

Umfrageinstitute: Kampf der Torten

Zwei renommierte Umfrageinstitute streiten um die Vorherrschaft unter den Meinungsforschern – und um die politische Deutungshoheit.

Von Robert Pausch und Fritz Zimmermann

Es ist eine ungewöhnliche E-Mail, die am 10. September 2019 über einen Verteiler deutsche Politiker und Journalisten erreicht. Ungewöhnlich, weil das Meinungsforschungsinstitut Forsa über diesen Verteiler eigentlich seine neuesten Zahlen verschickt. Dieses Mal jedoch heißt es im Titel: "Kokolores, Fake-News und Manipulationen". Neue Forsa-Zahlen finden sich nicht in der Nachricht. Stattdessen wütende Anschuldigungen gegen einen Konkurrenten: Civey, heißt es dort, ein Newcomer in der Branche, arbeite "unwissenschaftlich" und gefährde "die mühsam errungene Akzeptanz der empirischen Sozialforschung in höchstem Maße". Unterzeichnet ist die E-Mail vom Forsa-Chef persönlich: "mit freundlichem Gruß, Prof. Manfred Güllner".

Die E-Mail bildete den vorläufigen Höhepunkt eines Konflikts, der seit Monaten tobt. Er begann mit einem Streit um die richtigen Methoden der Meinungsforschung. Mittlerweile geht es um Verleumdungen und anonyme Anschuldigungen, eine Schmutzkampagne und einen Spionageverdacht. Und um das Selbstverständnis einer ganzen Branche.

Über Jahrzehnte bestimmten große Namen wie Allensbach, Infratest, Forschungsgruppe Wahlen und eben Forsa das Geschäft mit der Meinung. Doch mittlerweile drängen neue Unternehmen auf den Markt, die ihre Umfragen online durchführen. Eines davon ist Civey. Eine "Revolution der Umfrage" versprach das 2015 gegründete Start-up. Es war eine Kampfansage.

Und Manfred Güllner, so scheint es heute, nahm sie persönlich.

An einem Mittwoch im Dezember sitzt Güllner in einem Konferenzraum der Forsa-Zentrale tief im Osten Berlins. Er will über seine Kritik an Civey reden, beginnt aber mit einem kurzen Referat über die Lage der SPD und die neuen Vorsitzenden, die gar nicht gut ankämen, so habe er von Abgeordneten gehört. Güllner ist 78 Jahre alt und noch immer gut vernetzt. Fragt man ihn schließlich direkt nach Civey, holt er weit aus: "Unter den Nationalsozialisten", sagt Güllner, "galt die Meinungsforschung als jüdische Wissenschaft, die Empiriker mussten auswandern." Die Demoskopie sei nach dem Zweiten Weltkrieg schließlich ein "Instrument des Demokratisierungsprozesses" des Landes gewesen. "Und dann", sagt Güllner, "kommen solche Leute und machen das kaputt."

Güllner, das ist seine Botschaft, geht es nicht um Macht oder Marktanteile. Ihm geht es um die Demokratie.

Im Berliner Politikbetrieb ist Güllner eine schillernde Figur. Seit Jahrzehnten gilt er als einer der mächtigsten Meinungsforscher des Landes und gewiss als der meinungsfreudigste. Vor einigen Jahren warnte er vor einer "grünen Diktatur" in der Bundesrepublik. Und vor der Bundestagswahl 2017 sagte er, für einen Erfolg der SPD müsste man "das gesamte Willy-Brandt-Haus ausräuchern".

Güllner war nie ein Mann von besonderer Zurückhaltung. Warum aber nimmt er sich nun öffentlich einen Konkurrenten vor?

