



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

DER BESCHWERDERAT

Az. 08/2011

Im Beschwerdeverfahren

Herr [REDACTED]
[REDACTED]

- Beschwerdeführer -

g e g e n

The Nielsen Company (Germany) GmbH
Insterburger Str. 16
D – 60487 Frankfurt/Main

- beschwerte Partei -

ergeht folgender Beschluss:

In Wahrnehmung seiner Aufgabe im Rahmen der Selbstkontrolle der Deutschen Markt- und Sozialforschung spricht die 1. Kammer des Beschwerderats im Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung e.V. nach einem schriftlichen Verfahren gemäß § 4 der Beschwerdeordnung eine

Rüge

aus an das Unternehmen THE NIELSEN COMPANY (GERMANY) GMBH wegen erheblicher Verstöße gegen die Standesregeln und Berufsgrundsätze der deutschen Markt- und Sozialforschung.

Die Entscheidung ist zur Veröffentlichung vorgesehen.

Es ergeht außerdem folgender Kostenbeschluss:

Beide Parteien tragen ihre eigenen Kosten.



I. Zuständigkeit

Das Verhalten der beschwerten Partei fällt gemäß § 1 (2) der Beschwerdeordnung (BO) in die Zuständigkeit des Rats der Deutschen Markt- und Sozialforschung, da es sich bei der THE NIELSEN COMPANY (GERMANY) GMBH (im Folgenden kurz: NIELSEN) um ein Marktforschungsunternehmen mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland handelt und auch die NIELSEN-Untersuchungen, auf die sich die Beschwerde bezieht, in Deutschland rekrutiert und betrieben werden.

Der Beschwerdeführer, Herr [REDACTED], ist als von NIELSEN angefragte Testperson gemäß § 2 (1) BO beschwerdeberechtigt, weil er zu der dort explizit als beschwerdeberechtigt benannten Gruppe der "*Befragten*" zählt.

II. Argumente der Parteien und Sachverhalt

Beide Parteien haben Stellung genommen. Aus der von der Beschwerdeführerin eingereichten Beschwerde und den Repliken der beschwerten Partei ergibt sich für den Beschwerderat folgendes Bild:

Der Beschwerde wurde am 21. Juni 2011 eingereicht.

Der Beschwerdeführer wendet sich zum einen gegen das NIELSEN Programm "WERDEN SIE NIELSEN PARTNER", zu dem er eingeladen worden war. Dabei handelt es sich um ein klassisches Haushaltspanel, bei dem die getätigten Einkäufe und Preise registriert werden sollen. Er empfindet es als schäbig, dass für die Teilnahme nur Sachprämien, aber keine Vergütung in Form von Bargeld gezahlt wird.

Der Beschwerdeführer wendet sich zweitens gegen eine "*Panelmitgliedschaftsvereinbarung*" samt zugehörigen "*Datenschutzbestimmungen*", die er vor Aufnahme einer Tätigkeit als Panelmitglied im Online Access-Panel NIELSEN/NET RATING "*Gestalten Sie die Zukunft des Internet*" unterzeichnen sollte. Er beanstandet insbesondere:



1. dass NIELSEN auf den Computer des Panelteilnehmers eine Software aufspielt, die alle Internetaktivitäten des Benutzers kontrolliert und auch Dokumente auf dem Rechner einsehen kann. Unter Umständen hätten nicht nur NIELSEN, sondern auch Dritte Zugang zu dieser Software;
2. dass aus den Datenschutzbestimmungen hervorgeht, dass NIELSEN die personenbezogenen Daten der Panelteilnehmer ins Ausland (USA, Indien) weiterleitet, wo die Datenschutzbestimmungen weniger streng sind als in Deutschland;
3. dass NIELSEN den Panelteilnehmern als Gegenleistung für die Teilnahme so genannte "*kostenlose Vorteilsangebote*" unterbreiten will. Dabei handle es sich in Wirklichkeit um Werbung. Der Beschwerdeführer stuft dies als Verstoß gegen die Deutsche Erklärung zum ICC/ESOMAR-Kodex ein.

NIELSEN hat im Laufe des Verfahrens vor dem Beschwerderats zu diesen Vorwürfen zwei kurze Schreiben eingereicht.

