten wir darüber hinaus unseren Kunden zur ergänzenden Postrekrutierung, sofern marktforschungsgeeignete Adressen dafür vorliegen.

8

**Verwenden Sie einen Umfrage-Router?**

Nein, DocCheck Research setzt aktuell keinen Router für Umfragen ein.

9

**Falls Sie einen Umfrage-Router verwenden: Bitte beschreiben Sie den Zuweisungsprozess des Routers. Wie entscheiden Sie, welche Umfragen für einen Teilnehmer in Betracht kommen können? Wonach erfolgt die vorrangige Zuweisung von Teilnehmern zu Umfragen?**

Die Frage trifft nicht zu, da DocCheck Research keinen Router für Umfragen einsetzt.

10

**Falls Sie einen Umfrage-Router verwenden: Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um mögliche Verzerrungen durch den Einsatz des Routers zu verhindern oder abzuschwächen?**

Die Frage trifft nicht zu, da DocCheck Research keinen Router für Umfragen einsetzt.

11

**Falls Sie einen Umfrage-Router verwenden: Wer legt in Ihrem Unternehmen die Parameter des Routers fest? Handelt es sich dabei um ein spezielles Team oder einzelne Projektmanager?**

Die Frage trifft nicht zu, da DocCheck Research keinen Router für Umfragen einsetzt.



# Stichprobenziehung & Projektmanagement

12

**Welche Profildaten der Befragten werden erfasst? Wie werden diese erfasst? Wie unterscheidet sich dies zwischen verschiedenen Rekrutierungsquellen? Wie werden die Daten aktuell gehalten? Falls keine Profildaten vorliegen, wie gehen Sie mit Studien mit geringer Inzidenz um?**

Die in der DocCheck Community hinterlegten Profildaten werden von den Mitgliedern freiwillig bereitgestellt. Sie umfassen zum einen personenbezogenen Daten wie Alter, Geschlecht, Land, Region und Sprache. Zum anderen enthalten sie berufsbezogene Informationen wie Fachgebiet, Tätigkeitsbereich und Zusatzbezeichnungen.

Lediglich der angegebene Heilberuf der Mitglieder ist eine Pflichtangabe und wird über die Einreichung eines Berufsnachweises verifiziert.

Die Panel-Mitglieder haben die Möglichkeit, ihre angegebenen Profildaten jederzeit selbstständig in Ihrem Login-Bereich zu ändern. Geben sie einen Arbeitsplatzwechsel an, wird automatisch ein aktualisierter Berufsnachweis von ihnen angefordert.

Am Ende einer jeden Befragung werden die Profilangaben des Teilnehmers eingeblendet und erfragt, ob es Änderungen gibt. Auch während einer Befragung besteht die Möglichkeit, Profildaten direkt zu aktualisieren, wenn sich innerhalb der Screeningfragen eine Abweichung zwischen dem Antwortverhalten und den hinterlegten Profildaten ergibt.

In regelmäßigen Abständen werden darüber hinaus alle Panel-Mitglieder per eMail dazu aufgefordert, ihrer Profilinformationen zu überprüfen und gegebenenfalls zu aktualisieren.

Entsprechend der Empfehlungen der FSA im Kontext von Antikorruptions-Maßnahmen führen viele Pharmahersteller nur dann mit monetä-

ren Aufwandsentschädigungen verbundene Marktforschungsstudien durch, wenn für die angestellten Heilberufler, insbesondere Klinikangestellten, der Nachweis einer sogenannten Dienstherrengenehmigung (DHG) erbracht wurde. Diese Maßnahme erschwert angestellten Heilberuflern den Zugang zur Teilnahme an Marktforschungsstudien. Um in diesem Kontext größtmögliche Repräsentativität zu realisieren, bietet DocCheck Research seinen Panelmitgliedern die Möglichkeit, im DocCheck Userprofil eine entsprechende DHG hochzuladen. Die generell hohe Akzeptanz der Übermittlung des persönlichen Berufsnachweises der Ärzte für die Registrierung bei DocCheck wirkt sich hierbei positiv auf die Bereitstellung der DHG aus. Auch bei Rückfragen der Klinikverwaltungen bieten wir den Panelisten beratende Unterstützung.

