About Civey

Civey steht für Citizen Survey. Das 2015 gegründete Unternehmen hat die Markt- und Meinungsforschung grundlegend verändert: Als Technologieunternehmen liefert Civey repräsentative Momentaufnahmen und Monitorings, die Unternehmen, unserer Gesellschaft und jedem Einzelnen dabei helfen, Märkte, Trends und Meinungen besser zu verstehen. Das Unternehmen erhebt und analysiert Daten fortlaufend und in Echtzeit – und das an der Schnittstelle zwischen klassischer Statistik und moderner Künstlicher Intelligenz.

Kunden profitieren von Schnelligkeit, Verlässlichkeit und Datentiefe im größten Open-Access-Panel Deutschlands. Mithilfe von Echtzeit-Erhebungen in der Gesamtbevölkerung wie auch in kleinen Zielgruppen können Kunden fortlaufend Potenziale messen. Zu Civeys erfolgreichsten Produkten gehören unter anderem Kampagnenmessungen, mithilfe derer beispielsweise Volkswagen die Einführung der ID. Elektroauto-Familie gesteuert hat, sowie Datenauswertungen auf Land- und Wahlkreisebene, auf die beispielsweise Parteien im Wahlkampf setzen. Zu den Kunden von Civey zählen Unternehmen wie Vodafone und E.ON, Institutionen im öffentlichen Sektor sowie Teile der Bundesregierung. Ebenso arbeitet Civey für Medien wie DER SPIEGEL und öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten wie der Bayerische Rundfunk, Werbeagenturen sowie Stiftungen und Parteien. Regelmäßig große mediale Aufmerksamkeit erlangen beispielsweise die Sonntagsfrage und der Regierungsmonitor bei DER SPIEGEL, das Handelsblatt Ranking und der Bayern-Monitor der Augsburger Allgemeinen.

Die Methodik von Civey ist einzigartig und erfolgreich. Civey hat in kürzester Zeit das größte Online-Panel Deutschlands aufgebaut. Zur Rekrutierung neuer Panelisten werden Umfragen auf über 25.000 Internetseiten von Partnern wie DER SPIEGEL, Focus Online oder t-online eingebunden und Fragen aus allen gesellschaftlichen Bereichen von Politik über Wirtschaft, Technik und Sport bis hin zu Konsumverhalten gestellt. Jeden Monat werden so über 15 Millionen Abstimmungen generiert. Algorithmen entscheiden selbstlernend, welche Befragte im Panel aufgenommen und in den repräsentativen Stichproben berücksichtigt werden. Um Teil des Panels zu werden, müssen sich Teilnehmende mit einer Mindestanzahl an Stammdaten registrieren und sich durch ihr weiteres Antwortverhalten verifizieren. So werden inhaltliche Plausibilitätschecks sowie technologische Prüfverfahren durchgeführt, bevor Teilnehmende berücksichtigt werden können. Anschließend wird aus allen verifizierten Stimmen eine quotierte Stichprobe gezogen, die zuletzt nachgewichtet wird.

Zur Unternehmensgeschichte von Civey

2015 Gründung und Schaffung der wissenschaftlichen und technologischen Grundlagen, finanziert über Investitionsbank Berlin im Rahmen der ProFIT Programme für technologische Innovationen

2016 Der Tagesspiegel und Spiegel Online werden erste Medienpartner. Im Vorfeld der Wahl des Abgeordnetenhauses in Berlin startet die erste Live-Umfrage zur Abgeordnetenhauswahl beim Tagesspiegel.

2017 Zahlreiche neue Medienpartner werden gewonnen, u.a. Focus Online, T-Online.de, Funke Mediengruppe, CHIP und WELT; dazu gemeinsame Projekte mit Süddeutsche Zeitung, ZEIT, PHOENIX und funk. Erste Zusammenarbeit mit einem DAX30-Unternehmen.

2018 Gründung eines wissenschaftlichen Beirats; Ausbau der Machine Learning Anteile in den Algorithmen mit Fokus auf Messungen in kleinen Zielgruppen (Multilevel Regression with Poststratification und Small Area Estimations); zahlreiche neue Medienpartner wie Bayerischer Rundfunk, HNA und Sächsische Zeitung werden gewonnen; Janina Mütze auf Forbes „30 unter 30”-Liste.

2019 Start der Forschungskooperation mit dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung und der Freien Universität Berlin; neue Kunden wie Volkswagen und Vodafone nutzen Civey für Marktforschung; bestes Ergebnis bei Wahlumfragen zur Landtagswahl Thüringen; MDR und erste Fachverlage werden neue Medienpartner; Nominierung als innovativstes Startup beim SMARTech Award.

