

Fragen kostet nichts

Das Berliner STARTUP CIVEY will repräsentative Umfragen zum Nulltarif anbieten. Und die Antworten liegen auch noch in Echtzeit vor

VON KLAUS JANKE

Was halten die Deutschen eigentlich von Erdogan? Wie finden sie TTIP? Unter welchen Voraussetzungen würden sie ein Elektroauto kaufen? Wer schnelle, aber repräsentative Antworten auf Fragen dieser Art will, kann sie schon bald über ein neues Meinungsforschungs-Tool des Berliner Startups Civey stellen. Besonders verlockend: Man kann in Echtzeit verfolgen, wie die Antworten eintreffen, und man muss nicht dafür zahlen.

Das System sieht so aus: Wer fragen will, muss eine eigene Website betreiben. Dort installiert er ein Widget, über das er die Fragen stellen kann. Website-Nutzer, die antworten wollen, geben zusätzlich Alter, Geschlecht und Wohnort an. Alle Fragen finden sich gleichzeitig auf einer Website von Civey. Zudem können sich interessierte Nutzer die Fragen per Mail schicken lassen. Wer geantwortet hat, bekommt weitere, ähnliche Fragen vorgeschlagen.

Civey wird die Umfrageteilnehmer nicht incentivieren. Der Anreiz soll darin bestehen, die Ergebnisse der Umfragen sehen zu können. Die Antworten treffen für alle Teilnehmer sichtbar ein, sie können also den öffentlichen Meinungsbildungsprozess „live“ verfolgen. „Wir machen Meinungsforschung für alle kostenfrei möglich“, erklärt Civey-CEO Gerrit Richter. Er ist zuversichtlich, genügend Umfrageteilnehmer gewinnen zu können: „Online-Umfragen genießen unter den Marktforschungsmethoden die größte Akzeptanz. 35 Millionen Deutsche haben sich schon einmal daran beteiligt, rund zwei Millionen tun dies täglich.“

Richter, der zuvor viele Jahre als Kommunikationsberater im politischen Bereich tätig war, hat das Unternehmen Anfang 2015 mit Sven Hauser, Janina Mütze, Micha von Vau und Oliver Serfling gegründet. Letzterer ist Experte für Statistik und Umfrageforschung und lehrt an der Hochschule Rhein-Waal, die mit Civey kooperiert. Die fünf Gründer eint vor allem die Begeisterung für die demokratisierende Wirkung des Systems: Landen unerwünschte Umfrageergebnisse bislang gern mal im *Giftschrank* der Auftraggeber, können Institutionen und Unternehmen transparente Meinungsbildung anstoßen. Entsprechend leitet sich der Name Civey aus den Bestandteilen *citizen* und *survey* ab. Zu den Investoren zählt unter anderem die Investitionsbank Berlin (IBB), die bislang 1,7 Millionen Euro in das Startup gesteckt hat. Aber wie will Civey Geld verdienen? Richter plant, neben dem kostenlosen



Das Team des Startup Civey in Berlin stellt sein Tool ab 2017 zur allgemeinen Nutzung zur Verfügung

Basistool tiefgehende, exklusive Auswertungen der Befragungen gegen Rechnung anzubieten. Darüber hinaus sollen die Ergebnisse der Befragungen in einer Datenbank gespeichert werden, in der man gegen Geld recherchieren kann. „Das Marktpotenzial ist vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen, die sich keine klassische Markt- oder Meinungsforschung leisten können, sehr groß“, glaubt Richter.

Im Sommer werden zehn renommierte Partner aus Wirtschaft, Politik und Medien das Tool erstmals für Umfragen nutzen, darunter einige namhafte Zeitungen. Sie sollen dann auch für die nötige PR sorgen, damit Civey schnell bekannt wird. Für den ersten öffentlichen Beta-Test haben sich bereits rund 5.000 Nutzer registriert. Ab 2017 ist Civey dann allgemein nutzbar und dürfte auch für die Marktforschung interessant sein, soweit sie Fragen stellt, die die Nutzer interessieren.

Das 20-köpfige Civey-Team filtert grundsätzlich keine Fragen heraus, sofern sie nicht strafrechtlich heikel sind. Natürlich ist nicht zu erwarten, dass sämtliche Fragen auf große Resonanz stoßen. Wie schafft Civey dennoch aussagekräftige, repräsentative Ergebnisse? „Wir versuchen nicht, Zufallsstichproben zu ziehen, sondern arbeiten mit einer Non-Probability-Methode“, erklärt Richter. „Dabei geht es darum, das verfügbare Datenmaterial zu nehmen, die Fehler zu identifizieren und sie entsprechend herauszurechnen.“ Während der Befragung berechnet das System in Echtzeit den statistischen Fehler. „So ist jederzeit klar, wie hoch der Grad an Repräsentativität auf Grundlage der bislang gesammelten Aussagen von Teilnehmern ist.“