13

**Bitte beschreiben Sie Ihren Einladungsprozess für Umfragen. Welches Angebot erhalten Personen, um an einer Umfrage teilzunehmen? Welche Informationen zum Projekt werden im Einladungsprozess mitgeteilt? Abgesehen von der direkten Einladung zu einer Umfrage (oder zu einem Router), gibt es weitere Mittel mit denen Teilnehmer zu Umfragen eingeladen werden? Bitte beachten Sie, dass nicht alle Einladungen zur Teilnahme in Form von eMails erfolgen.**

Aufgrund des hohen praktischen Nutzens sowie der hohen Sichtbarkeit, online wie offline (Pharmazeutische Websites, DocCheck Plattform, Flexikon, News, Kongresse und Events), erreicht DocCheck hohe Bekanntheit und Glaubwürdigkeit – und dadurch sehr hohe Mitgliedszahlen, was sich positiv auf die Teilnahme bei Studien von DocCheck Research überträgt.

Wir nutzen in diesem Rahmen alle potenziellen Möglichkeiten, um die Heil-



# Stichprobenziehung & Projektmanagement

berufler anzusprechen in Abhängigkeit davon, wie diese am besten erreichbar sind und welche Kommunikationswege sie uns freigegeben haben.

Mit Hilfe regelmäßiger Rekrutierungs- und Aktivierungsmaßnahmen (postalisch, per Email, Banner, DocCheck Research InSite) werden DocCheck User und noch nicht registrierte Heilberufler regelmäßig zur Mitgliedschaft im DocCheck Panel eingeladen.

**Aus dem Panel heraus** erfolgt eine Einladung zu Umfragen in der Regel per **eMail**. In diesem Fall müssen sich die Teilnehmer aus dem DocCheck Panel zu Beginn der Umfrage mit Hilfe ihres DocCheck Logins authentifizieren. Hierdurch wird der Berufsstatus des Teilnehmers als Heilberufler sichergestellt.

**Außerhalb des Panels** nutzen wir unter anderem qualifizierte Kundenadressdaten für eine **postalische Einladung**. Teilnehmer, die auf Basis marktfor-schungsgeeigneter Kunden-Adresslisten zu Umfragen eingeladen werden, erhalten ihren Umfragelink per Post-Anschreiben. Auch eine Ansprache per eMail ist außerhalb des Panels möglich, sofern für die Community-Mitglieder ein Opt-In vorliegt. Darüber hinaus werden in die Community eingebettete **Banner** genutzt um gezielt zu Onsite- und Leser-Befragungen einzuladen.

Teilnehmer aus den Stichproben außerhalb des Panels erhalten ihre Aufwandsentschädigung mittels Direktüberweisung. Eine Registrierung bei DocCheck ist für die Umfrage-Teilnahme in diesem Fall nicht erforderlich.

Falls wir eine Studie in Kooperation mit einem **externen Partner-Panel** durchführen, weisen wir bei der Studieneinladung explizit darauf hin.

Mit jeder Einladung erhalten die Befragten Informationen über das Befragungsthema, der voraussichtlichen Länge der Umfrage und die Höhe der Aufwandsentschädigung. Weiterführende Informationen wie unsere AGBs

und Teilnahmebedingungen sind in der Einladung über einen Link hinterlegt. Wir stellen den Befragten darüber hinaus die Kontaktdaten der Projektleiter zur Verfügung, damit sie sich im Fall von Rückfragen an sie wenden können.

Wir weisen darauf hin, dass die Angaben absolut vertraulich und anonym behandelt werden. Wir versichern, dass die erhobenen Daten nur in anonymisierter Form verwendet werden und Rückschlüsse auf einzelne Personen nicht möglich sind.

Nur in Ausnahmefällen findet eine freiwillige De-Anonymisierung statt: Am Ende der Befragung werden die Teilnehmer um Erlaubnis für eine mögliche Kontaktaufnahme gebeten, sodass beispielsweise im Rahmen der Pharmakovigilanz Nachbefragungen stattfinden können.

14

**Bitte beschreiben Sie die Vergütung, die Befragten für die Teilnahme an Umfragen angeboten wird. Wie unterscheiden sich diese nach Stichprobenquelle, Länge des Interviews und Eigenschaften der Befragten?**

Die Höhe der Aufwandsentschädigung für die Umfrageteilnahme ist von der Länge der Befragung abhängig und orientiert sich an den üblichen Stundensätzen der medizinischen Fachkreise (GOÄ für Ärzte). Sie richtet sich zudem nach den Compliance-Vorgaben unserer Kunden. Unter bestimmten Umständen kann es auch eine Aufwandsentschädigung geben, wenn das Panel-Mitglied nicht zur gesuchten Zielgruppe gehört (Screen-out) oder die Quoten bereits erfüllt sind (Quota full).

