



ESOMAR 37

Fragen und Antworten zur
Qualität der Talk Online Panels

Anbieterprofil

1. Welche Erfahrungen hat Ihr Unternehmen in der Bereitstellung von Online-Stichproben für Marktforschung? Wie lange bieten Sie diesen Service bereits an? Bieten Sie auch ähnliche Dienstleistungen für andere Zwecke wie Direktmarketing an? Wenn ja, welcher Anteil Ihrer Arbeit entfällt auf Marktforschung?

Talk Online Panel (im Folgenden „Talk“ genannt), ist ein Full-Service Anbieter für hochwertige Marktforschungspanels und vernetzte digitale Datenerfassung.

Talk sammelt digitale und anonymisierte Daten aus computergestützten Umfragen und passiven Datenmessungen, die in eigenen Online-Panels in ganz Europa erhoben werden. Talk betreibt Online-Panels mit derzeit insgesamt 1,3 Millionen Mitgliedern in 24 europäischen Ländern und konzentriert sich dabei auf den deutschsprachigen Raum sowie Mittel-, Ost- und Südosteuropa. Die von Talk betriebenen Panels sind aktiv gepflegte Online-Access-Panels und dienen ausschließlich dem Zweck der Marktforschung.

Talk bietet in Ergänzung zu seinen Panels verschiedene Services zur vernetzten Datenerfassung wie Fragebogenprogrammierung und Datenlieferung in allen möglichen Formaten, sowie individuelle Kundensegmentierung. Darüber hinaus baut und betreibt Talk Kundenpanels und nutzt hierfür ein Panelmanagementsystem, das gemeinsam mit seiner Schwesterfirma Reppublika entwickelt wurde.

Im Sinne einer ganzheitlichen und vernetzten digitalen Datenerfassung bietet Talk alle Arten von Verhaltensdaten an. Talk bietet in diesem Zusammenhang mit Passive Metering die Messung des Internet- und In-Appverhaltens seiner Nutzer. Außerdem verfügt Talk über ein Geotracking-Tool zur Messung von Bewegungsdaten. Talk verfügt auch über eine eigene Tagging-Technologie, über die es möglich ist, Panel-Mitglieder zu identifizieren, die Kontakt mit Werbekampagnen oder bestimmten Webseiten hatten. Das Identifizieren der Panel-Mitglieder erfolgt dabei DSGVO-konform, sowohl über Cookies als auch über cookieless Technologien. Audiolistening, die Messung von Audiosequenzen, ermöglicht weitere Einblicke in Cross-Media-Reichweiten.

Talk greift auf über 20 Jahre Erfahrung in der Online-Marktforschung zurück. Alle heute aktiven proprietären Online-Panels der Talk Gruppe wurden in dieser Zeit aufgebaut und etabliert oder implementiert. Alle Panels werden im unternehmenseigenen Panelmanagement-System verwaltet.

Dank fundiertem IT-Background und einem hauseigenen IT-Entwickler-Team war Talk eines der ersten Unternehmen, das responsive Designs und Mobile-First- Interfaces implementiert hat, geräteübergreifend sowie in den unternehmenseigenen Apps. Damit ist die Teilnahme an Umfragen on-the-go unterwegs am Smartphone möglich.

Talk steht für hohe Datenqualität, umfangreiche Expertise im Panel-Management sowie die umfängliche Einhaltung der Datenschutzvorgaben, gewährleistet durch höchste Standards in IT- und Projektmanagement und bestätigt durch die Zertifizierung nach ISO 20252.

Talk unterhält Büros in Leipzig, München, Berlin, Wien, Prag, Sofia, Bukarest und Zürich. Talk agiert ausschließlich als Marktforschungsdienstleister und bietet keinerlei Arten von Direktmarketing an.



2. Verfügen Sie über Mitarbeiter, die für die Entwicklung und Überwachung der Leistung der Stichprobenauswahlalgorithmen und verwandter automatisierter Funktionen verantwortlich sind und auch über Kenntnisse und Erfahrungen in diesem Bereich verfügen? Welche Art von Schulungen in Stichprobentechniken bieten Sie Ihren Mitarbeitern im Kundenservice an?

Talk legt grundsätzlich sehr hohen Wert auf die Qualität der erhobenen Daten. Das schließt selbstverständlich, sicherzustellen, dass die Daten methodisch korrekt erhoben, also Stichproben korrekt gezogen werden.

Die Algorithmen zur Stichprobenauswahl und alle zugehörigen technischen Funktionen, die methodisch korrekte Stichprobenziehungen ermöglichen, wurden im Rahmen der Entwicklung des Panelmanagement-Systems von Software-Entwicklern in Kooperation mit Marktforschern und Analytisten entwickelt und vor dem Einsatz in Kundenprojekten ausführlich getestet. Die Zusammensetzung der Algorithmen orientiert sich am aktuellen Forschungsstand der Branche hinsichtlich der Erhebung von Zufallsstichproben. Grundsätzlich erfolgt die Stichprobenziehung innerhalb der gewählten Selektion und Quotenauswahl nach einer einfachen Zufallsauswahl, die durch die genannten Algorithmen sichergestellt wird.

Automatisierte Kontrollverfahren und regelmäßige interne Audits, die vom Stamm-Entwicklerteam durchgeführt werden, sichern die kontinuierliche und korrekte Funktion der Algorithmen.

Alle Umfrage- und Datenerhebungsprojekte werden von Projektmanagern durchgeführt, die alle über einen marktforschungsrelevanten Studienabschluss (Soziologie, Psychologie, etc.) oder relevante Zusatzqualifikationen z.B. in Statistik verfügen. Während der Einarbeitungsphase lernen neue Mitarbeiter den fachlich und technisch richtigen Umgang mit dem Sampling-Tool des Panelmanagement-Systems. Insbesondere Projekte mit komplexer Quotierung werden in kleinen Teams von Projektmanagern durchgeführt, um unterschiedliche Erfahrungswerte für die Projektarbeit zu nutzen und Projektsettings gegenseitig prüfen zu können.

Talk fördert über seine Organisations- und Kommunikationsstruktur einen regelmäßigen fachlichen Austausch seiner Mitarbeiter. Dazu gehören auch regelmäßige Updates und Trainings zu methodischen Grundlagen.

3. Welche anderen Dienstleistungen bieten Sie an? Bieten Sie nur Stichprobenauswahl an oder umfassen Ihre Angebote eine breite Palette von Datenerhebungs- und Analyseleistungen?

Zentrales Element der Services von Talk bilden die Online-Panels mit etwa 400 Profildaten je Panelist. Diese bilden die Basis für Datenerhebungen über Umfragen wie auch passive Messungen.



Die folgenden Services bietet Talk in Zusammenhang mit Online-Umfragen:

- Sample-Only Studien: Feldarbeit und Datenerhebung in den unternehmenseigenen Online-Panels
- Rekrutierung für qualitative Studien (online und offline), auch Facial Coding oder Eyetracking
- Übersetzung von Fragebögen in lokale Sprachen, in denen Talk über eigene Panels verfügt
- Scripting von Online-Fragebogen, device-agnostic und in kundenspezifischem Design
- Datenbereinigung und -bereitstellung in verschiedenen Formaten
- Kunden-/Zielgruppensegmentierungen, kundenspezifische Profilierung

Gleichzeitig bilden die Online-Panels die Grundlage für weitere Möglichkeiten der Erhebung von verhaltensbezogenen Daten:

- Passive Metering: Tracking des Internetverhaltens auf allen Devices
- Cookie-basiertes oder Cookieless-Tagging
- Geolocation: Erhebung von Bewegungsdaten für eventbasierte Umfragen o.ä.
- Audiolistening: Erhebung audiovisueller Inhalte für Einblicke in Cross-Media-Reichweiten für Kampagnenmessungen

Talk stellt darüber hinaus, z.T. in Kooperation mit Schwesterunternehmen, seine Expertise für zusätzliche Serviceleistungen zur Verfügung:

- Aufbau und Pflege von Kundenpanels
- Lizenzierung des Panelmanagementsystems
- Lizenzierung des Umfragetools
- Lösungen für die Mediaplanung

Kurz gefasst bietet Talk über alle seine Services eine ganzheitliche Datenerfassung, die es ermöglicht, Umfragedaten anhand von Profilierungsinformationen und Verhaltensdaten sinnvoll anzureichern, um umfassende und zielführende Insights zu erhalten.

Quellen der Stichprobe und Rekrutierung

4. Von welchen Online-Stichprobenauswahlquellen beziehen Sie Teilnehmer?

Talk zieht die Stichproben für Kundenprojekte hauptsächlich aus seinen eigenen Online-Panels. Für den Fall, dass zusätzliche Teilnehmer benötigt werden, verfügt Talk über ein Netzwerk aus vertrauenswürdigen Partnern, die hinzugezogen werden können. Das Partnernetzwerk umfasst selbst ISO-zertifizierte Online-Panel-Anbieter oder Partner, die nach ISO-Vorgaben arbeiten.