2020 Erstellung von Live-Dashboards, die in der Corona-Pandemie für Bundesregierung und Unternehmen als gesellschaftliche und wirtschaftliche Monitore dienen; Weiterentwicklung in den Algorithmen mit Fokus auf kleine Datenräume (Small Area Estimations); Zahlreiche neue Medienpartner wie Capital, FIT FOR FUN und die Automobilwoche werden gewonnen.

2021 Ausbau der automatisierten Datenanalyse mit Attack Maps und Impact Analysis Daten zur Kampagnenmessung; Implementierung der Befragung und Auswertung auf Wahlkreisebene zur Bundestagswahl 2021; Neue Medienpartner wie das Handelsblatt arbeiten mit Civey.

Key Facts über Civey

- Gründer: Janina Mütze, Gerrit Richter, Prof. Dr. Oliver Serfling
- Gründung: 2015, Berlin
- Teamentwicklung: aktuell über 70 Mitarbeitende
- Referenzkunden (Auswahl): Volkswagen, Vodafone, E.ON, Deutsche Bahn, SAP, Uniper, EY, AOK, TUV Rheinland, Audi, Deutsche Telekom. Zudem zahlreiche Werbe- und PR-Agenturen wie Jung von Matt, Ressourcenmangel, Serviceplan und Faktor3. Außerdem erheben wir Daten für die Bundesregierung, das Wirtschaftsministerium Thüringen, den Bayerischen Rundfunk, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und politische Parteien.
- Medienpartner (Auswahl): DER SPIEGEL, DIE ZEIT, Augsburger Allgemeine, Handelsblatt, Wirtschaftswoche, diverse ARD-Rundfunkanstalten wie BR und MDR, die Funke Mediengruppe (u.a. mit WAZ und Berliner Morgenpost), Der Tagesspiegel, t-online, Sächsische Zeitung, Focus Online, Automobilwoche u.v.m. sowie Redaktionen von E-Mail-Providern wie GMX und web.de. Insgesamt arbeitet Civey mit über 40 Redaktionen und Verlagen zusammen.
- Online-Panel: rund eine Million verifizierte und monatlich aktive Nutzer
- Tägliche Live-Umfragen: über 3.500
- Beantwortete Items pro Monat: über 15 Millionen Abstimmungen

Kurzlebensläufe

Janina Mütze

Janina Mütze ist Mitgründerin und Geschäftsführerin von Civey. Sie ist außerdem Mitglied der Aufsichtsräte im Fintech Comeco sowie der Veganz Group AG. Sie engagiert sich besonders für die Themen Gründung und Diversität. So ist sie Mitglied im Beirat für Gründungen an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin und Board Member des Innovationslabs Futury, einer Tochter der Werte-Stiftung. Vor Gründung des Unternehmens hat die studierte Volkswirtin die Interessen der Venture Capital- und Private Equity-Investoren im politischen Berlin u.a. als Referentin der Geschäftsführung vertreten.

Auszeichnungen

Forbes „30 unter 30” Vom deutschsprachigen Forbes-Magazin wurde sie 2018 in der Kategorie Technologie auf der Liste „30 unter 30“ geführt.

Capital Top 40 unter 40 Das Magazin Capital zeichnete sie 2018 als Top 40 unter 40 in der Kategorie “Unternehmer” aus.

Digital Female Leader Award Global Digital Women verlieh Mütze 2020 den Digital Female Leader Award in der Kategorie Entrepreneurship.

BERLINboxx Top 70 Das Magazin BERLINboxx führte Janina Mütze zum Jahresbeginn 2021 unter den Top 70 in der Kategorie Leaders auf.

Handelsblatt 100 Frauen, die Deutschland bewegen Das Magazin Handelsblatt zeichnete Janina Mütze im März 2021 als eine von 100 Frauen aus, die Deutschland bewegen.

Gerrit Richter

Gerrit Richter (Jg. 1973) ist **Mitgründer und Geschäftsführer von Civey**. Der Schwerpunkt seiner Arbeit liegt im Einsatz neuer Technologien in Meinungsforschung und Kommunikation. Der gelernte Diplom-Volkswirt hat zuvor umfassende Kenntnisse in der politischen und strategischen Kommunikation erlangt. Als Leiter der politischen Kommunikation bei ergo Kommunikation, aber auch Berater bei Roland Berger und

wissenschaftlicher Referent beim ehemaligen Finanzminister Hans Eichel befasste er sich mit der Kommunikation öffentlicher, unternehmerischer und politischer Institutionen. Diese Erfahrungen bringt er für die Entwicklung passender Produkte für PR, Marketing und Markenbildung bei Civey ein.