Mit den Methoden von Civey, das ist sein Vorwurf, ließen sich keine repräsentativen Ergebnisse erzielen. Civey erhebt seine Daten online. Die Befragten kommen oft von großen Nachrichtenseiten und entscheiden selbst, ob sie an Umfragen teilnehmen. Das bringe eine Verzerrung mit sich, die nie mehr auszugleichen sei, behauptet Güllner. "Das Vorgehen von Civey hat mit Forschung nichts zu tun." Seine Vorwürfe zielen auf das Fundament jedes

Meinungsforschers: das Versprechen, von einer Stichprobe auf die Allgemeinheit schließen zu können. Von wenigen Menschen auf das ganze Land.

Seit der Gründung von Civey vor fünf Jahren investierten öffentliche und private Geldgeber Millionen in das Unternehmen. Institute wie Forsa brauchen große Callcenter und müssen sich mühsam um Umfrageteilnehmer bemühen. Civey verspricht, schneller und günstiger zu sein als die Konkurrenz. Denn im Internet kommen die Befragten von selbst.

Schon im September 2017, sagt Janina Mütze, habe Manfred Güllner dieses Vorgehen öffentlich als "ganz üble Masche" bezeichnet. Mütze, 29, ist die Geschäftsführerin von Civey. Zu dieser Zeit, sagt sie heute, hätten die Angriffe begonnen.

Güllner nannte Civey einen "gefährlichen Gaunerhaufen", er beschwerte sich beim Presserat, er versendete Newsletter, in denen er sich an Civey abarbeitete. Auch andere Mitbewerber hätten mit Ablehnung und Kritik auf die neue Konkurrenz reagiert, sagt Mütze. "Aber Forsa war am aggressivsten."

"Ich weiß nicht, wann unsere Mitarbeiter schlafen"

Es ist das Frühjahr 2018, als aus einem Streit um Methoden eine Schmutzkampagne wird. Auf Twitter wird der anonyme Account @civey_watch registriert. "Civey ist ein Junk-Institut", heißt es in der Selbstbeschreibung des Accounts, und: "wir haben ein Auge drauf." Das Ziel ist bereits auf den ersten Blick zu erkennen: Rufschädigung.

Mehr als 1100 Tweets hat der Account seitdem verfasst. Der Ton ist aggressiv, oft beleidigend. Die Zahlen von Civey, heißt es dort etwa, seien "erfunden" oder von anderen Instituten "geklaut", die Geschäftsführer würden "lügen". Und: "Die meisten Kunden von Civey sind so dumm wie Civey selbst."

Im Herbst 2018 veröffentlicht Civey Watch einen Screenshot. Er zeigt die interne Eingabemaske hinter einer Online-Umfrage. In dem dazugehörigen Tweet behauptet der Account, dass Civey die Ergebnisse seiner Umfragen vorher festlege und die Daten so manipuliere. Janina Mütze nennt diese Vorwürfe "absurd", regelmäßig gebe Civey Wissenschaftlern Einblick in seine Methoden, sagt die Civey-Chefin. Eine andere Frage aber verstörte sie: Wer hatte die internen Daten an den Account weitergereicht?

Mütze, so erzählt sie es, ließ ihre IT-Spezialisten nach Spuren im eigenen Betriebssystem suchen. Bei dem Gespräch mit der ZEIT im Civey-Büro in einer Fabriketage in Berlin-Kreuzberg sitzt einer von ihnen mit im Raum. Auf einem Bildschirm zeigt er, wie sie Stück für Stück den Kreis der Verdächtigen eingrenzen konnten, bis ein studentischer Mitarbeiter übrig blieb. Er hatte, davon waren sie überzeugt, zuvor als Einziger auf die interne Ansicht einer passenden Umfrage zugegriffen. Mütze und ihre Kollegen erinnerten sich: Hatte der Mitarbeiter nicht früher auch für Forsa gearbeitet?

Civey entließ den Mitarbeiter und zeigte ihn an. Die Staatsanwaltschaft Berlin bekräftigte den Tatverdacht, erhob aber, wegen mangelndem öffentlichem Interesse, keine Anklage. Das Schreiben der Staatsanwaltschaft liegt der ZEIT vor.