Gemäß Firmenpolitik zur Transparenz werden Kunden informiert, falls eine Partnereinbindung im Projekt notwendig wird. Partnersamples werden nur mit der ausdrücklichen Genehmigung des Kunden in Auftrag gegeben.



Talk greift für alle Datenerhebungen, auch die Erhebung von Verhaltensdaten grundsätzlich auf Teilnehmer der eigenen Online-Panels oder je nach Projekt auch passenden Partnern zurück. Intercept-Erhebungen kommen bei Datenerhebungen durch Talk nicht, oder nur nach ausdrücklichem Kundenauftrag für spezifische Projekte zum Einsatz.

5. Welche dieser Quellen sind proprietär oder exklusiv, und wie hoch ist der prozentuale Anteil jeder Quelle an der Gesamtstichprobe, die einem Käufer zur Verfügung gestellt wird?

(Unter "proprietär" verstehen wir, dass der Stichprobenauswahl-Anbieter die Ressource besitzt. Unter "exklusiv" verstehen wir, dass der Stichprobenauswahl-Anbieter eine exklusive Vereinbarung hat, um den Zugang zu Stichprobenmaterial, das ursprünglich von einer anderen Einheit gesammelt wurde, zu verwalten/bereitzustellen.)

Talk betreibt eigene, größtenteils selbst aufgebaute Online-Panels in 24 Ländern mit insgesamt rund 1,3 Millionen aktiven Panelisten („aktiv“ meint nach ISO-Definition die aktive Beteiligung am Panel in den letzten 12 Monaten). Dabei legt Talk großen Wert auf eine ausgewogene Rekrutierung und führt vielseitige Maßnahmen durch, die Panelqualität in den Panels auf einem hohen Niveau zu halten. Ein Aspekt ist z.B. die Limitierung der Einladungen, die innerhalb eines bestimmten Zeitraumes an einen Panelisten versendet werden können, bzw. eine Zeitsperre für weitere Einladungen für einen definierten Zeitraum nach der letzten Einladung. Dies wird im Rahmen der automatisierten Stichprobenziehung im Panelmanagementsystem berücksichtigt.

Allen Panelisten ist es möglich, zusätzliche Features zur Datenübermittlung zu aktivieren, wenn diese für ihr Land bereitstehen. Teilnehmer, die zusätzliche Features wie z.B. Passive Metering oder Audiolisting aktiviert haben, gehören den entsprechenden Spezialpanels an.

Talk stellt seine Online-Panels für die Durchführung von Marktforschungsstudien Kunden mit entsprechendem fachlichem Hintergrund über den direkten Kundenkontakt sowie über Stichprobenvermittler zur Verfügung.

Zumeist kann Talk die Stichproben für Kundenprojekte in den eigenen Online-Panels und damit in nur einer Quelle realisieren. Sollte die Einbindung eines Partner-Panels notwendig sein, stimmt Talk dies grundsätzlich immer mit dem Kunden ab. Der prozentuale Anteil jeder Quelle an der Gesamtstichprobe hängt dann von den jeweiligen Spezifikationen und dem bisherigen Projektverlauf ab.

Für geplante Tracking- bzw. mehrstufige Studien wird im Rahmen der Machbarkeitsanalyse im Vorfeld bei notwendiger Einbindung von Partnern der jeweilige Anteil jeder Quelle berücksichtigt.



6. Welche Rekrutierungskanäle nutzen Sie für jede der beschriebenen Quellen? Ist der Rekrutierungsprozess "für alle offen" oder nur auf Einladung? Verwenden Sie probabilistische Methoden? Nutzen Sie Affiliate-Netzwerke und Empfehlungsprogramme, und in welchem Verhältnis? Wie unterscheidet sich Ihr Einsatz dieser Kanäle je nach geografischer Lage?

Die von Talk betriebenen Panels sind aktiv gepflegte Online-Access-Panels. Die Online-Panels sind grundsätzlich für alle offen, wenngleich im Registrierungsprozess vielseitige Qualitätsprüfungsprozesse zum Einsatz kommen, um sicherzustellen, dass weder Bots noch Dubletten als registrierte Panel-Teilnehmer aktiv werden können.

Die Rekrutierungsquellen und auch das jeweilige Verhältnis der eingesetzten Rekrutierungsmethoden unterscheiden sich von Land zu Land. Die überwiegende Mehrheit der Panelmitglieder wird online durch einen breiten Mix an Quellen rekrutiert. Dazu gehören Rekrutierungen über Medienpartner, Marketingpartnerschaften, z.B. in sozialen Medien, Werbung, Newsletter oder Suchmaschinen-Marketing, sowie Anmeldungen im Rahmen der Durchführung anderer Umfragen durch mit uns verbundenen Forschungsagenturen. Geeignete Rekrutierungspartner und -quellen werden nach strengen Kriterien hinsichtlich der Qualität der registrierten Teilnehmer je Rekrutierungsquelle ausgewählt. Darüber werden zu einem geringen Teil neue Teilnehmer in den Online-Panels durch Empfehlungen von Panelmitgliedern und durch aktive Registrierungen generiert.

In einigen Panel-Ländern bestehen Partnerschaften für Offline- Rekrutierungen durch persönliche oder telefonische Interviews.

7. Welche Art von Validierung verwenden Sie bei der Rekrutierung, um sicherzustellen, dass die Teilnehmer echt, einzigartig und tatsächlich diejenigen sind, für die sie sich ausgeben? Beschreiben Sie dies sowohl in Bezug auf die praktischen Schritte, die Sie innerhalb Ihrer eigenen Organisation unternehmen, als auch die von Ihnen verwendeten Technologien. Bitte versuchen Sie so konkret wie möglich zu sein und quantifizieren Sie so viel wie möglich.

Die Registrierung in den Talk Online-Panels erfolgt ausschließlich über ein Triple-Opt-In-Verfahren. Über das klassische Double-Opt-in (Rückbestätigung der Anmeldung per E-Mail-Link) hinaus gilt ein Teilnehmer erst dann als aktiver Panelist, wenn er in einem dritten Schritt einige Angaben zu wesentlichen demographischen Profildaten angegeben hat. Im Registrierungsprozess werden wie in sämtlichen Panelmanagement-Prozessen (z.B. Teilnehmersupport) alle datenschutzrechtlichen Vorgaben stets eingehalten.

Während des Registrierungsmoments sind mehrere Qualitätsmanagement-Tools zur Validierung der Teilnehmer im Einsatz. Sie dienen vorrangig der Identifikation von Bots und Mehrfachregistrierungen sowie der Authentifizierung der Teilnehmer.

- **Deduplication System:** Automatisierte Dublettenprüfung direkt im Registrierungsprozess
- **Anti-Bot-Maßnahmen:** An allen von Talk beeinflussbaren Interaktionspunkten zum Teilnehmer (Panelregistrierung, Umfragen über die proprietären Survey-Tools, Redirect-Seiten) sind „Invisible



Captchas“ eingerichtet. Die Funktionalität eines klassischen Captchas ist hinterlegt, ohne aktive ablenkende Eingaben abzufragen.

- **SMS-Verifikation:** Zwei-Faktor-Authentisierung bei der Registrierung sowie Änderung von elementaren Profildaten. Es wird per SMS ein Code an die Mobilnummer des Teilnehmers versendet, der für die Authentifizierung im Rahmen des Formulareintrags eingegeben werden muss.
- **Identitätsverifizierung** (Umsetzung geplant für das zweite Halbjahr 2023): Die während des Registrierungs- und Profilierungsprozesses gesammelten Benutzergerätedaten werden mit einer Identitätsbewertung versehen, und Teilnehmer mit unzureichender Bewertung werden vom Panel ausgeschlossen.
- **Quality Control:** Automatisierte Prüfung verschiedener Eingaben und technischer Informationen der Teilnehmer per hinterlegter Algorithmen auf ihre Plausibilität und Doppeleingaben (Adressangabe, Name, IP-Adresse, unplausible Profildatenänderungen). Als verdächtig identifizierte Einträge werden vorerst gesperrt und im Workflow für eine manuelle Evaluierung bereitgestellt. Diese manuelle Prüfung erfolgt durch geschulte Mitarbeiter, die zudem mit den lokalen Besonderheiten (z.B. häufig Kombinationen von Vor- und Zunamen) vertraut sind.
- **PostIdent-Verfahren bzw. telefonische Validierung:** Für einige der Online-Panels sind ergänzend stichprobenartige Post- oder Telefonkontrollen im Einsatz, um die Nutzerdaten zu überprüfen.
- **Erweiterungen der Tools** werden ständig implementiert. Neue technische Möglichkeiten zur Qualitätssicherung werden laufend geprüft und, sofern machbar, technisch umgesetzt. Es finden regelmäßige allgemeine Sicherheits-Audits der Paneldaten statt, um Anti-Fraud-Maßnahmen zu optimieren.