Die Sichtweise der NIELSEN-Geschäftsleitung zur Angelegenheit der Bezahlung im Falle des Konsumentenpanels "WERDEN SIE NIELSEN PARTNER" ergibt sich zunächst aus der eingereichten Kopie eines Antwortschreibens an den Beschwerdeführers vom 30. Juni 2011, also noch vor Einleitung des Beschwerdeverfahrens, unterzeichnet von Herrn R. Ford Dallmayer sowie Herrn Ivar Michaelsen. NIELSEN wies den Beschwerdeführer in diesem Schreiben darauf hin, er sei nicht verpflichtet, das Angebot anzunehmen und bot an, ihn in eine Sperrliste aufzunehmen, so dass künftig keine Rekrutierungsmails mehr von NIELSEN oder seinen Partnern an ihn versandt würden. Es wurde versichert, dass NIELSEN bei dieser Untersuchung die deutschen und europäischen Datenschutzbestimmungen einhalte.

In einem weiteren Schreiben vom 18. Oktober 2011 nahm NIELSEN Stellung zu beiden Problemfeldern.

In Zusammenhang mit dem Haushaltspanel wies NIELSEN darauf hin, dass es unverfälschte Informationen erhalten wolle. Die Gestaltung der Entlohnung oblie-



ge den Anbietern. Testpersonen könnten das Angebot akzeptieren oder ablehnen.

Bezüglich der Teilnahmebedingungen zum Online Access-Panel führte NIELSEN durch dieselben Unterzeichnenden wie bei dem ersten Schreiben aus:

"Nielsen richtet sich nach deutschen und anderen geltenden Gesetzen hinsichtlich der Interaktion mit seinen Online-Panelisten und der Verwendung von Informationen, die sich auf entsprechende Teilnehmer und ihre Internetverbindung beziehen. Darüber hinaus setzen wir neben Datenschutzrichtlinien – auf bewährte Verfahren, um zu jeder Zeit und in jeglicher Hinsicht Informationen, die sich auf unsere Panelisten beziehen, oder die wir von ihnen erhalten, vor unautorisierter Verwendung zu schützen. Eine enge Zusammenarbeit mit unseren internen Datenschutzbeauftragten als auch externen Datenschutzbehörden – sowohl national als auch EU-weit – wird kontinuierlich intensiviert."

III. Relevante Richtlinien

Die beschwerte Partei NIELSEN ist ein Marktforschungsinstitut, für das die berufsethischen Prinzipien, Standesregeln und Richtlinien gelten, die die deutsche Markt-, Meinungs- und Sozialforschung im Rahmen der Selbstregulierung entwickelt und verabschiedet hat.

Nach § 1 BO prüft der Beschwerderat, ob Verstöße gegen die allgemein anerkannten Berufsgrundsätze und Standesregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung vorliegen, insbes. festgeschrieben im "ICC/ESOMAR Internationalen Kodex für die Markt- und Sozialforschung" einschließlich der vorangestellten "Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland", den "Standards zur Qualitätssicherung in der deutschen Markt- und Sozialforschung" und in den verschiedenen gemeinsamen Richtlinien der Verbände ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V., Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI), BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. sowie Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF).



Aus dem grundlegenden ICC/ESOMAR-Kodex sind vorliegend folgende Bestimmungen unmittelbar relevant:

"Artikel 7

(f) Grenzüberschreitende Übermittlungen

Besondere Sorgfalt ist geboten, um die Datenschutzrechte von Einzelpersonen zu wahren, wenn personenbezogene Daten vom Erhebungsland in ein anderes Land übermittelt werden.

Wenn die Datenverarbeitung in einem anderen Land durchgeführt wird, müssen alle notwendigen Schritte unternommen werden, damit angemessene Sicherheitsmaßnahmen beachtet und die Datenschutzprinzipien des Kodex eingehalten werden."

Mit der "Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland zum ICC/ESOMAR-Kodex" wird der ICC/ESOMAR-Kodex für Deutschland ausdrücklich übernommen und vor allem hinsichtlich des Anonymisierungsgebots, nämlich dass Befragungsdaten ausschließlich in anonymisierter Form genutzt werden dürfen, erweitert:

"4. Anonymisierungsgebot und Übermittlung

Daten, die bei natürlichen oder juristischen Personen durch Befragung, Beobachtung, Aufzeichnung oder auf andere Art erhoben werden, dürfen an den Auftraggeber und andere Dritte (einschließlich interner Stellen) nur in einer Form übermittelt werden, die die Teilnehmer der Untersuchung nicht erkennen lässt oder identifizierbar macht. Diesem strikten Anonymisierungsgebot entspricht, dass die erhobenen Daten ausschließlich in anonymisierter Form genutzt werden dürfen.

