



Pressemeldung

Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung spricht Missbilligung gegenüber einem Online-Panelanbieter aus

Berlin, 07. Februar 2025 – Aufgrund der Beschwerde einer Teilnehmerin eines Online-Panels hat der Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung das Verhalten des Online- Panelanbieters missbilligt. Der Rat kritisiert in seinem Beschluss das Verhalten des Panelanbieters gegenüber der von Sperrung betroffenen Panelteilnehmerin und die rückwirkende Einbehaltung ihres gesamten Guthabens. Dieses Verhalten bewertet der Rat nicht als fairen Umgang mit Befragungsteilnehmern und spricht daher eine Missbilligung aus.

Die Teilnehmerin eines Online-Access-Panels wandte sich mit einer Beschwerde an den Rat, da nach der letzten Auszahlungsanforderung ihr Konto gesperrt wurde. Ein Online-Access-Panel ist ein Pool registrierter Personen, die sich zur Teilnahme an Online-Studien bereit erklärt haben. Die Studienteilnahme wird i.d.R. vergütet. Der Panelanbieter hatte die Teilnehmerin weder aktiv über den Umstand der Kontosperrung informiert noch eine Begründung dafür gegeben. Die Teilnehmerin forderte den Panelanbieter mehrfach vergeblich zur Auszahlung des Restguthabens auf. Erst nachdem sie den Panelanbieter über die Einschaltung der Verbraucherzentrale und des Rates informierte, wurde ihr als Grund für die Sperrung ihr nicht gewissenhaftes Antwortverhalten mitgeteilt. Aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Panelanbieters ergibt sich, dass im Falle einer Kontoschließung das gesamte nicht eingelöste Guthaben verfällt. Diese schematische Regelung stellt aus der Sicht des Rates eine unangemessene Benachteiligung der Teilnehmenden dar, weil dadurch in vielen Fällen auch beanstandungsfrei erzieltes Guthaben einbehalten wird. Hierfür ist keine Rechtfertigung ersichtlich.

Darüber hinaus kritisiert der Rat, dass das Konto ohne jegliche Information an die Betroffene gesperrt und damit auch kein Grund für die Sperrung mitgeteilt wurde. In der Gesamtschau werden Betroffene ein solches Vorgehen nicht nachvollziehen können. Es ist geeignet, den Ruf der Forschung ungerechtfertigt zu beschädigen und das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Markt- und Sozialforschung zu beeinträchtigen. Zwar wird grundsätzlich das Bedürfnis des Panelanbieters anerkannt, Teilnehmende, die nicht verwertbare Antworten geben oder betrügerisch agieren, mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand zu identifizieren und auszuschließen. Hier handelt der Panelanbieter aus Sicht der zuständigen Kammer jedoch einseitig zu Lasten der Teilnehmenden. Der Rat vertritt insbesondere den Standpunkt, dass beanstandungsfrei erzielte Beiträge den Teilnehmenden prinzipiell zustehen. Auch weil Panelanbieter gezielt mit dem Anreiz werben, durch Teilnahme an Befragungen monetäres Guthaben zu generieren. Bei der Bemessung der Sanktionshöhe wurde berücksichtigt, dass es sich zwar um keinen Einzelfall handelt, der Panelanbieter aber responsiv und lösungsorientiert war, wenn auch nur auf Verlangen. Das Konto der Panelteilnehmerin wurde schließlich wieder freigeschaltet und das Guthaben ausgezahlt.

Der Rat kann Sanktionen gegen Akteure in der Markt- und Sozialforschung erteilen und entsprechend veröffentlichen. Eine Missbilligung ist eine deutliche Kritik am Verhalten des Beschwerdegegners. Die Schwere des Verstoßes ist nicht mehr nur minderschwer, eine öffentliche Rüge mit Nennung des Beschwerdegegners erscheint aufgrund des Verhaltens des Beschwerdegegners oder der sonstigen Umstände des Sachverhalts jedoch nicht angemessen.

Zum Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung e.V.

Der Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung, von den Verbänden ADM, ASI, BVM und DGOF getragen, steht für Redlichkeit und Qualität in der Markt- und Sozialforschung. Ziel des Rates ist, das Ansehen und die Qualität der Markt- und Sozialforschung zu wahren und zu fördern. Der Rat prüft auf Antrag Verstöße gegen die Berufsgrundsätze, Standesregeln oder Qualitätsstandards und kann begründete Verstöße sanktionieren, vom nicht-öffentlichen Hinweis bis hin zur schärfsten Sanktion, der veröffentlichten Rüge. An den Rat kann sich jede/r wenden, der sich als Befragte/r, Auftraggeber, Wettbewerber oder sonst unmittelbar Betroffene/r in ihren/seinen Rechten verletzt sieht.

Kontakt: Prof. Dr. Raimund Wildner, geschaeftsstelle@rat-marktforschung.de, Tel. +49 30 9203128-60

Friedrichstraße 187
10117 Berlin

T +49 30 920 3128 60
F +49 30 920 3128 10

geschaeftsstelle@rat-marktforschung.de
www.rat-marktforschung.de

Vorstand:
Prof. Dr. Raimund Wildner (Vors.)
Dr. Jette Schröder (Stv. Vors.)

Geschäftsführung:
Heiko Gothe