Die Qualität des Panels wird durch Kontrollmaßnahmen wie die Überprüfung der Nutzerdaten durch stichprobenartige Post- oder Telefonkontrollen, Begrenzung der Anzahl der Umfragen und laufende Aufforderungen zur Profilaktualisierung sichergestellt.

Weitere Qualitätssicherungschecks zur Überprüfung von Panelisten und Identifizierung betrügerischer Teilnehmer finden an nahezu allen Kontaktpunkten zu den Teilnehmern statt. Talk baut hier auf aufeinander abgestimmte automatisierte und manuelle Kontrollen.

8. Welche Marken (Domains) und/oder Apps verwenden Sie bei proprietären Quellen? Geben Sie zusammenfassend, nach Quelle, den Anteil der Stichprobe an, die über mobile Apps, E-Mails oder andere spezifizierte Mittel auf Umfragen zugreift.

In allen Ländern, in denen Talk über proprietäre Online-Panels verfügt, sind diese unter der Domain talkonlinepanel.com erreichbar. Zusätzlich betreibt Talk in einigen Ländern weitere eigene Panels. In DACH sind dies Onlinepanels keypanel.eu sowie bonopolis.de. In Tschechien und der Slowakei führt Talk ein weiteres Panel unter ivyzkumy.cz / ivyzkumy.sk. Diese laufen als eigenständige unabhängige Panels, unterliegen dabei aber denselben Panelmanagement- und Qualitätsmanagementmaßnahmen. Zudem unterliegen alle Panels einer kontinuierlichen Überprüfung auf Dubletten über alle Panels.

Über die entsprechenden Panel-Websites hinaus bietet Talk für die Talk Onlinepanels eine eigene App an. Diese ermöglicht einerseits den Teilnehmern die flexible Teilnahme an Umfragen auch von mobilen Geräten. Andererseits ermöglicht die App die Erhebung von Verhaltensdaten, z.B. Bewegungsdaten über



alle Internetgeräte des Panelisten. Diese Form der Datenerhebung erfolgt nur dann, wenn die Panelisten dem ausdrücklich zustimmen. Die Teilnehmer haben dabei immer die Möglichkeit, in der App einzusehen, welche Daten übermittelt werden und können die Funktionen jederzeit pausieren oder deaktivieren.

Alle Umfragen sind für die Talk Panelisten grundsätzlich auf allen Geräten über die Website sowie über die App erreichbar. Umfragen, die nicht für die mobile Nutzung geeignet sind, werden in der App nicht angezeigt und enthalten einen entsprechenden Hinweis.

Panelisten werden grundsätzlich über Einladungs-E-Mails auf neue Umfragen aufmerksam gemacht. Diese können direkt aus der E-Mail, von der Website oder aus der App geöffnet werden. Zum Teil werden auch Push Notifications versendet. Zumeist werden Umfragen direkt aus der E-Mail-Einladung gestartet. Das Verhältnis von Teilnahmen an Umfragen über Browser oder aus der App variiert je nach Land, Panel und Projektspezifikationen.

9. Welche Modelle bieten Sie zur Bereitstellung der Stichprobe an? Managed Service, Self-Service oder API-Integration?

Talk versteht sich als Serviceanbieter. Ein Team aus erfahrenen und qualifizierten Projektmanagern führt die Feldarbeit im Sinne des Kunden für ihn durch.

Talk kann seine Kunden Projekte von der Fragebogenprogrammierung über das Feldmanagement bis zur Datenbereinigung und -lieferung betreuen oder aber das Feldmanagement für vom Kunden bereits bereitgestellte Fragebogen übernehmen. Hier richtet sich Talk gern nach den Kundenvorstellungen und Projektbesonderheiten.

Außerdem kann Talk Stichproben über API-Schnittstellen bereitstellen. Unter Berücksichtigung verschiedener technischer und qualitativer Aspekte stellt Talk Schnittstellen für langfristige Kooperationen zur Verfügung.

10. Wenn Sie Intercepts anbieten oder Zugriff auf mehr als eine Quelle ermöglichen, welche Transparenz bieten Sie hinsichtlich der Zusammensetzung Ihrer Stichprobe (Stichprobenauswahlquellen, in die die Stichprobe eingeflossen ist)? Lassen Sie Käufer kontrollieren, welche Stichprobenauswahlquellen in ihre Projekte einbezogen werden sollen, und wenn ja, wie? Bieten Sie Integrationsmechanismen mit Drittanbieterquellen an?

Talk nutzt grundsätzlich Online-Access-Panels zur Datenerhebung und greift auf sein Netzwerk von ISO-konformen Partnern zurück, wenn zusätzliche Stichprobenquellen für die Realisierung von Studien erforderlich sind. (Siehe Frage 4.)

Talk's Anspruch an eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Kunden sowie das Bekenntnis zur ISO-Zertifizierung umfasst den transparenten und umfänglichen Umgang mit Informationen zur Stichprobenziehung. Talk informiert seine Kunden umgehend, wenn eine Partnereinbindung notwendig ist. Dies geschieht sowohl im Angebotsverlauf als auch, sofern sich die Projektspezifikationen anders als

erwartet entwickeln, rechtzeitig im Feldverlauf. Partnerpanels werden nur nach Abstimmung und ausdrücklicher Zustimmung des Kunden eingebunden. Im Rahmen der Abstimmung werden genaues Vorgehen und z.B. auch Quellen-Verhältnisse, auch in Zusammenhang mit Quotenplänen, besprochen und festgelegt.

11. Von den verfügbaren Stichprobenauswahlquellen, wie würden Sie die Eignung jeder Quelle für verschiedene Forschungsanwendungen beschreiben? Zum Beispiel: Ist die Stichprobe geeignet für Produkttests oder andere Situationen, in denen der Käufer möglicherweise erneut auf dieselbe Stichprobe zurückgreifen muss? Ist die Stichprobe geeignet für kürzere oder längere Fragebögen? Für nur mobile oder nur Desktop-Fragebögen? Ist sie geeignet, um Communitys zu rekrutieren? Für Online-Fokusgruppen?

Talk führt vielseitige Maßnahmen durch, um die Qualität des Panels und damit der Daten für Umfragen auf einem konstant hohen Level zu halten. Dazu gehören auch Maßnahmen, die Partizipation der Teilnehmer am Panel und ihr Involvement aufrecht zu erhalten. Damit stellen die Talk Online-Panels eine strukturell stabile Stichprobenquelle dar und eignen sich neben der Durchführung von klassischen Online-Umfragen auch für besondere Studienansätze, mehrstufige Studien und zur Rekrutierung für qualitative Studien wie Diaries, Produkttests, Communities u.ä.

Mit seinem ganzheitlichen Ansatz zur Datenerfassung auch von Verhaltensdaten und cross-device ist Talk als Partner für Studien mit einem derartigen holistischen Ansatz bestens geeignet.

Stichprobenauswahl und Projektmanagement

12. Beschreiben Sie kurz Ihren gesamten Prozess von der Einladung bis zur Beendigung der Umfrage. Welche Schritte unternehmen Sie, um eine Stichprobe zu erhalten, die der Zielgruppe "ähnlich sieht"? Welche demografischen Quotenkontrollen empfehlen Sie, falls vorhanden?

Nach der Projektbeauftragung werden im Rahmen des Setups die projektspezifischen Kriterien für die Stichprobenziehung im Panelmanagement-System definiert. Die Stichprobe basiert im Allgemeinen auf Parametern und Quoten, mit denen die Repräsentativität für das jeweilige Projekt definiert wird. Diese werden üblicherweise vom Kunden festgelegt oder in statistischen Ämtern recherchiert. Wenn ein Kunde beispielsweise eine für das Land repräsentative Stichprobe wünscht, werden die Quoten anhand der Daten der lokalen statistischen Ämter ermittelt.

Die Auswahl der Quoten hängt grundsätzlich von den Studienspezifikationen ab. Die am häufigsten festgelegten Quoten sind Alter, Geschlecht, Region, Bildung, je nach Studiendesign mit unterschiedlichen Ausprägungen. Projektspezifisch können länderspezifische (online-)bevölkerungsrepräsentative oder zielgruppenrepräsentative Quoten unterschieden werden.

Um besonders spitze Zielgruppe gezielt einladen zu können, werden während des Setups auch Profildaten ausgewählt, nach denen sich die Panelisten bestimmten Zielgruppen zuordnen kann. Die Auswahl der passenden Profildaten erfolgt unter Berücksichtigung der Screening- und Quotenspezifikationen.

Die Größe der zu ziehenden Stichprobe wird sowohl durch die gewünschte Größe der Netto-Stichprobe als auch durch weitere Maßgaben, wie etwa die durchschnittliche Antwortrate bestimmt.

Das Panelmanagement-System wählt dann das Sample entsprechend der festgelegten Profildaten und Quoten anhand eines Algorithmus nach dem Zufälligkeitsprinzip aus dem Talk-Panel aus.