Das Anonymisierungsgebot kann nicht dadurch aufgehoben werden, dass die betroffenen Personen in die Übermittlung oder Nutzung der erhobenen Daten in nicht anonymisierter Form einwilligen. Wegen dieses Anonymisierungsvorrangs darf in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung eine solche Einwilligung nicht eingeholt werden.

...

Eine Übermittlung der erhobenen Daten in nicht anonymisierter Form ist nur zwischen Forschungsinstituten und zur ausschließlichen Nutzung für wissenschaftliche Forschung zulässig. Sie muss zwischen den beteiligten Forschungsinstituten vorab vertraglich geregelt werden."

Zum Anwendungs- und Geltungsbereich der Zusatzklärung wird betont:

"2. Anwendung und Geltung

Die im folgenden festgelegten berufsethischen Prinzipien und berufsständischen Verhaltensregeln sind Bestandteil der Berufsgrundsätze und Standesregeln der deutschen Markt-, Meinungs- und Sozialforschung, die immer zu beachten sind, wenn Untersuchungen der Markt- und Sozialforschung in Deutschland oder von Deutschland aus durchgeführt werden."



Dies bedeutet: Die Vorschriften der Zusatzerklärung gelten für jegliche in Deutschland durchgeführte Umfragen bzw. Marktforschung, auch wenn diese von ausländischen Unternehmen und/oder vom Ausland aus vorgenommen werden sollten. Jeder in Deutschland tätige Umfrageforscher ist an das Anonymisierungsgebot und ebenso an das Gebot der Abgrenzung gegenüber forschungsfremden Tätigkeiten – insbesondere Marketing und Werbung – gebunden.

Aus der "*Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung*" sind die Abschnitte 3.5, 4.6 und 4.7.2 relevant. Die dort beschriebenen Grundsätze der Anonymisierung bzw. Pseudonymisierung werden in der "*Richtlinie für Online-Befragungen*" auf den vorliegende Umfragetyp (Online-Erhebung, Online Access Panel) angewandt, darum sei hier nur letztere zitiert (Abschnitte 6 und 7):

"6. Anonymisierung der erhobenen Daten

Auch online erhobene Daten dürfen – wie stets in der Markt- und Sozialforschung – nur in anonymisierter Form verarbeitet und an den Auftraggeber der Untersuchung oder an andere Stellen übermittelt werden. Eine Übermittlung in personenbezogener Form ist nur im Rahmen der Zusammenarbeit von Forschungsinstituten am selben Forschungsprojekt zulässig und soweit sie zur Erreichung des Forschungsziels erforderlich ist. Die Befragten müssen entsprechend informiert werden. (Zu dieser Problematik sei nochmals auf die "Richtlinie für den Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung" verwiesen.)

Die Erhebung von Namen und Adressen der Teilnehmer erfolgt auch bei Online-Befragungen ausschließlich zu Zwecken der Qualitätskontrolle sowie zur Durchführung von Folge- bzw. Wiederholungs-Befragungen. Die Behandlung von Namen und Adressen erfolgt nach denselben Kriterien wie bei allen anderen Erhebungstechniken:

Adressdaten (Name, Postanschrift, Telefonnummer, E-Mail-Adresse) und Interviewdaten müssen unmittelbar nach Eingang im Forschungsinstitut voneinander getrennt werden. Die Zuordnung ist dann nur noch über eine gemeinsame Codenummer möglich. Die Adressdaten sind baldmöglichst zu vernichten. Bei Einmal-Befragungen ist das der Fall, wenn die Qualitätskontrollen der erhobenen Daten abgeschlossen sind; bei Folge- bzw. Wiederholungs-Befragungen werden die Adressdaten – bei Access Panels einschließlich verschiedener Selektionskriterien – bis zum Abschluss der Gesamtuntersuchung aufbewahrt. Wenn ein Teilnehmer die Löschung seiner Adressdaten und gegebenenfalls gespeicherter Selektionskriterien verlangt, sind sie zu löschen.

