

## **Werbung für Studien über Social Media Kanäle**

Die Ethik-Kommission weist darauf hin, dass Werbung für Studien über Social Media Kanäle aus datenschutzrechtlicher Sicht nur zulässig ist, wenn die Kommentarfunktion abgeschaltet wird, da sonst die Pseudonymisierung u. U. aufgehoben wird.

Außerdem können Kommentare die Rekrutierung beeinflussen (z. B. gesteigerte/verringerte Bereitschaft zur Teilnahme, Veränderung der teilnehmenden Population) und sich somit auf die Studiendurchführung und die Ergebnisse auswirken.