Diese Panelisten erhalten eine kurze E-Mail mit einem standardisierten Einladungstext, der entsprechend der ISO-Vorgaben die wichtigsten Informationen enthält, anhand derer sich der Panelist entscheiden kann, ob er an der Umfrage teilnehmen möchte oder nicht. Für Talk ist es entscheidend, dass die in der Einladung enthaltenen Informationen möglichst allgemein und unvoreingenommen sind und keine Angaben zur tatsächlichen Zielgruppe enthalten, um ein verzerrtes Antwortverhalten zu verhindern. Es wird außerdem darauf hingewiesen, dass die Teilnahme an der Umfrage vollkommen freiwillig ist und in keinem Zusammenhang mit der Mitgliedschaft im Panel steht.

Im Allgemeinen werden die Talk Panelmitglieder zu Umfragen eingeladen, um ihre Meinung zu äußern, damit Unternehmen ihre Produkte verbessern können. Trotzdem werden Teilnehmer durch ein punktebasiertes Anreizsystem belohnt, um ihren Aufwand zu kompensieren. Jede Einladung enthält entsprechend Datenschutz- und ISO-Vorgaben auch einen Link, über den die Panelisten ihr Nutzerkonto verwalten können, beispielsweise, um ihre persönlichen Daten zu aktualisieren oder ihr Profil zu löschen.

Die Panelisten sind frei, auf den Link in der Einladungs-Email oder im Nutzerprofil zu klicken, um an der Umfrage teilzunehmen. Nimmt der Panelist die Einladung an und nimmt an der Umfrage teil, wird er auf die Umfrageseite geleitet. Zumeist erfolgt ein kurzes Screening. Sollte der Panelist trotz entsprechender Vorselektion nicht zur Zielgruppe passen oder die entsprechende Quotenzelle bereits gefüllt sein, wird er ausgescreent und zur Panel-Website zurückgeleitet. Füllt der Teilnehmer die Umfrage komplett aus, wird er als sog. „Complete“ zur Panel-Website zurückgeleitet. In beiden Fällen erhalten die Teilnehmer eine Belohnung in Form von Panel-Punkten in Echtzeit auf ihr Benutzerkonto gutgeschrieben.

13. Über welche Profilinformationen verfügen Sie für mindestens 80% Ihrer Panelmitglieder sowie für alle Ihnen bekannten Intercepts aus vorherigem Kontakt? Wie unterscheidet sich dies je nach den von Ihnen angebotenen Quellen? Wie oft werden diese Datenpunkte aktualisiert? Können Sie diese Datenpunkte als Ergänzung zum Datensatz liefern? Erfassen Sie diese Profilinformationen direkt oder werden sie von einem Drittanbieter zur Verfügung gestellt?

Um seinen Kunden gezielte Umfragen anbieten zu können, erhebt Talk detaillierte Informationen zu verschiedenen Kriterien des soziodemografischen Profils einer Person (wie etwa Haushaltssituation, Bildung, Arbeit und Finanzen) sowie Daten zu einer Vielzahl von Konsum- und Lebensgewohnheiten, vom Rauchen bis hin zur Verwendung von Produktkategorien.

Diese Daten bilden die Grundlage eines Filtersystems, mit dem Umfragen mit maßgeschneiderten Samples durchgeführt werden können: Je nach den Bedürfnissen des Kunden ist es möglich, Teilnehmer nach einem einzelnen oder einer Kombination der oben genannten Kriterien auszuwählen.

Die Angabe der Basisdaten zu Geschlecht, Alter und Wohnort sind verpflichtend, um Mitglied des Talk-Panels zu werden, während alle anderen Profildaten freiwillig angegeben werden. Die Füllraten der einzelnen Profile in den Talk-Panels liegen bei durchschnittlich 70%.

Alle Profilumfragen können von Panelisten jederzeit in ihrem Profil aktualisiert werden. Gemäß den Vorgaben nach ISO20252 werden zudem alle Profildaten mindestens einmal im Jahr aktualisiert. Zu diesem Zweck werden alle Panelmitglieder aktiv eingeladen, je nach Profilkategorie bis zu viermal pro Jahr. Sowohl die Abfrage als auch die Speicherung der Profildaten entsprechen den Datenschutzbestimmungen.

Talk kann die Profildaten von Studienteilnehmern zum Projektabschluss ergänzend zu den in der Umfrage erhobenen Daten zusteuern. Da im Sinne der Einhaltung von Datenschutzvorgaben Profilinformationen der Teilnehmer grundsätzlich getrennt von Umfragedaten zu speichern und zu verarbeiten sind, erfolgt diese Zuordnung im Nachgang eines Projektes durch das Panelmanagement-Team.

14. Welche Informationen benötigen Sie über ein Projekt, um eine Machbarkeitsschätzung abzugeben? Was, wenn überhaupt, tun Sie, um eine Ober- oder Untergrenzen für diese Schätzungen zu geben?

Im Allgemeinen sind die grundlegenden Parameter, die für Machbarkeitsberechnungen benötigt werden, die spezifische Zielgruppenbeschreibung, idealerweise definiert durch die Screening-Kriterien und/oder die Inzidenzrate. Erforderliche Quoten sowie die geplante Interviewdauer sind weitere notwendige Kriterien. Wenn vom Kunden gewünscht, kann Talk die genaue bevölkerungsrepräsentative Verteilung für jedes Land bereitstellen und auch bei der Schätzung der Inzidenzraten unterstützen. Basierend auf diesen Schätzungen berechnet Talk die Machbarkeit des Projekts und legt den Preis fest.

15. Was tun Sie, wenn sich herausstellt, dass das Projekt für Sie nicht umsetzbar ist? Informieren Sie den Kunden darüber, wen Sie zur Durchführung des Projektes einbinden würden? Wie pflegen und zertifizieren Sie Drittanbieterquellen/Unterauftragnehmer?

Wenn sich im Projektverlauf herausstellt, dass das Projekt nicht wie geplant beendet werden kann, wird der Kunde umgehend über diese Situation informiert. Talk schlägt mögliche Alternativen vor und stimmt gemeinsam mit den Kunden Lösungsmöglichkeiten ab. Eine mögliche Alternative ist es, einen Partner einzubinden, der bei der Datenerhebung unterstützt.

Talk legt hohen Wert auf die Qualität der einbezogenen Partner für derartige Projekte und eine transparente Kommunikation gegenüber seinen Kunden. Falls ein zusätzliches Sample benötigt wird, arbeitet Talk mit einer sorgfältigen Auswahl von langfristigen Partnern zusammen. Das Partnernetzwerk umfasst selbst ISO-zertifizierte Online-Panel-Anbieter oder Partner, die nach ISO-Vorgaben arbeiten. Bevor Talk eine langfristige Zusammenarbeit mit einem Partner eingeht, wird eine Reihe von Testprojekten durchgeführt und basierend auf den Ergebnissen für (oder gegen) eine Form der Partnerschaft entschieden. Darüber hinaus wird die Qualität der gelieferten Samples ständig überwacht, damit Probleme mit dem Partner so schnell wie möglich besprochen und Lösungen gefunden werden können. Anhand eines digitalen Fingerprint-Systems ist es zudem möglich, Doppelteilnahmen, die sich aufgrund der Einbindung mehrerer Panels ergeben können, zu erkennen und entsprechend auszuschließen.

16. Verwenden Sie einen Umfragerouter oder Yield-Management-Techniken? Wenn ja, beschreiben Sie bitte, wie Sie die Teilnehmer auf Umfragen verteilen. Wie werden potenzielle Teilnehmer zur Teilnahme an einer Studie aufgefordert? Bitte geben Sie an, wie dies für jede der von Ihnen angebotenen Quellen geschieht.

Talk verwendet bei der Realisierung von Projekten für direkte Kunden in den proprietären Online-Panels keine Umfragerouter und setzt keine Yield-Management-Techniken im Rahmen von Datenerhebungen ein.

Panelisten werden zu Umfragen für Kundenprojekte individuell je Projekt eingeladen. Die Anordnung der Umfragen im Nutzerprofil erfolgt in der Reihenfolge des Zeitpunktes des Feldstarts bzw. der Aktivierung und Einladung zur Umfrage.

17. Legen Sie Grenzen für die Zeit fest, die ein Teilnehmer im Umfragerouter verbringen kann, bevor er sich für eine Umfrage qualifiziert?

N/A

18. Welche Informationen über ein Projekt werden potenziellen Teilnehmern gegeben, bevor sie entscheiden, ob sie an der Umfrage teilnehmen möchten oder nicht? Wie unterscheidet sich dies je nach den von Ihnen angebotenen Quellen?