Die online erhobenen Daten müssen im Forschungsinstitut im gleichen Maße vor den Zugriffen Dritter gesichert sein wie bei anderen Techniken der Datenerhebung. Bei der vorübergehenden Speicherung auf einem Server, der gleichzeitig einen Zugang zu Online-Medien ermöglicht, muss deshalb durch geeignete technische Maßnahmen sicher gestellt sein,



dass ein Zugriff Dritter auf diese Daten nicht möglich ist. Erfolgt die vorübergehende Speicherung auf dem Server eines Providers, hat das Forschungsinstitut den Provider zu verpflichten, die notwendigen technischen Vorkehrungen zu treffen, damit auch dort und beim Datentransfer ein Zugriff Dritter auf diese Daten nicht möglich ist. Die vorübergehende Speicherung der erhobenen Daten auf einem Server ist zum frühest möglichen Zeitpunkt zu beenden.

7. Trennung von Forschung und forschungsfremden Tätigkeiten

Tätigkeiten der Markt- und Sozialforschung müssen bezüglich ihrer Organisation und Durchführung von jeder Art von forschungsfremden Tätigkeiten strikt getrennt werden. Insbesondere dürfen Befragungen und andere Forschungsinstrumente nicht mit werblichen oder verkaufsfördernden Aktivitäten verbunden werden. Für Online-Befragungen ergeben sich aus dem Gebot der Trennung von Forschung und forschungsfremden Tätigkeiten die folgenden konkreten Notwendigkeiten:

- *Werbung auf den Websites von Befragungen und anderen Forschungsinstrumenten ist unzulässig. (...)*

Die Teilnehmer von Access Panels dürfen auf Grund dieser Eigenschaft nicht mit gezielten Werbeangeboten und Maßnahmen der Verkaufsförderung konfrontiert werden. Das gilt nicht nur für interaktive Werbeangebote und verkaufsfördernde Maßnahmen, sondern für alle Formen der Werbung und Verkaufsförderung. Die Zusendung von Testprodukten zum Zwecke der Forschung stellt keine Werbung oder Verkaufsförderung dar.

Durch die Gewährung von Incentives an die Teilnehmer einer Online-Befragung darf keine Werbung oder Verkaufsförderung für Produkte und Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines anderen Unternehmens betrieben werden. Das Anonymisierungsgebot verlangt außerdem, dass die Verteilung der Incentives vom die Untersuchung durchführenden Forschungsinstitut oder von einer damit beauftragten Stelle vorgenommen wird und nicht – wegen der notwendigen Übermittlung der Namen und Adressen – vom Auftraggeber der Untersuchung. (Siehe dazu auch die "Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung".)

IV. Entscheidungsgründe

Im Folgenden werden die Richtlinien und Regeln auf die beanstandeten NIELSEN-Erhebungen angewandt.

Soweit sich der Beschwerdeführer dagegen wendet, dass NIELSEN den Teilnehmern eines Haushaltspanels für ihre Teilnahme weder einen konkreten Geldbetrag noch konkrete andere Incentives definitiv zusagt, schließt sich der Beschwerderat der Auffassung von NIELSEN an. Dem die Umfrage durchführenden



Institut steht es frei, die Art und Höhe der Entschädigung der Panelteilnehmer nach eigenem Ermessen festzusetzen. Wenn die in Aussicht gestellte Entschädigung zu unkonkret ist oder von Art oder Höhe her den Vorstellungen der prospektiven Testperson nicht entspricht, ist diese frei, das Angebot abzulehnen. Der Beschwerderat verweist hier auf den Regelmechanismus von Angebot und Nachfrage. Ein Richtlinienverstoß besteht nicht.

In Bezug auf die Teilnahmevereinbarung für das NIELSEN Online Access-Panel bejaht der Beschwerderat allerdings massive Regelverstöße.

Bei jeder Umfrage, die in Deutschland stattfindet, sind die Richtlinien und Standardsregeln der deutschen Markt- und Sozialforschung einzuhalten. Das Anonymisierungsgebot der "Deutschen Erklärung" (Abschnitt 4) bedeutet angewandt auf den vorliegenden Fall, dass per Umfrage (hier per Online Access-Panel) in Deutschland gewonnene Daten nur anonym, aber nicht personenbezogen ausgewertet werden dürfen. Dies schließt eine Weitergabe von nicht umgehend nach Erhalt noch in Deutschland anonymisierten Befragungsdaten ins Ausland zur dortigen Verarbeitung oder Weiterverwendung nach den im jeweiligen Land geltenden, meist weniger strengen Bestimmungen aus. Das Vorgehen von NIELSEN ist ein klarer Umgehungsversuch der zentralen Anonymisierungs-Richtlinie der deutschen Markt- und Sozialforschung und untergräbt den deutschen Datenschutz bei Befragungen, da dieser in diesem Punkt schärfer ist als in den meisten anderen Ländern.