Den Befragten wird am Ende jeder Umfrage die Möglichkeit geboten, sich die Aufwandsentschädigung auf ihrem DocCheck-Kundenkonto gutschreiben zu lassen oder den Betrag einer gemeinnützigen Organisation zu spenden.



# Stichprobenziehung & Projektmanagement

Das Kundenkonto ist ein kostenloses und jederzeit kündbares Konto, welches zum Sammeln von Honoraransprüchen gegenüber DocCheck dient. Die Summe der Aufwandsentschädigungen auf dem Kundenkonto wird quartalsweise auf ein vom Teilnehmer angegebenes Bankkonto überwiesen.

15

## Welche Informationen über ein Projekt benötigen Sie für eine präzise Einschätzung zur Machbarkeit, unter Nutzung Ihrer eigenen Ressourcen?

Idealerweise werden uns die folgenden Informationen bereitgestellt:

- Angestrebte Stichprobengröße
- Definition der Zielgruppe(n) inkl. möglicher Screening-Kriterien
- Inzidenzrate der Zielgruppe(n)
- Quoten-Vorgaben
- Befragungslänge
- Verfügbare Feldzeit
- Ausschluss-Kriterien (z.B. Vorwellen bei einer Tracking-Studie)
- Bei Nutzung marktforschungsgeeigneter Kunden-Adresslisten:  
Hohe Adressqualität für Datenbankabgleich

Falls zusätzlich aus einem Partner-Panel rekrutiert werden soll, benötigen wir darüber hinaus noch einen Datenbankabgleich.

16

## Messen Sie die Zufriedenheit Ihrer Teilnehmer? Werden diese Informationen für Kunden zugänglich gemacht?

Die Befragten erhalten am Ende jeder Umfrage standardisierte Fragen zur Zufriedenheit mit der technischen Umsetzung, Gestaltung, Verständlichkeit sowie dem Thema der Umfrage und können offen generelle Anmerkungen

oder Verbesserungsvorschläge angeben. Auf Wunsch stellen wir diese Informationen den Kunden zur Verfügung.

Unabhängig von der Feedback-Möglichkeit in einzelnen Umfragen können die Panel-Mitglieder jederzeit per eMail oder telefonisch Kontakt mit uns aufnehmen, um Anregungen oder Kritik mit uns zu teilen. Dafür wird im Rahmen jeder Umfrageeinladung ein persönlicher Ansprechpartner mitgeteilt.

17

## Welche Informationen stellen Sie Ihren Kunden für eine Auswertung nach Abschluss des Projektes zur Verfügung?

Unsere Kunden erhalten bereits während der Feldzeit Zugang zu einem Online-Reporting-Tool, welches ihnen eine Übersicht über folgende Informationen bereitstellt:

- Aktuelle Verteilung der Antworten bei den geschlossenen Fragen
- Wortlaute der Befragten bei den offenen Fragen
- Anzahl der abgeschlossenen Interviews (Completes)
- Screen-outs
- Quota fulls
- Abbruchrate
- Durchschnittliche Befragungslänge

Eine Identifikation der Befragten wird so weit als möglich reduziert, indem die Datenextrakte vollständig anonymisiert werden. Im Live-Tracking kann jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden, dass aufgrund des Antwortverhaltens ein Rückschluss auf einzelne Personen in Ausnahmefällen erfolgen kann (z.B. Befragter macht in offener Nennung bewusst persönliche Angaben).



# Datenqualität & Validierung

18

**Wer ist für die Prüfung der Datenqualität verantwortlich? Wenn Sie es selbst sind, haben Sie Prozesse etabliert, um unerwünschtes Umfrageverhalten zu reduzieren oder auszuschließen, wie z.B. (a) zufälliges Antworten, (b) unlogisches oder inkonsistentes Antworten, (c) übermäßiger Gebrauch von Items (z.B. "Weiß nicht") oder (d) Speeding (zu schnelles Ausfüllen der Umfrage)? Bitte beschreiben Sie diese Prozesse.**

Die Datenqualität wird sowohl während als auch nach der Befragung geprüft. Während der laufenden Befragung wird ein eigener Prüfprozess eingesetzt, um unerwünschtes Umfrageverhalten zu identifizieren. Hierbei wird in erster Linie die Ausfüllzeit des Fragebogens, die Art und Länge der offenen Antworten und ggfs. der Grad der Variabilität bei Matrixfragen geprüft. Auffällige Interviews werden aussortiert und gelangen nicht in den finalen Datensatz. Personen, welche mehrfach unerwünschtes Umfrageverhalten gezeigt haben, werden in einer Liste geführt. Sie können von künftigen Studien ausgeschlossen werden.