Die Panelisten der Stichprobe für ein Projekt werden per E-Mail zur Umfrageprojekt eingeladen. Die E-Mail enthält einen standardisierten Text, der alle per ISO-Vorgabe relevanten Informationen enthält. Dazu gehört

- das allgemeine Umfragethema
- die Dauer der Umfrage
- wie lange die Umfrage voraussichtlich offen ist
- von welchen Geräten an der Umfrage teilgenommen werden kann
- die Anzahl der Punkte nach Fertigstellung der Umfrage
- den direkten Link zur Umfrage

Entscheidend ist, dass die in der Einladung enthaltenen Informationen möglichst allgemein und unvoreingenommen sind und keine Angaben zur gesuchten Zielgruppe enthalten, um ein verzerrtes Antwortverhalten zu verhindern. Es wird außerdem darauf hingewiesen, dass alle Umfragedaten anonymisiert erhoben werden und die Teilnahme an der Umfrage vollkommen freiwillig ist und in keinem Zusammenhang mit der Mitgliedschaft im Panel steht.

Alle die hier aufgeführten Vorgaben sind per ISO als relevante Informationen definiert, die einem potenziellen Teilnehmer an einer Studie im Rahmen der Einladung zur Verfügung gestellt werden müssen.

Entsprechend Datenschutzvorgaben enthält die E-Mail zudem direkte Links zum Nutzerprofil, in dem der Panelist Einstellungen an seinem Profil vornehmen kann oder sein gesamtes Profil im Panel löschen kann.

Neben der Einladungs-E-Mail ist jede Umfrage über das Nutzerprofil auf der Panel-Website bzw. der App erreichbar. Auch hier sind die wichtigsten Informationen in der Auflistung der für den Teilnehmer verfügbaren Umfragen enthalten.

19. Ermöglichen Sie den Teilnehmern, aus einer Auswahl verfügbarer Umfragen eine Umfrage auszuwählen? Wenn ja, was wird ihnen über jede Umfrage mitgeteilt, um ihnen bei dieser Entscheidung zu helfen?

Alle für den Panelisten aktuell verfügbaren Umfragen sind in seinem persönlichen Nutzerprofil auf der Website bzw. in der App einsehbar. Zu jeder Umfrage sind die in Frage 18 angegebenen Informationen in ähnlicher Weise standardmäßig aufgeführt, auf deren Basis jeder Panelist frei entscheiden kann, ob er die Einladung zur Umfrage annehmen möchte oder nicht.

Eine Einladungs-E-Mail verweist auf jeweils auf eine einzelne Umfrage. Damit kann der Panelist unabhängig von der Verfügbarkeit anderer Umfragen frei entscheiden, ob er jetzt oder zu einem späteren Zeitpunkt an der Umfrage teilnehmen möchte.

20. Welche Möglichkeiten haben Sie, Anreize für potenzielle Teilnehmer (oder Teilgruppen von Teilnehmern) im Verlauf einer Umfrage zu erhöhen (oder zu verringern)? Kann dies auf Teilnehmerebene im Datensatz gekennzeichnet werden?

Die Panelmitglieder sammeln für jede ausgefüllte Umfrage eine bestimmte Anzahl von Punkten, wobei die Punkte hauptsächlich von der Umfragedauer und gelegentlich auch von der Komplexität des Fragebogens abhängen. Als Geste des guten Willens werden auch Punkte an diejenigen Teilnehmer vergeben, die nicht in die Zielgruppe gepasst haben, um diese für ihre Zeit und Mühe zu belohnen.

Sobald die Panelisten bestimmte Punkte-Limits erreicht haben (z.B. 2.000 Punkte), können sie ihre Punkte im Prämien-Shop einlösen, oder weiter Punkte sammeln. Je nach Land bietet Talk eine Vielzahl von Prämien an, die speziell auf die lokalen Interessen zugeschnitten sind und den lokalen Gesetzen entsprechen. Derzeit bietet Talk als Prämien u.a. Bargeld, Einkaufsgutscheine für Shopping-Stores oder Online-Shops, Zeitschriften- und Zeitungsabonnements sowie Spenden für wohltätige Zwecke an. Mit der Vielfalt an Möglichkeiten, gesammelte Punkte einzulösen, werden unterschiedliche Motivationstypen angesprochen.

Für Talk ist es wichtig, dass Teilnehmer für ihr Engagement angemessen belohnt werden. Talk berücksichtigt bei der Incentivierung, die Höhe des Incentives weder zu hoch noch zu niedrig anzusetzen. Ein zu hohes Incentive könnte zu Verzerrungen im Antwortverhalten führen. Gleichzeitig möchte sich Talk bei den Teilnehmern für ihre Mühe und Zeit angemessen bedanken. Der Punktwert wird an den Lebensstandard und die Kaufkraft in dem jeweiligen Land angepasst. Die nachvollziehbare, kontinuierliche und faire Incentivierung wirkt sich zudem positiv auf das Involvement und die Bindung der Teilnehmer an das Panel aus.

Im Verlauf eines Projektes kann die Höhe des Incentives angepasst werden, wenn dies erforderlich ist. Das ausgezahlte Incentive je Projekt ist für jeden Panelisten in einer Historie hinterlegt und kann auf Anfrage als zusätzliches Datum dem Datensatz hinzugefügt werden.

21. Erfassen Sie die Zufriedenheit der Teilnehmer auf individueller Projektebene? Wenn ja, können Sie normative Daten für ähnliche Projekte bereitstellen (nach Dauer, Art, Thema, Zielgruppe)?

Talk legt großen Wert auf die Erfahrungen seiner Panelmitglieder und bemüht sich aktiv um deren Feedback zum Inhalt und zur Darstellung jeder Umfrage. Manchmal erfolgt dies mit eigenständigen Fragebögen, meistens jedoch mit einer Feedback-Frage am Ende der Umfrage. Diese Feedback-Frage enthält üblicherweise die Aufforderung, die Umfrage anhand einer numerischen Skala zu bewerten, sowie ein offenes Antwortfeld zur Begründung der Bewertung. In Abstimmung mit dem Kunden werden diese Ergebnisse zur Verfügung gestellt.

Die Panel-Mitglieder können darüber hinaus jederzeit und unabhängig von Umfragen ihr Feedback und ihre Verbesserungsvorschläge zu allen Aspekten der Plattform und der Umfragen über ein Feedback-Formular in der Landessprache des jeweiligen Panels auf jeder länderspezifischen Webseite von talkonlinepanel.com abgeben.



22. Bieten Sie nach Abschluss eines Projekts einen Abschlussbericht an? Wenn ja, können Sie ein Beispiel bereitstellen?

Im Rahmen der Standardprojektplanung werden mit dem Kunden Umfang und Inhalte des Reportings und eventueller Zwischenberichte abgestimmt und entsprechend eingeplant, falls diese angefordert werden. Je nach Wunsch und in Übereinstimmung mit Verpflichtungen im Rahmen unserer ISO-Zertifizierung kann mit dem Kunden die Bereitstellung eines ausführlichen Berichts mit Informationen zu allen Aspekten der Umfrage vereinbart werden. Dieser Abschlussbericht kann Informationen zum Brutto-Sample, Teilnehmerate, Dropout-Rate, Einladungsmail sowie eine Beschreibung der Samplingmethode enthalten, oder auch nähere Informationen zum Sample wie die Aufschlüsselung nach Profilattributen (z.B. Alter, Ort, etc.).

Nach Abschluss des Projektes erhalten die Kunden Informationen zu den wichtigsten Spezifikationen der Studie, wie Inzidenzrate, Interviewdauer, Anzahl der Interviews und den Quoten, wenn vorhanden.

Datenqualität und Validierung

23. Wie oft kann dieselbe Person an einer Umfrage teilnehmen? Wie unterscheidet sich dies bei den von Ihnen verwendeten Stichprobendatenquellen? Welche durchschnittliche und maximale Zeitspanne könnte eine Person bereits an Umfragen teilgenommen haben, bevor sie an dieser Umfrage teilnimmt? Wie verwalten Sie dies?

Jeder Panelist wird maximal sechs Mal pro Monat zu Umfragen eingeladen. Unter Berücksichtigung von Screen-Outs, ignorierten Einladungen oder verspäteten Antworten füllt ein Befragter durchschnittlich 1,5 Umfragen pro Monat aus. Diese Einschränkungen haben zum Ziel, die Kommerzialisierung des Panels durch „professionelle“ Umfrageteilnehmer zu minimieren, die lediglich einen Gewinn aus dem Bonuspunktesystem erzielen wollen.

Um zu vermeiden, dass Panelisten einmal in einem zu kurzem Zeitabstand zu Umfragen eingeladen werden, ist im Panelmanagementsystem eine sog. Cool-Down-Period eingesetzt. Das heißt, wenn ein Teilnehmer eine Einladung erhalten hat, kann er für einen definierten Zeitraum nicht erneut eingeladen werden.

Die Einladung und Teilnahme an Umfragen wird für jedes Panelmitglied automatisch im System erfasst. Das ermöglicht es Talk, auf Kundenwünsche einzugehen und z.B. Zeit-/Kategorie-Einschränkungen anzuwenden, wenn ein Kunde für ein Projekt eine ganz „frische“ Stichprobe (sog. „fresh sample“) – generell oder in Bezug auf die Themenkategorie der Umfrage – benötigt. Insbesondere für Tracking-Studien kann der Ausschluss von Teilnehmern der Vorwahlen nach Vereinbarung sichergestellt werden.

