



## Pressemitteilung

### Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung missbilligt Auszahlungspraxis eines Online-Panelanbieters

**Berlin, 04. Februar 2026 – Der Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung macht deutlich, dass es nicht akzeptabel ist, wenn die Auszahlung einer Befragtenvergütung innerhalb von zwei Wochen versprochen wird, diese aber erst nach neun Wochen erfolgt. Aufgrund der Beschwerde eines Teilnehmers eines Online-Access-Panels spricht er eine Missbilligung aus, da ein solcher Umgang den Grundsatz verletzt, das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Markt- und Sozialforschung nicht zu beeinträchtigen.**

Ein Teilnehmer eines Online-Access-Panels wandte sich an den Rat, weil seine Vergütung trotz erfolgter Teilnahme an einer Umfrage und wiederholter Nachfrage nicht ausgezahlt wurde. Ein Online-Access-Panel ist ein Pool registrierter Personen, die sich zur Teilnahme an Online-Studien bereit erklärt haben. Die Teilnahme an solchen Befragungen wird in der Regel vergütet. Aus der Einladungs-E-Mail des Online-Panels an den Beschwerdeführer ging hervor, dass die Auszahlung innerhalb einer Frist von zwei Wochen erfolgen sollte. Nach Abschluss der Umfrage wurde zudem eine Auszahlung innerhalb von zwei bis drei Wochen angekündigt. Tatsächlich erfolgte die Auszahlung jedoch erst nach etwa neun Wochen.

Der Rat betont in seiner Begründung, dass eine derartige Auszahlungspraxis die Bemühungen konterkariert, die Teilnahmebereitschaft an Umfragen in der Öffentlichkeit zu erhalten und zu fördern. Dies gilt insbesondere, da im konkreten Fall ohne jegliche Einschränkung mit einer schnellen Auszahlung geworben wurde. Zu Gunsten des Online-Panelanbieters wurde berücksichtigt, dass dessen Support-Team auf Nachfragen des Panelteilnehmers stets reagierte. Erschwerend kam hinzu, dass der Beschwerdegegner der Aufforderung zur Stellungnahme nicht nachkam. Damit war für den Rat nicht erkennbar, dass der Panelanbieter intern geeignete Maßnahmen zur Lösung des Problems ergriffen hat.

Der Rat kann Sanktionen gegen Akteure der Markt- und Sozialforschung erteilen und diese entsprechend veröffentlichen. Eine Missbilligung ist die zweitschärfste Sanktion und damit eine deutliche Kritik am Verhalten des Beschwerdegegners. Erst bei der schärfsten Sanktion, der Rüge, wird auch die Identität des Beschwerdegegners veröffentlicht.

Der Rat weist darauf hin, dass die Auszahlungspraxis von Online-Access-Panelanbietern seit geraumer Zeit Grundlage von Beschwerden ist. Vor diesem Hintergrund erwartet der Rat, dass Panelanbieter ihre Auszahlungspraxis kritisch überprüfen und gegebenenfalls verbessern, um vergleichbare Probleme künftig zu vermeiden.

#### **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](mailto: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](mailto:geschaeftsstelle@rat-marktforschung.de)  
[www.rat-marktforschung.de](http://www.rat-marktforschung.de)  
[linkedin.com/company/rat-marktforschung/](https://www.linkedin.com/company/rat-marktforschung/)

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

Geschäftsführung:  
Heiko Gothe