Prof. Dr. Oliver Serfling

Prof. Dr. Oliver Serfling (Jg. 1975) ist **Mitgründer von Civey und Chief Scientific Advisor von Civey.** Der promovierte Volkswirt hat darüber hinaus den Lehrstuhl für Wirtschaftspolitik und Entwicklungsökonomik an der Hochschule Rhein-Waal inne und ist Experte für Statistik und Umfrageforschung. In seiner Doktorarbeit hat er Verzerrungen bei Umfragen mit freiwilliger Teilnahme erforscht und statistische Modelle zur Korrektur weiterentwickelt. Darüber hinaus bringt er langjährige Erfahrungen in der Politikberatung für ein deutsches Landesparlament und aus einer Führungsposition eines Weltbankprojekts in Südostasien mit.

Presseschau (Auswahl)

Drei Pionierinnen der Startup-Szene. DPA-Porträt über Janina Mütze und Civey, erschienen u.a. in der FAZ, Tagesspiegel und Augsburger Allgemeine. Videoporträt u.a. bei SHZ.de

Starke Meinungen und Vorbilder. Janina Mütze spricht im Interview mit dem Business Punk über das Gründen und ihre Vorbilder.

Chefin sein muss man lernen. Im Podcast „Eine Stunde Talk" von Deutschlandfunk Nova spricht Janina Mütze über Civey und wie es ist, ein Startup zu grünen.

Vom Szenekiez in die Marktforschung. Die Gründer über Civey bei "Go, geh gründen!" des BMWi.

Demoskopie im Superwahljahr. Der Spiegel analysiert die Professionalisierung der Parteien bei der Datennutzung und erläutert die Rolle von Civey.

Meinung in Zeiten von Corona. Janina Mütze ist zu Gast im Podcast Great Business Minds von Forbes DACH und erläutert das Business Modell von Civey.

Der Veränderung der Branche. Janina Mütze berichtet im Porträt des Diskurs Magazins darüber, wie es ist, eine Branche grundlegend zu verändern.

Der Wandel der Marktforschung. Janina Mütze diskutiert mit Dr. Martin Einhorn von Porsche im Next Visions Podcast, wie sich die Markt- und Meinungsforschung durch Big Data und Künstliche Intelligenz verändert.

Innovationen kann man nicht aufhalten. Das Manager Magazin porträtiert Janina Mütze und thematisiert radikale Veränderungen in Branchen.

Ist die Zufallsstichprobe noch Goldstandard? Gerrit Richter beteiligt sich an der Debatte über Zufalls- und Quotenstichproben bei Planung&Analyse und erläutert die Methodik von Civey.

Kampagnenmessung in Echtzeit. Janina Mütze erläutert bei Planung&Analyse, wie man mit Civey-Daten umfassend den Erfolg von Werbemaßnahmen messen kann.

Was macht Civey? Janina Mütze erklärt das Geschäftsmodell bei ZEIT Akademie

Weitere Artikel über Civey finden Sie in unserem Newsroom.

Kundenstimmen

„Das Monitoring von Civey hilft mir dabei, entscheidende Dimensionen unserer Unternehmensreputation in Echtzeit zu verfolgen. Besonders wertvoll ist für mich dabei der Benchmark mit unserem Wettbewerb." Barbara Schädler, damalige Bereichsleiterin Communications & Political Affairs bei E.ON

„Dank dieser schnellen und professionellen Erhebung von repräsentativen Umfragewerten konnte der Freistaat Thüringen bereits im Entwicklungsprozess die Meinungen der Bürgerinnen und Bürger einbeziehen." Dr. C. Ilgmann, Abteilungsleiter im Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft

„Die Kampagnenmessung durch Civey hat uns in die Lage versetzt, den Erfolg der ID. Kampagne in Echtzeit zu analysieren. Bei der Vielzahl an Kampagnen-Touchpoints ist das Echtzeit-Tracking für uns ein wichtiger Beitrag, den Gesamterfolg der Kommunikation zu messen." Dr. Gilbert Heise, Leitung Brand Management & Customer Insight bei Volkswagen

„Die großen Stichproben von 30.000 Teilnehmern ermöglichen uns nicht nur für große Marktsegmente, sondern auch für kleine Nischenmärkte eine hohe Datengüte. Zudem bieten uns die regionalen Auswertungsmöglichkeiten bis auf Landkreisebene einmalige Entscheidungsgrundlagen. Damit hat uns Civey klar überzeugt." Stefan Spangenberg, Head of Brand Strategy & Insights bei Vodafone

Social Media

Link Link Link Link

Pressekontakt:

Judith Klose
Leiterin für Presse und Kommunikation

Tel. +49 151 14007993
E-Mail: judith.klose@civey.com