24. Welche Daten speichern Sie über einzelne Teilnehmer, wie z.B. die jüngste Teilnahmegeschichte, das/die Eintrittsdatum/Daten, Quelle/Kanal usw.? Können Sie den Käufern eine projektbezogene Analyse solcher individuellen Daten zur Verfügung stellen? Können Sie solche Datenpunkte den Teilnehmerdatensätzen hinzufügen?

Für die Projektarbeit relevante Informationen wie Beitrittsdatum oder Beitrittsquelle, geworbene Freunde, Umfrageeinladungen, Umfrageteilnahmen sowie Profildaten werden auf Anfrage und in Übereinstimmung mit den Datenschutzbestimmungen in anonymisierter Form zur Verfügung gestellt.

Weitere Informationen zu den Panelisten, insbesondere sensible Daten oder personenbezogene Informationen, sind gemäß den Datenschutzbestimmungen nur den jeweiligen Teams für das Panelmanagement und den Teilnehmersupport vorbehalten.

25. Bitte beschreiben Sie Ihre Verfahren zur Bestätigung der Teilnehmeridentität auf Projektebene. Bitte beschreiben Sie diese Verfahren so, wie sie beim Betreten einer Umfrage oder eines Routers implementiert werden.

Talk hat vielseitige Qualitätsprüfungen im Einsatz, um die Teilnehmeridentität im Registrierungsmoment zu prüfen und Dubletten auszuschließen. Dazu sind u.a. automatisierte Dublettenprüfungen, Anti-Bot-Maßnahmen, SMS-Verifikationen und ein Quality Control Tool im Panelmanagement-System implementiert.

Darüber hinaus führt Talk an allen relevanten Kontaktpunkten zum Panelisten auch manuelle Kontrollen durch. Diese erfolgen stichprobenartig und sind je Panelist uneingeschränkt häufig möglich. Hierzu gehört auch die Integration von entsprechenden Rückmeldungen aus Projekten über Bad quality IDs.

Im Ergebnis aller dieser umfassenden Qualitätsmanagement-Maßnahmen erhalten die Panelisten einen Qualitätsstatus. Teilnehmer, die durch bestimmte Profildaten-Muster oder betrügerisches Verhalten auffallen, werden gesperrt und somit vom System nicht mehr für Einladungen berücksichtigt. Damit reduziert Talk die Teilnahme möglicher auf Betrug ausgerichteter Teilnehmer per se bereits vor dem Einladungsprozess.

Einige der o.g. Maßnahmen werden nicht nur im Registrierungsmoment, sondern u.a. auch auf Projektebene eingesetzt. Beim Start einer Umfrage ist ein „Invisible Captcha“ eingesetzt, das Bots identifiziert und blockt, ohne aktive Eingaben abzufragen.

Qualitätsfragen, die im Verlauf der Umfrage in den Fragebogen eingebettet sind, helfen, Durchklicker oder unaufmerksame Teilnehmer vorzeitig aus der Umfrage auszuscreenen.

26. Wie verwalten Sie die Konsistenz und Mischung der Datenquellen auf Projektebene? Wie stellen Sie sicher, dass Art und Zusammensetzung der Stichprobendatenquellen bei Trackern im Laufe der Zeit gleich bleiben? Haben Sie Berichte über Mischungen und Quellen, die den Käufern zur Verfügung gestellt werden können? Kann die Quelle den Teilnehmerdatensätzen hinzugefügt werden?

Talk arbeitet für die Erhebung von Umfragedaten ausschließlich mit Online-Panels, die ein Triple-Opt-in-Verfahren anwenden, als Datenquelle. Sollte im Projektverlauf ein Partnerpanel eingebunden werden müssen, stimmt Talk das Vorgehen insbesondere hinsichtlich der Quoten mit dem Kunden ab, um für das Projekt die bestmögliche Zusammensetzung der Stichprobe zu gewährleisten.

Für Trackingstudien kann bei Bedarf in der Planung eine ausgewogene Verteilung eingeplant werden, wenn mehrere Panels für das Projekt zum Einsatz kommen. Über die Quotensteuerung im Feldmanagement wird eine strukturgleiche Verteilung über alle Wellen gewährleistet, wenn für das Projektdesign erforderlich.

27. Bitte beschreiben Sie die Überwachung der Qualität der Teilnehmer/Mitglieder sowie alle Kennzahlen, die Sie bei Mitgliedern/Teilnehmern erfassen, und wie diese Kennzahlen verwendet werden, um Personen zur Teilnahme an der Plattform, am Router oder an einer Umfrage einzuladen, zu überwachen, zu isolieren und zu blockieren. Welche Prozesse haben Sie implementiert, um profilierte und bekannte Daten mit den Umfrageantworten abzugleichen?

Panelisten durchlaufen kontinuierliche Prüfungsprozesse in einer Kombination aus automatisierten und manuellen Identifikations- und Evaluierungsprozessen. Die Qualitätsprüfung pro Teilnehmer erfolgt nicht nur einmalig, sondern ist abhängig vom Teilnehmerverhalten an allen Kontaktpunkten zum Teilnehmer, vom Registrierungsmoment über Anpassungen im Nutzerprofil, Umfrageteilnahmen bis zum Buchungsprozess beim Einlösen von Incentives.

Ergänzend zu den in Frage 7 aufgeführten Qualitätsprüfungen im Registrierungsmoment finden die folgenden Prüfungen von Panelisten statt:

- **SMS-Verifikation:** Zwei-Faktor-Authentisierung sowohl bei der Registrierung als auch bei der Änderung von elementaren Profildaten und der Buchung von Incentives.
- **Prüfung der Antwortqualität in Umfragen:** Es werden regelmäßig eigene Umfragen in allen Panels durchgeführt, die nur der Erhebung der Antwortqualität dienen. Die Teilnehmer erhalten einen Status entsprechend ihrer Antwortqualität. Dabei werden Musterantworten wie auch die Antwortgüte in offenen Nennungen berücksichtigt. Diese Prüfung kann auch in Kundenumfragen eingesetzt werden.
- **Bad quality Prozess:** Im Rahmen der Datenanalyse in Umfrageprojekten als "bad quality" identifizierte Teilnehmer werden im Panelmanagementsystem automatisiert eingepflegt. Das System markiert Teilnehmer entsprechend und versendet automatisch nach einem Eskalationsschema eine Benachrichtigung an die Teilnehmer. Die Anzahl der Markierungen wird je

Teilnehmer gezählt. Nach 3-maliger Markierung als "bad quality" wird der Teilnehmer letztmalig angeschrieben und für weitere Umfragen und Aktivitäten im Panel blockiert (Blacklist).

- **Quality control:** Panelisten mit inkonsistentem Verhalten an den Teilnehmer-Kontaktpunkten werden durch ein automatisiertes Kontrolltool im Panelmanagementsystem und ergänzend durch manuelle Stichprobenkontrollen identifiziert und einer individuellen Qualitätskontrolle unterzogen. Über den persönlichen Kontakt per E-Mail oder Telefon und eine Bestätigung durch ID-Kontrolle wird die Identität des Panelisten überprüft.

Prüfungsverläufe sowie Prüfergebnisse werden lückenlos direkt im Panelmanagementsystem erfasst und hinterlegt. Ein aus allen Einzelprüfungen generierter Status je Teilnehmer kennzeichnet die Teilnehmerqualität. Dieser Status bildet die Grundlage für weitere Prüfungsvorgänge und auch die Blockierung von Teilnehmern, die die Qualitätsprüfungen nicht bestehen. Das System stellt sicher, dass diese Teilnehmer nicht mehr an Umfragen teilnehmen können.

Ergänzend zu diesen Qualitätsprüfungen werden die Panelisten regelmäßig dazu aufgefordert, ihre Profildaten zu aktualisieren. Die Antworten sowie Änderungen in den Angaben für wesentliche demographische Kriterien werden im System auf ihre Plausibilität geprüft.

28. Welche Prozesse haben Sie implementiert, für Projekte, bei denen Sie die Umfrage programmieren, hosten und die Umfragedaten liefern, um unerwünschtes Verhalten in der Umfrage zu reduzieren oder zu eliminieren, wie (a) zufälliges Antworten, (b) logisch widersprüchliches oder inkonsistentes Antworten, (c) übermäßige Verwendung von Nicht-Antworten (z.B. "Weiß nicht"), (d) ungenaues oder inkonsistentes Antworten, (e) unvollständiges Antworten oder (f) zu schnelle Beendigung der Umfrage?

Es gibt keine einzige Umfrageform, weder direkt, telefonisch noch online, die zweifelsfrei unerwünschtes Antwortverhalten ausschließt. Talk ist sich der Herausforderungen bewusst, die der Umgang mit etwas so Unbeständigem und Komplexem wie der menschlichen Meinung mit sich bringt und ist bemüht, unpassende Einflüsse herauszufiltern.