Vor Feldende werden die Rohdaten abschließend hinsichtlich der Datenqualität geprüft.

19

**Wie häufig kann eine Person innerhalb eines bestimmten Zeitraumes für Umfrageteilnahmen kontaktiert werden, unabhängig davon, ob die Person teilnimmt oder nicht? Wie unterscheidet sich dies zwischen Stichprobenquellen?**

Eine fest definierte Obergrenze für die Häufigkeit von Umfrageeinladungen besteht nicht, jedoch wird angestrebt, dass möglichst viele Personen die Chance erhalten, an Umfragen teilzunehmen, ohne zu aufdringlich zu wirken.

Somit wird bevorzugt der Personenkreis für die Zufallsauswahl einbezogen, der seit mehr als einem Monat nicht an Umfragen teilgenommen hat.

Bei Tracking-Studien wird auf Kundenwunsch und sofern es bei der jeweiligen Zielgruppe möglich ist, bei Folgewellen eine neue Stichprobe (fresh sample) gewählt, so dass Teilnehmer aus Vorwellen nicht unmittelbar erneut zum gleichen Thema befragt werden.

Der Versand von Remindern ist in vielen Fällen nicht erforderlich, da das Panel für die meisten Zielgruppen eine ausreichende Größe aufweist.

20

**Wie häufig kann eine Person innerhalb eines bestimmten Zeitraums an Umfragen teilnehmen? Wie unterscheidet sich dies zwischen Stichprobenquellen? Wie handhaben Sie dies innerhalb von Kategorien und/oder Zeiträumen?**

Eine fest definierte Obergrenze für die Häufigkeit von Umfrageteilnahmen besteht nicht, allerdings ist der Anfragedruck auf einzelne Teilnehmer selten höher als einmal pro Woche.

Im Rahmen von Tracking-Studien kann es vorkommen, dass dieselben Befragungsteilnehmer wie in der Vorwelle an der Befragung teilnehmen oder auf Kundenwunsch diese explizit ausgeschlossen werden (fresh sample).



# Datenqualität & Validierung

21

**Erfassen Sie Daten Ihrer Befragten auf individueller Ebene wie z.B. die Teilnehmer-Historie, Anmeldedatum, Herkunft etc.? Können Sie Ihren Kunden eine projektbezogene Auswertung solcher individueller Daten zur Verfügung stellen?**

DocCheck speichert das Datum der Registrierung zur Community sowie das Freischaltungsdatum für das DocCheck Passwort nach Einreichung des Berufsnachweises.

Darüber hinaus wird die komplette Teilnahme-Historie gespeichert. Diese kann jederzeit von den Panel-Mitgliedern über ihr Kundenkonto eingesehen werden. Bei jeder Studie werden der Titel, das Teilnahmedatum sowie die Höhe der Aufwandsentschädigung im Profil erfasst.

Diese Angaben dienen dem internen Gebrauch, könnten aber grundsätzlich bei Bedarf in anonymisierter und aggregierter Form dem Kunden zur Verfügung gestellt werden.

22

**Haben Sie ein Verfahren zur Identitätsprüfung Ihrer Befragten? Haben Sie Verfahren, um betrügerische Teilnehmer aufzudecken? Bitte beschreiben Sie diese Verfahren so wie sie im Registrierungsprozess und/oder zum Zeitpunkt des Teilnahmebeginns an einer Umfrage oder eines Routers angewendet werden. Falls Sie b2b-Stichproben anbieten, welche Verfahren gibt es dort?**

Im Rahmen des Registrierungsprozesses für die DocCheck Community erfolgen stets nachstehende Überprüfungen.

- Die eMail-Adresse wird auf Eindeutigkeit überprüft, um Mehrfachanmeldungen auszuschließen.