Zu einem Treffen lädt der Student in eine großzügige Altbauwohnung in Berlin-Mitte ein, an deren Klingelschild sein Nachname mit Tesafilm befestigt ist. Er serviert Tee, setzt sich an einen Tisch und beginnt zu reden. Während des Gesprächs reibt er unruhig seine Füße aneinander und verschränkt die Arme vor der Brust. Die Vorwürfe bestreitet er wortreich, glaubhaft entkräften kann er sie nicht. Später teilt er mit, dass er mit keiner seiner Aussagen zitiert werden wolle.

Er kenne den Mann, sagt Manfred Güllner, er habe bei Forsa im Callcenter gearbeitet. "Den haben wir entfernt wegen schlechter Leistung."

Institute wie Forsa arbeiten mit zufallsbasierten Telefonumfragen. Jeder Wahlberechtigte hat theoretisch die gleiche Chance, befragt zu werden. Weil in den Stichproben manche Bevölkerungsgruppen stärker repräsentiert sind als andere, werden die Daten gewichtet.

Es sei allerdings nicht nur der Screenshot gewesen, der sie verwundert habe, sagt Janina Mütze. Immer wieder, auch das zeigt der Techniker auf dem Bildschirm, riefen Nutzer aus einem bestimmten Netzwerk die Civey-Internetseite auf. Die IP-Adresse lässt sich einer Firma in Berlin zuordnen: der Forsa GmbH. Die Civey-Mitarbeiter registrieren unzählige Aufrufe. Allein in der Woche vor den Landtagswahlen in Brandenburg gibt es Tausende Zugriffe auf die entsprechende Wahlumfrage. Zum Teil wird die Seite im Abstand von fünf Minuten aufgerufen. Auch nachts. Janina Mütze vermutet, dass Computer-Bots systematisch überwachen, was auf den Civey-Seiten passiert.

Manfred Güllner sagt, es könne sein, dass Mitarbeiter von Forsa die Seite des Konkurrenten lesen. Alle fünf Minuten – und auch mitten in der Nacht? "Ich weiß nicht, wann unsere Mitarbeiter schlafen", sagt Güllner. "Es ist eine Branchenkrankheit, dort genau hinzusehen", sagt der Co-Geschäftsführer, den Güllner mitgebracht hat. "Wir beobachten das nicht systematisch." Bisher hat er sich im Gespräch zurückgehalten. Als es aber um die Beobachtung von Civey geht, schaltet sich der Mann ein. Sein Name: Thorsten Thierhoff.

"Güllner will Politik machen"

Ein Nutzer aus dem Forsa-Netzwerk fällt den Mitarbeitern bei Civey besonders auf. Mit seiner E-Mail-Adresse herr.tee@gmx.de loggt er sich ein und beobachtet regelmäßig Umfragen auf der Seite. Morgens im Büro, auf dem Handy, auch abends nach der Arbeit. An manchen Tagen registriert das System mehr als 300 Zugriffe. Seine Bewegungen werden in Logdaten dokumentiert, die der ZEIT vorliegen. Es scheint, als sei "Herr Tee" besessen von Civey.

Im August des vergangenen Jahres beobachtet "Herr Tee" eine Civey-Umfrage zur Gesundheitsbranche. Er greift mehrmals darauf zu und speichert sie in seinem Profil. Am nächsten Tag meldet sich ein neuer Nutzer bei Civey an. Er benutzt eine verschlüsselte E-Mail-Adresse und greift offenbar mit einem Browser, der seine IP-Adresse versteckt, gezielt auf diejenige Umfrage zu, die auch "Herr Tee" aus dem Forsa-Netz interessiert hatte. Den Link, davon sind die Civey-Techniker überzeugt, muss er zuvor erhalten haben. Eine halbe Stunde nach seinem letzten Zugriff erscheint bei Twitter ein neuer Beitrag auf @civey_watch, in dem die Glaubwürdigkeit der Umfrage bezweifelt wird. Angehängt ist ein Screenshot der Befragung.