Diese Bemühungen beginnen bereits mit dem Rekrutierungsprozess und bei der gezielten Wahl der Rekrutierungsquellen. Talk richtet sich an diejenigen, die wirklich daran interessiert sind, ehrliche Meinungen zu äußern und den Markt mitzugestalten. Darüber hinaus werden für alle Eingabeprozesse der Teilnehmer kontinuierliche automatisierte Qualitätsprüfungen durchgeführt, um die Panelqualität zu erhalten und den Anteil an Betrügern und Speedern auf ein Minimum zu reduzieren.

Wenn Talk die Befragung für den Kunden programmiert und hostet, werden Qualitätsprüfungen im Zusammenhang mit Umfragen im Rahmen der Datenbereinigung durchgeführt. Die Datenbereinigung folgt spezifisch kombinierten Kriterien, die die Identifizierung von Zufallsantworten, inkonsistentem Antwortverhalten sowie die zu häufige Verwendung von Nichtantwort-Elementen und Durchklicken ermöglichen, indem das Antwortverhalten, die Qualität offener Antworten und die Antwortzeit nach speziellen Vorgehensweisen überprüft werden.

Darüber hinaus verfügt Talk über einen automatisierten Eskalationsprozess für Teilnehmer, die durch unpassendes Antwortverhalten auffallen. Verdächtige Befragte werden markiert und stufenweise per E-



Mail verwahrt werden. In letzter Konsequenz werden entsprechende Teilnehmer per Blacklist vom automatisierten Einladungsprozess ausgeschlossen. Das Feedback von Sample-only-Kunden zur Datenqualität wird auf die gleiche Weise verarbeitet.

Talk führt überdies eigene Umfragen durch, mit dem Ziel, die Antwortqualität der Panelisten zu überprüfen. Die Teilnehmer erhalten einen Status entsprechend ihrer Antwortqualität. Dabei werden Musterantworten wie auch die Antwortgüte in offenen Nennungen berücksichtigt. Diese Prüfung kann auch in Kundenumfragen eingesetzt werden.

Policies und Compliance

- 29. Bitte geben Sie den Link zu Ihrer Datenschutzerklärung für Teilnehmer an (manchmal auch als Datenschutzrichtlinie bezeichnet), sowie eine Zusammenfassung der wichtigsten Konzepte, die darin behandelt werden. (Hinweis: Wenn Ihr Unternehmen für verschiedene Produkte oder Dienstleistungen unterschiedliche Datenschutzerklärungen verwendet, geben Sie bitte ein Beispiel an, das für die in Ihrer Antwort behandelten Produkte oder Dienstleistungen relevant ist).**

Talk führt für seine Panelisten neben ausführlichen AGB eine Datenschutzrichtlinie sowie eine separate Cookie-Richtlinie. Alle Richtlinien sind bei der Registrierung einsehbar und müssen im Registrierungsprozess bestätigt werden. Zudem können die Richtlinien jederzeit beim Besuch unserer Website lesen. Sie sind in der Fußzeile der Website deutlich vermerkt und in der Landessprache des jeweiligen Panels verfügbar. Talk legt Wert darauf, dass alle Angaben in leicht verständlicher Sprache erläutert werden.

In der Datenschutzrichtlinie wird erläutert, welche Informationen für welche Zwecke und auf welche Weise gesammelt werden. Es werden Angaben über Aufbewahrung und die mögliche Weitergabe der Daten gemacht. Es wird auf Sicherheitsmaßnahmen und explizit auf die Rechte der Panelisten in Bezug auf ihre Daten hingewiesen. Einzelne Funktionen des Panels und welche Daten hier verwendet werden, werden erläutert.

In der Cookie-Richtlinie werden explizit alle von Talk verwendeten Cookies und ihre Funktionalität erläutert.

Grundsätzlich ist für Talk die Einhaltung der EU-Datenschutzgrundverordnung und aller nationalen Datenschutzgesetze sehr wichtig. Die Richtlinien werden regelmäßig hinsichtlich ihrer Aktualität geprüft und gesetzliche Neuerungen eingearbeitet.



30. Wie erfüllen Sie die wichtigsten Datenschutzgesetze und -vorschriften, die in den verschiedenen Rechtsgebieten, in denen Sie tätig sind, gelten? Wie gehen Sie mit Anforderungen hinsichtlich Einwilligung oder anderen rechtlichen Grundlagen für die Verarbeitung personenbezogener Daten um? Wie gehen Sie mit Anforderungen hinsichtlich der Reaktion auf Datenverletzungen, der grenzüberschreitenden Datenübertragung und der Datenverwahrung um? Haben Sie einen Datenschutzbeauftragten ernannt?

Talk verpflichtet sich zu einem verantwortungsvollen und respektvollen Umgang mit personenbezogenen Daten gemäß den Europäischen Datenschutzbestimmungen sowie den strengen Richtlinien der Europäischen Gesellschaft für Meinungs- und Marketingforschung (ESOMAR) und der nationalen Marktforschungsverbände aller Länder, in denen Talk Online-Panels betreibt. Nicht zuletzt bestätigt die Zertifizierung nach ISO 20252 die Einhaltung aller geltenden gesetzlichen Bestimmungen.

Im Rahmen der internen organisatorischen Maßnahmen zur IT-Sicherheit wird durch die vielschichtige IT-Struktur sichergestellt, dass die Mitarbeiter des Panels nur Zugriff auf die Daten haben, die für ihre Arbeit unbedingt erforderlich sind. Die Systemarchitektur der Panelmanagement- und Umfragesoftware stellt u.a. eine getrennte Speicherung von Profildaten und Umfragedaten der Panelisten sicher. Alle Mitarbeiter haben Datenschutzvereinbarungen unterzeichnet, sind mit den technischen Organisationsmaßnahmen von Talk vertraut und werden im Rahmen laufender Schulungen mindestens einmal im Jahr über die Datenschutzbestimmungen informiert und insbesondere für den vorsichtigen Umgang mit Teilnehmerdaten sensibilisiert. Die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen im Arbeitsalltag wird kontinuierlich überwacht.

Projektbezogen wird die Abfrage personenbezogener Daten im Fragebogen sowie der Einsatz von Cookies vor Projektstart mit dem Kunden geklärt und ggf. entsprechende Maßnahmen eingeplant. Dazu gehört zum Beispiel das Schalten einer entsprechenden Consent-Abfrage vor Beginn der Umfrage oder eine zusätzliche Information der Teilnehmer im Einladungstext. Alle Fragebogen werden zudem vor Feldstart u.a. hinsichtlich der Abfrage sensibler oder personenbezogener Daten sowie der Verwendung von Cookies und den entsprechenden datenschutzkonformen Maßnahmen noch einmal geprüft.

Panelisten haben jederzeit die Möglichkeit, sich an den Datenschutzbeauftragten von Talk zu wenden, wenn sie den Verdacht haben, dass ihre persönlichen Angaben nicht datenschutzkonform bzw. gemäß der Richtlinie verarbeitet werden, oder sie Einblick erhalten möchten, welche ihrer Daten auf welche Weise gespeichert werden. Die Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten sind in den Datenschutzrichtlinien jederzeit ersichtlich.

31. Wie können Teilnehmer ihre Einwilligung zur Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten erteilen, verwalten und überarbeiten? Welche Support-Kanäle stellen Sie den Teilnehmern zur Verfügung? In Ihrer Antwort gehen Sie bitte auf die Sample-Quellen ein, die Sie vollständig besitzen, sowie auf diejenigen, die anderen Parteien gehören, denen Sie Zugang gewähren.

Die Panelisten können in ihrem persönlichen Nutzerprofil jederzeit einsehen, welche personenbezogenen Daten gespeichert sind. Außerdem eine Übersicht über alle Cookies, die Talk verwendet, dort einsehbar. Einzelne Profilangaben können im Nutzerprofil angepasst werden und die Zustimmung über die Verwendung von Cookies kann hier verwaltet werden.

Die Zustimmung zur allgemeinen Datenschutzrichtlinie ist Voraussetzung für die Mitgliedschaft im Online-Panel. Hierüber werden die Teilnehmer im Registrierungsprozess informiert. Teilnehmer können ihre Mitgliedschaft jederzeit beenden, wenn sie der Datenschutzrichtlinie nicht mehr zustimmen. Dies kann direkt im Nutzerprofil erfolgen.

Werden für einzelne Umfragen zusätzliche personenbezogene oder besonders schützenswerte Daten erhoben, so werden die Teilnehmer in der Einladungsmail bzw. zu Beginn der Umfrage explizit darauf hingewiesen und es wird ihre Zustimmung abgefragt. Derartige Erhebungen erfolgen immer umfragespezifisch. Hier erhobenen Daten werden gemäß den Datenschutzvorschriften nicht an die Profildaten gespielt.

