

## Pressemitteilung 002/2010

Berlin, Dienstag, 23. Februar 2010

### Wirtschaftsfaktor Ethnomarketing

## **Bewegung im deutsch-türkischen Mobilfunkmarkt**

Das Mobilfunkunternehmen e-plus ist mit 23 Prozent aktuell Marktführer im deutsch-türkischen Mobilfunkmarkt. Dazu kommen noch die Marktanteile der beiden Submarken „base“ (3,7%) und „Ay Yıldız“ (6,4%). Somit telefonieren rund ein Drittel der rund 3 Millionen türkischstämmigen Migranten in Deutschland über das Mobilnetz des Düsseldorfer Konzerns. - Vodafone, das noch vor wenigen Jahren mit Anteilen von bis zu 45 Prozent diesen Teilmarkt deutlich dominierte, belegt mit 21 Prozent momentan Platz zwei, vor O2 (19%) und T-mobile (12%). – Dies ist das Ergebnis einer telefonischen Umfrage, die das Berliner Marktforschungsinstitut Data 4 U ([www.data4u-online.de](http://www.data4u-online.de)) im Februar unter 1.032 repräsentativ ausgewählten türkischstämmigen Verbrauchern ab 14 Jahre durchgeführt hatte.

Auffällig ist der Trend hin zu kleineren Anbietern und Submarken, zu denen unter anderem auch Alditalk (10 %) zählt. Insgesamt erreichen die kleineren Marken aktuell einen Anteil von 25 Prozent. Gegenüber früheren Studien wachsen diese damit sehr deutlich: In 2007 hatte der Anteil der kleineren Mobilfunkanbieter und Submarken bei 11 und in 2005 bei 2 Prozent gelegen.

Die jungen und kommunikationsfreudigen Deutsch-Türken gelten in der Mobilfunkbranche als besonders attraktive Zielgruppe. So verfügen rund drei Viertel aller deutsch-türkischen Migranten über mindestens ein Handy und in der Zielgruppe der 14 bis 29 jährigen sind es sogar deutlich über 90 Prozent. – Aufgrund sinkender Auslandstarife wird das Handy immer häufiger auch für Auslandsgespräche in die Türkei genutzt. – Insgesamt geben die deutsch-türkischen Haushalte jährlich über 1,3 Milliarden Euro für Mobilfunk und Telekommunikation aus.

„Diese Zahlen verdeutlichen das mittlerweile erreichte wirtschaftliche Gewicht türkischer Migranten. Das Thema Ethnomarketing insgesamt jedoch hat eine noch viel größere Dimension,“ unterstreicht Data 4 U Geschäftsführer Joachim Schulte. So leben in Deutschland mehr als 15 Millionen Menschen mit ausländischen Wurzeln. Das sind fast 20 Prozent der Gesamtbevölkerung. Ihnen stehen jährlich mehr als 120 Milliarden Euro für den privaten Konsum zur Verfügung.

## Über Data 4U

Das Berliner Markt- und Meinungsforschungsinstitut Data 4U ist ein deutsch-türkisches Unternehmen und hat sich auf die Forschung in und über ethnische Minderheiten in Deutschland – insbesondere auf die türkische Community – spezialisiert.

Insgesamt sind seit Mitte der 90er Jahre von der Data 4U rund 400 Studien zur Mediennutzung, Werbewirkung und zum Konsumverhalten der TiD für deutsche, türkische und internationale Auftraggeber erstellt worden.

Im vergangenen Jahr baute die Data 4U ihr Portfolio darüber hinaus kräftig aus und führte Mediennutzungsstudien unter den in Deutschland lebenden Russen, Polen sowie den Migranten aus den Staaten des ehemaligen Jugoslawien durch.

Weitere Infos bei der Data 4U in Berlin:

Kontakt türkisch: Umut Karakas 030-217395-36 oder [u.karakas@data4u-online.de](mailto:u.karakas@data4u-online.de)

Kontakt deutsch: Joachim Schulte 030-217395-11 oder [j.schulte@data4u-online.de](mailto:j.schulte@data4u-online.de)