- Die eMail-Adresse muss per Bestätigungslink verifiziert werden, um ungültige Adressen auszuschließen (Double-Opt-In).
- Für die Freischaltung als Heilberufler ist die Zusendung eines Berufsnachweises erforderlich, z.B. in Form einer Kopie des Arzt-/Apothekerausweises oder der Approbationsurkunde. Entsprechend werden diese Heilberufler auch bei Befragungsteilnahme ihrer Berufsgruppe zugeordnet.

Wir können daher bei den Heilberuflern in unserem Panel sicherstellen, dass es sich nicht um betrügerische Umfrageteilnehmer handelt.

Die Panel-Mitglieder können an Umfragen, zu denen sie eingeladen werden, nur nach Eingabe der DocCheck Zugangsdaten teilnehmen. Hierdurch stellen wir sicher, dass nur die tatsächlich eingeladenen Personen an den Befragungen teilnehmen.





# Richtlinien & Einhaltung

23

**Bitte beschreiben Sie die Prozesse zum "Opt-In für Marktforschung" für alle Ihre Stichprobenquellen.**

Potenzielle Panel-Mitglieder müssen sich zunächst für die DocCheck Community registrieren und hierbei ihre persönlichen Daten hinterlegen. Anschließend erhalten sie eine eMail, um die Teilnahme an den DocCheck Services, zu denen u.a. die Teilnahme an Marktforschungsstudien zählt, zu bestätigen (Double Opt-In).

Nach der Akkreditierung mittels Berufsnachweis wird ein User in das DocCheck Panel aufgenommen und hat die Möglichkeit, an Umfragen teilzunehmen.

24

**Bitte stellen Sie einen Link zu Ihren Datenschutzbestimmungen zur Verfügung. Wie werden die Datenschutzbestimmungen Ihren Befragten zur Verfügung gestellt?**

DocCheck Research achtet stets gewissenhaft auf die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen gemäß DSGVO. Vor jeder Teilnahme werden die Befragten im Rahmen der Studieneinladung auf die Datenschutzbestimmungen hingewiesen und erhalten die Möglichkeit, diese vor dem Start der Umfrage einzusehen. Darüber hinaus sind die Datenschutzbestimmungen jederzeit auf der DocCheck-Website abrufbar:

<http://info.doccheck.com/de/privacy/>

25

**Bitte beschreiben Sie die Maßnahmen, mit denen Sie den Datenschutz und die Datensicherheit gewährleisten.**

Als BVM- und DGOF-Mitglied achten wir selbstverständlich auf die Einhaltung der für die Marktforschung in Deutschland geltenden Datenschutz-Richtlinien gemäß DSGVO. Die Teilnahme an unseren Umfragen erfolgt stets freiwillig. Auf die aktuellen Datenschutzbestimmungen sowie das Ziel der Datenerhebung wird stets vor Umfragestart im Rahmen der Einladung hingewiesen.

Um die Datenschutzvorgaben stets zu gewährleisten, greifen verschiedene Maßnahmen ineinander:

- Sämtliche Projektmanager werden regelmäßig, mind. einmal jährlich sowie im Rahmen der Einarbeitung in Bezug auf die aktuellen Datenschutzrichtlinien geschult.
- Für das Projektmanagement gibt es klar formulierte und im Intranet hinterlegte Standardprozesse und Verfahrensverzeichnisse für alle gängigen Befragungs-, Rekrutierungs- und Datenverarbeitungsvorgänge (SOP).
- Sämtliche von uns verarbeitete Daten werden auf Servern in Deutschland gespeichert.
- Die hauseigene IT-Abteilung achtet stets auf die Implementierung aktueller und empfehlenswerter Sicherungs- und Verschlüsselungssysteme und stellt entsprechende Dokumentationen zur Verfügung.
- Es werden nur solche Daten erhoben und gespeichert, die für den geschäftlichen Betrieb bzw. die Erfüllung des Forschungszwecks gebraucht werden (Datenminimalismus).
- Mit dem Beenden der DocCheck-Mitgliedschaft werden alle persönlichen Daten unmittelbar und unwiderruflich gelöscht, sofern keine gesetzliche Aufbewahrungspflicht dagegen spricht.