Grundsätzlich steht den Panelisten jederzeit per E-Mail und z.T. auch telefonisch für alle Fragen ein Support-Team zur Verfügung. Fragen und Anregungen jeder Art, insbesondere auch in Bezug auf Fragen zum Datenschutz, werden von Muttersprachlern aufgenommen und beantwortet. Die Mitarbeiter sitzen zumeist in den jeweiligen Panel-Ländern, kennen kulturelle und gesetzliche Besonderheiten ihres Landes und können dementsprechend individuell auf die Fragen der Panelisten eingehen.

32. Wie verfolgen und erfüllen Sie andere anwendbare Gesetze und Vorschriften, die sich auf die Anreize auswirken könnten, die an Teilnehmer gezahlt werden?

Panelisten werden für die Teilnahme an Umfragen in Form von Punkten belohnt. Diese Punkte haben einen länderspezifischen festen monetären Gegenwert und können im Prämienshop auf der Panel-Website gegen Prämien eingelöst werden. Die Auswahl der je Land verfügbaren Prämien orientiert sich an den jeweils gesetzlichen Vorgaben. Generell ist die Einlösung der Punkte in Bargeld (per Banküberweisung), Gutscheine von Online-Shops, Abos für Magazine und Zeitungen sowie Spenden an wohltätige Organisationen möglich, je nach länderspezifischen Bestimmungen.

Die Vergabe und Einlösung der Punkte ist in den AGB für Panelisten ausführlich beschrieben und geregelt. Hier werden die Teilnehmer zudem auf die Berücksichtigung lokaler Steuergesetze hingewiesen, die ggf. eine Angabe der Bargeldauszahlungen gegenüber der Steuerbehörde fordern.

Entsprechende gesetzliche Vorgaben werden vom Team der Rechtsabteilung bei Talk kontinuierlich geprüft und berücksichtigt.

33. Wie gehen Sie mit der Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten von Kindern und jungen Menschen um? Halten Sie sich an Standards und Richtlinien, die von ESOMAR oder GRBN-Mitgliedsverbänden bereitgestellt werden? Wie kommen Sie den geltenden Datenschutzgesetzen und -vorschriften nach?

Das Mindestalter für die Registrierung in unseren Online-Panels richtet sich nach den geltenden Gesetzen in den jeweiligen Ländern. 16 Jahre ist ein allgemeines gesetzliches Mindestalter für mehrere europäische Länder. In einigen Ländern liegt das Mindestalter etwas niedriger. Das Team der Rechtsabteilung von Talk prüft regelmäßig Aktualisierungen der Gesetzgebung. Gesetzliche Änderungen werden umgehend in den Registrierungsmodalitäten umgesetzt. Der Registrierungsprozess folgt immer den örtlichen Gesetzen, sodass Personen unter dem gesetzlichen Alter in ihrem Land technisch nicht berechtigt sind, dem Panel beizutreten. Wenn sie sich mit betrügerischer Absicht registrieren, werden sie im Rahmen der Identitätsprüfungen während der Qualitätskontrolle entdeckt und ausgeschlossen.

In der Regel werden keine Online-Umfragen direkt mit Kindern durchgeführt. Wenn die direkte Angabe von Informationen durch Kinder für eine Umfrage benötigt wird, würde dies nur gemeinsam mit den Eltern erfolgen. Die Einladung wird an die Eltern gesendet, die dann der Teilnahme ihres Kindes an der Befragung explizit zustimmen müssen.

Talk entspricht mit diesen Maßnahmen den Richtlinien und Standards des ESOMAR und GRBN, sowie den ISO-Vorschriften für die Zertifizierung nach ISO 20252.

34. Implementieren Sie "Datenschutz durch Technikgestaltung" in Ihren Systemen und Prozessen? Wenn ja, beschreiben Sie bitte, wie dies geschieht.

Im Rahmen des Panelmanagement werden von Talk Millionen von Daten verarbeitet und auch im Sinne der Nachvollziehbarkeit von Teilnehmeraktivitäten nachgehalten. Talk ist sich dieser besonderen Verantwortung sehr bewusst.

Die von Talk genutzten Panelmanagement- und Umfragesysteme wurden unternehmensintern von Software-Entwicklern in Kooperation mit Marktforschern und Analytikern entwickelt. Sie dienen ausschließlich dem Zweck der Verwaltung von Online-Panels und der Erhebung von Daten zu Marktforschungszwecken. Entsprechend wurde von Anfang an eine System-Architektur entwickelt und etabliert, die die Datenverarbeitung lückenlos entsprechend der branchenspezifischen Vorgaben und Datenschutzgesetzen sicherstellt.

Ein Aspekt ist die Sicherung der erhobenen Daten vor externen Zugriffen. IT-sicherheitstechnische Maßnahmen mit entsprechendem Zugriffsmanagement, Firewalls, Rechte- und Rollenmanagement etc. sind nach neuesten technischen Standards installiert. Es finden regelmäßige Auditierungen statt, um mögliche Schwachstellen aufdecken und beheben zu können.

Datenschutz- sowie ISO- und weitere Branchenvorschriften fordern eine strikte Trennung von Teilnehmerprofildaten und Umfragedaten. Die Systemarchitektur der von Talk genutzten Software ermöglicht sowohl die strikt getrennte Speicherung und Verarbeitung dieser Daten sowie über entsprechendes Rollenrechtmanagement auch eine Einschränkung des Zugriffs der jeweiligen

Mitarbeiter. Zugriff auf personenbezogene Daten der Teilnehmer erhalten ausschließlich Mitarbeiter, die diese für die Ausübung ihrer Tätigkeit unbedingt benötigen, z.B. um Fragen der Panelisten zu beantworten oder Incentivebuchungen ausführen zu können.

35. Was sind die wesentlichen Elemente Ihres Informationssicherheits-Compliance-Programms? Bitte geben Sie an, welchen Rahmen (oder welche Prüfverfahren) Sie einhalten oder zertifizieren. Beinhaltet Ihr Programm eine auf Vermögenswerten basierende Risikobewertung und einen internen Prüfungsprozess?

Sowohl für das Panelmanagement wie auch für die Administration bei Talk bestehen Managementsysteme für die Informationssicherheit, die den Anforderungen nach ISO 27001 folgen. Talk setzt die Anforderungen gemeinsam mit seinen Software-Partnern um.

Die Sicherheitssysteme umfassen ausführliche Risikoanalysen, eine entsprechende Systemarchitektur sowie in der Umsetzung entsprechende physische und technische Systemkontrollen, z.B. durch Firewalls, Rollenmanagement. Weiterhin gehören u.a. persistente Datenspeicherung und weitere Methoden der Datensicherung zum Gesamtkonzept. Es finden zudem regelmäßige Auditierungen in Form von Penetrationstests statt. Alle Prozesse und Systeme sind in den Technisch-Organisatorischen Maßnahmen schriftlich zusammengefasst und gelten für die Mitarbeiter von Talk als Handlungsanweisungen.

36. Zertifizieren Sie sich nach oder erfüllen Sie einen Qualitätsrahmen wie ISO 20252?

Seit der Einführung seiner Online-Panels folgt Talk in seiner grundlegenden Firmenphilosophie als Marktforschungsunternehmen alle ESOMAR-Prinzipien.

Talk ist seit 2019 nach ISO 20252 zertifiziert. Entsprechende Re-Audits erfolgen regelmäßig Jahre durch einen unabhängigen Prüfer. Zudem finden ergänzend interne Audits statt. Die ISO-Vorgaben, insbesondere im Hinblick auf Transparenz und datenschutzkonformen Umgang mit Panelistendaten sind im Arbeitsalltag aller Mitarbeiter allgegenwärtig. Bei der Neueinführung von Services und Prozessen werden die ISO-Vorschriften im Rahmen der Konzipierung einbezogen.

Die ISO-Zertifizierung bestätigt die Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben, einen verantwortungsvollen Umgang mit Panelmitgliedern und die höchstmögliche Transparenz gegenüber Kunden.



Kennzahlen

- 37. Welche der folgenden Kennzahlen können Sie den Käufern aggregiert und nach Land und Quelle zur Verfügung stellen? Bitte fügen Sie für jede verwendete Kennzahl einen Link hinzu oder fügen Sie eine Datei mit einem Beispielbericht an.**

Talk überwacht alle qualitätsrelevanten Kennzahlen seiner Online-Panels laufend anhand der im System getrackten Informationen z.B. aus Qualitätsprüfungsprozessen und Umfragestatistiken. Die Kennzahlen können je Land und Panel variieren. Gleichzeitig ist das Verhalten der Teilnehmer im Panel, dargestellt durch ebendiese Kennzahlen, abhängig von vielen äußeren Einflussfaktoren.

Auf eine statische Auflistung dieser dynamischen Kennzahlen wird aus diesen Gründen hier verzichtet. Talk ist ein transparenter Austausch mit Kunden und Interessierten äußerst wichtig und steht für einen direkten Austausch zu qualitätsrelevanten Kennzahlen der Panels jederzeit gerne zur Verfügung.

Version aktualisiert im Juni 2023, ©Talk Online Panel



Kontakt: rfq@talk.group | www.talk.group