Die knappe Stellungnahme von NIELSEN zu den erhobenen Vorwürfen in Zusammenhang mit der beanstandeten Panel-Teilnahmevereinbarung ist ungenügend. Sie geht nicht auf den springenden Punkt der Anonymisierung personenbezogener Daten ein. Diese dürftige Stellungnahme drückt keineswegs die gemäß ICC/ESOMAR-Kodex erforderliche "*besondere Sorgfalt*" des die Daten erhebenden und weiterleitenden Instituts aus, die bei eventuellem Datentransfer ins Ausland walten muss.

NIELSEN sichert lediglich zu, dass eine "*unautorisierte Verwendung*" der personenbezogenen Daten ausgeschlossen sei. Entsprechend lautet auch die Zusicherung in den Teilnahmebedingungen ("Datenschutzmaßnahmen", 3. Abschnitt), wonach personenbezogene Daten nur innerhalb der NIELSEN-



Unternehmensgruppe bzw. an autorisierte Datenverarbeitungsunternehmen, jedoch nicht an Dritte außerhalb weitergegeben würden. Dies bedeutet aber gerade keine Zusicherung, dass in Deutschland erhobene personenbezogene Daten ausschließlich anonymisiert verwendet werden. Bei dieser Formulierung ist eine Weiterleitung und "autorisierte" Verwendung nicht anonymisierter personenbezogener Daten nicht ausgeschlossen.

Die beschwerte Partei hat auch nicht erklärt und nachgewiesen, dass sie Schritte gemäß Nr. 7 des ICC/ESOMAR-Kodex unternommen hat, damit angemessene Sicherheitsmaßnahmen beachtet und die Datenschutzprinzipien des Kodex eingehalten werden.

Nicht nur die Weitergabep Praxis ist klar richtlinienwidrig, sondern auch die Praxis, bei in Deutschland stattfindenden Umfragen wie dem vorliegenden NIELSEN Online Access-Panel, den Panelteilnehmern eine Erklärung abzufordern, mit der sie einer nicht-anonymen Verwendung ihrer Adresse und/oder Befragungsdaten zustimmen sollen. Eine solche Zustimmung darf gemäß "Deutscher Erklärung", Abschnitt 4, gar nicht erst eingeholt werden.

Ein weiterer beanstandeter Passus der NIELSEN Teilnahmevereinbarung ("Verpflichtungen der Mitglieder") sieht vor, dass auf dem Computer des Panelteilnehmers ein Softwareprogramm läuft, welches sämtliche Online- und Offline-Aktivitäten mit diesem Computer aufzeichnet. Dies ist für die Panelteilnehmer unzumutbar. Weder ist die Reichweite der Datenaufzeichnung klar definiert, noch auf konkrete und nachvollziehbare Bereiche und klar benannte Auswertungen eingeschränkt. Die geforderte Erlaubnis würde sich z.B. auf die im Adressbuch des Rechners verzeichneten Kontaktadressen des Panelteilnehmers erstrecken, auf den Inhalt privater E-Mails und Fotos, auf Vorgänge beim Online-Banking, auf mögliche berufliche Informationen, die sich eventuell auf dem Rechner befinden, usw. Diese Folgen werden den wenigsten Testpersonen in ihrer ganzen Tragweite klar sein. Den Probanden wird gleichsam eine Generalvollmacht für ihren Computer abgefordert, die in keinem verhältnismäßigen Bezug zu möglichen legitimen Forschungsbedürfnissen von NIELSEN steht.

Wenn ein Panelteilnehmer nach umfassender Aufklärung (die hier nicht vorlag) und sorgfältiger Prüfung einem Computerprogramm des Panelbetreibers gezielt



Einblicke in ganz bestimmte und genau definierte Bereiche seiner Privatsphäre gewährt, wäre dies unter Umständen zulässig, beispielsweise wenn ein Proband erlaubt, sein Surfverhalten im Internet und dabei die von ihm besuchten Webseiten zu registrieren, jedoch nur, sofern zugleich gesichert ist, dass er/sie stets anonym bleibt. Wenn aber, wie hier gefordert, dem Panelanbieter über konkrete einzelne, der Privatsphäre zuzurechnende Bereiche hinaus pauschal alles preisgegeben ist, also die gesamte Intimsphäre, und ohne dass umgehend eine Anonymisierung stattfindet, ist dies nicht akzeptabel. Dies ist ein klarer Verstoß gegen den im "ICC/ESOMAR"-KODEX formulierten Grundsatz Nr. 5:

"Grundsätze

5. Die Rechte der Befragten als Privatpersonen müssen von den Marktforschern respektiert werden und sie dürfen nicht geschädigt oder benachteiligt werden als unmittelbare Folge ihrer Teilnahme an einem Marktforschungsprojekt.