# Richtlinien & Einhaltung

- Um den notwendigen Qualitätsansprüchen nachhaltig gerecht zu werden, steht den Mitarbeitern ein firmeninterner Datenschutzbeauftragter zur Verfügung, der gemäß den Anforderungen der DSGVO die Einhaltung aller Richtlinien sowie die Implementierung und Umsetzung neuer Datenschutzrichtlinien begleitet und überwacht.

26

## Wonach entscheiden Sie, inwieweit Online-Marktforschung eingesetzt werden kann, wenn den Umfrageteilnehmern vertrauliche Kundendaten oder Materialien gezeigt werden?

Dies geschieht in Abstimmung mit dem Kunden und den kunden-spezifischen Bestimmungen bei Präsentation vertraulicher Daten oder Materialien. Alle Kunden werden auf die Risiken hingewiesen, die mit der Veröffentlichung vertraulicher Informationen im Internet verbunden sind.

Gemäß den Kundenbestimmungen werden die Umfrageteilnehmer darauf hingewiesen, dass die während eines Interviews erhaltenen Informationen und Materialien lediglich zur Beantwortung der Fragen relevant sind und nicht an Dritte weitergegeben werden dürfen.

Zudem werden im Falle der Anzeige vertraulicher Materialien diese stets in unsere Online-Umfragen eingebettet, auf die die Befragten nur einen einmaligen Zugriff haben, sodass sie diese nicht erneut abrufen können (Rückbutton ist i.d.R. deaktiviert). Auf diese Weise sollen die Zugriffsmög-lichkeiten minimiert werden.

27

## Sind Sie im Rahmen eines spezifischen Qualitätssystems zertifiziert? Falls ja, in welchem?

DocCheck Research ist Mitglied in den wichtigsten nationalen und internationalen Marktforschungsorganisationen wie dem BVM (Berufsverband Deutscher Sozial- und Marktforscher), der ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) und der DGOF (Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung).

Mit unseren Mitgliedschaften haben wir uns verpflichtet, die Richtlinien der Markt- und Sozialforschung einzuhalten. Gern erkennen wir damit folgende ethische und rechtliche Prinzipien an:

- Wissenschaftlichkeit der Vorgehensweise
- Strikte Trennung von Forschung und forschungsfremden Tätigkeiten
- Freiwilligkeit der Teilnahme
- Anonyme Datenerhebung
- Datenschutz unter Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften

Unsere Mitarbeiter nehmen regelmäßig an Fortbildungen, Arbeitsgruppen und Konferenzen teil, die unter der Federführung oben genannter Institu-tionen stattfinden.

28

## Führen Sie Online-Befragungen mit Kindern und Jugendlichen durch? Falls ja, befolgen Sie hierbei die entsprechenden ESOMAR-Standards? Welche anderen Regeln oder Standards (z.B. COPPA in den USA) befolgen Sie?

DocCheck Research führt in der Regel keine Studien mit Kindern oder Jugendlichen durch.



## Kontakt



**Anja Wenke**

Head of DocCheck Research

+49 221 92053-512

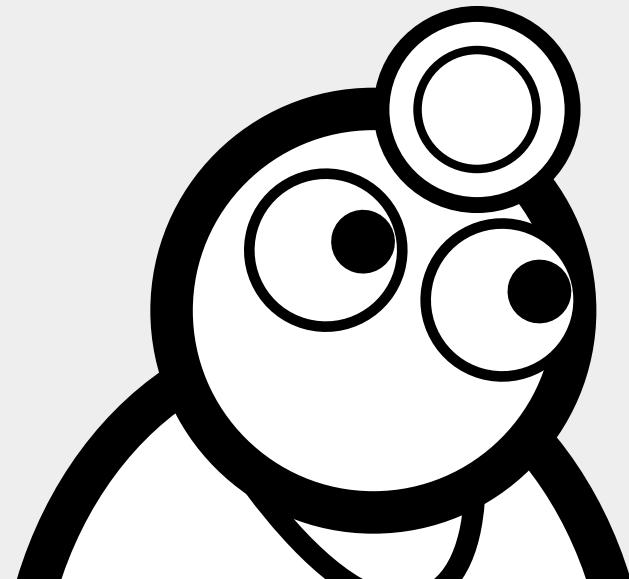
[anja.wenke@doccheck.com](mailto:anja.wenke@doccheck.com)



[dc-research@doccheck.com](mailto:dc-research@doccheck.com)



[research.doccheck.com](http://research.doccheck.com)



**DocCheck Research**  
Close to Healthcare