Einen Tag später versendet auch Manfred Güllner einen Newsletter, der sich mit derselben Umfrage beschäftigt. Ein Mitarbeiter habe sie entdeckt, sagt er heute. Das sei ein Zufallsfund gewesen, sagt Thorsten Thierhoff. Mit Civey Watch habe man nichts zu tun.

Es muss ein großer Zufall gewesen sein. Denn Herr Tee aus dem Forsa-Netz und der anonyme Nutzer sind zu diesem Zeitpunkt nach Angaben von Civey die einzigen User, die diese Umfrage in ihrem Profil gespeichert haben. Weder "Herr Tee" noch der Nutzer mit der verschlüsselten Mail reagierten auf eine Anfrage der ZEIT. Steckt er selbst hinter "Herr Tee"? Thorsten Thierhoff schüttelt mit dem Kopf.

Tatsächlich fällt es schwer, zu glauben, dass eines der wichtigsten Meinungsforschungsinstitute des Landes mit einem anonymen Twitter-Account zusammenarbeitet, um einen Mitbewerber zu beschädigen. Manfred Güllner steht am Ende seiner Karriere. Er sei "Teil des Inventars dieser Republik", sagte Peter Altmaier einmal über ihn. Warum sollte er sein Ansehen auf diese Weise gefährden?

In der Sache wird Güllners Kritik an Civey von manchen Sozialforschern durchaus geteilt. "Man kann mit Umfragen, bei denen sich die Befragten selbst auswählen, nicht das Meinungsbild der

Gesamtbevölkerung abbilden", sagt etwa der Wahlforscher Rüdiger Schmitt-Beck, Professor an der Universität Mannheim. Andere verweisen auf die Schwäche der Etablierten, die mittlerweile mehr als zehn Personen anrufen müssten, um einen Befragten zu gewinnen. "Natürlich ist das Verfahren angreifbar. Aber Civey ist innovativ und offen für eine weitere wissenschaftliche Unterfütterung der eigenen Methode", sagt Jürgen Schupp, der bis 2018 das renommierte Sozio-oekonomische Panel (SOEP) des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung in Berlin leitete. Fast alle aber, mit denen man in der Branche spricht, sind irritiert über den Ton der Auseinandersetzung.

Er glaube nicht daran, dass es Güllner in erster Linie um die Methoden der empirischen Sozialforschung gehe, sagt ein Spitzenpolitiker, der ihn seit Jahrzehnten kennt. "Güllner will Politik machen." Ein anderer sagt: "Güllner will Einfluss nehmen. Und dabei kann er ziemlich aggressiv werden." Sich selbst bezeichnete Güllner früher als Gerhard Schröders "Einparkhilfe". Schröder wiederum sagte: "Der Güllner sagt mir heute, was die Menschen in sechs Wochen von uns denken." Meinungsforscher sind Beobachter, aber auch Berater, sie bilden Stimmungen ab und prägen sie zugleich. Sie können Koalitionen beenden und Minister stürzen. Die Konkurrenz durch Civey ist nicht nur eine Bedrohung für das Geschäftsmodell der klassischen Meinungsforschung, sondern auch für Manfred Güllners Einfluss auf die Politik.

Im Juli reichte Güllner eine Beschwerde beim Rat für Meinungsforschung ein. Nach dem Streit um die Repräsentativität geht es nun um Civeys Umgang mit dem Datenschutz. Forsa sieht bei Civey eine Vermischung von Meinungsforschung und Marketing. Civey weist diese Vorwürfe zurück. Auch darum könnte es gehen, wenn Janina Mütze und Manfred Güllner in einigen Wochen bei einer Konferenz in Berlin zusammen auf einem Podium sitzen. Sie sollen über die Zukunft der Meinungsforschung diskutieren. Es wäre ihr erstes Treffen.

(DIE ZEIT, Nr. 7/2020)