Artikel 2 – Redlichkeit

(a) Marktforschung darf das Vertrauen der Befragten nicht missbrauchen oder deren Mangel an Erfahrung oder Wissen ausbeuten."

Panelbetreiber haben die ethische Pflicht, das grundlegende Interesse und Recht der Testpersonen zu schützen, dass deren Intimsphäre unverletzt und sicherheitsrelevante Bereiche unangetastet bleiben. Mögliche Forschungsinteressen von Instituten oder deren Auftraggebern haben dahinter zurückzustehen. Die NIELSEN-Praxis ist diesbezüglich richtlinienwidrig.

Schließlich ist auch der Passus der Teilnahmebedingungen, in dem den Panelteilnehmern "*ggf. gewisse kostenlose Vorteilsangebote*" als Entschädigung für ihren Aufwand in Aussicht gestellt werden, klar unzulässig. Mit "*Vorteilsangeboten*" betreibt NIELSEN gegenüber den Panelteilnehmern aus Anlass deren Teilnahme an den Umfragen unzulässig Verkaufsförderung bzw. Werbung für Waren oder Dienstleistungen von Dritten. Diese Praxis ist ein schwerer Verstoß gegen das Gebot der Abstandwahrung von Marktforschung zu forschungsfremden Tätigkeiten, insbesondere zu Marketing bzw. Werbung gemäß der "Deutschen Erklärung", Abschnitt 5 und der Richtlinie für Online-Befragungen, Abschnitt 7.



V. Gesamtwürdigung

Die Teilnahmevereinbarungen für das deutsche NIELSEN Panel werden vom Beschwerdeführer zu Recht beanstandet. Sie enthalten drei schwerwiegende Richtlinienverstöße.

Der Beschwerderat spricht darum gegenüber der beschwerten Partei THE NIELSEN COMPANY (GERMANY) eine **Rüge** aus, die veröffentlicht wird. Außerdem hat der Beschwerderat beschlossen, den Vorgang den zuständigen Datenschutzbehörden mitzuteilen, soweit die Datenschutzproblematik (Anonymisierung) betroffen ist.

Für eine Rüge und keine Ermahnung sprach, dass schwere Verstöße gegen zwei zentrale Richtlinien der deutschen Markt- und Sozialforschung vorliegen, sowohl gegen das Anonymisierungsgebot wie auch gegen das Gebot der Abstandwahrung gegenüber jeglicher forschungsfremder Verkaufsförderung.

Nur durch eine Rüge können die Öffentlichkeit über die Vertragsgestaltung bei dem NIELSEN Online Panel informiert, die aktuellen Panelteilnehmer über die Unzulässigkeit der Geschäftsbedingungen in den beanstandeten Abschnitten und die dahinter stehende Datenschutzproblematik sensibilisiert und verhindert werden, dass sich weiterhin bereitwillige Testpersonen mit den richtlinienwidrigen Bedingungen konfrontiert sehen.

Da es sich bei dem Panel um eine aktuell laufende Untersuchung handelt, weist der Beschwerderat darauf hin, dass dieser Beschluss nicht allein die einzelne konkret an den Beschwerdeführer herangetragene Vereinbarung betrifft, sondern dass der Beschwerderat sämtliche von NIELSEN bisher eingeholten Vereinbarungen bzw. Zustimmungen mit diesem oder sinngemäß ähnlichem Wortlaut hinsichtlich der zu recht beanstandeten Aspekte als unzulässig und unwirksam einstuft.

Der Beschwerderat verbindet die Sanktion der öffentlichen Rüge mit der nachdrücklichen Aufforderung an NIELSEN, unverzüglich die richtlinienwidrige Praxis in den verschiedenen Punkten einzustellen und den Wortlaut der Teilnahmevereinba-



rung richtliniengemäß zu gestalten. Dies ist angesichts des Umstands, dass es sich um ein aktuell laufendes Panel handelt, von besonderer Bedeutung.

Frankfurt am Main, den 15. August 2012

Der Beschwerderat: Dr. Anne Niedermann (Vors.)
Dorothea Nowak
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Totila Zapf

Die Vorsitzende

(Dr. Anne Niedermann)