

Mehr Infos

Live-TV-Truck im Freigelände F 10.0 K 20



Autoflotte
online

Autoflotte
online

AUTOHAUS
online

Home Kontakt Newsletter Abo Sitemap Archiv Suche

Donnerstag | 27. April 2006

Nachrichten

Brennpunkt

Tipps

Thema

HB ohne Filter

Alternative Antriebe

Daten & Studien

Web - TV

Ihre Meinung

Marktplatz

Finanzen

Werkstattssysteme

Karriere & Anzeigenmarkt

Akademie

Termine & Messen

Verlag

Mediazentrum

pulsSchlag

Thema

Zum Thema

Thema: Deutsch-Türken bevorzugen VW und Mercedes
26.04.2006

In der Bundesrepublik Deutschland leben rund 82 Mio. Einwohner. 2,7 Mio. davon sind türkischer Abstammung. Sie haben andere Sitten und andere Bräuche, ein jüngeres Durchschnittsalter als Deutsche, ein größeres Interesse an Werbung und eine höhere Affinität zu Markenprodukten. Doch beim Autokauf gibt es kaum Unterschiede: Am liebsten investieren die hier lebenden Türken in einheimische Fabrikate – wie ihre deutschen Mitbürger.



Die hier lebenden Türken stehen auf deutsche Marken.

Eine Studie zu den Konsumgewohnheiten in Deutschland lebender Türken des Marktforschungsunternehmens Data4U hat ergeben, dass lediglich 22,5 Prozent der Befragten keinen eigenen Pkw besitzen. 69 Prozent haben einen, 6,4 Prozent zwei und 1,6 Prozent haben sogar drei oder mehr Autos in der Garage stehen. Die Mehrzahl der Deutsch-Türken entscheidet sich, unabhängig von der Marke, für ein Gebrauchtfahrzeug (60 Prozent). 14 Prozent erfüllen sich den Traum vom Neuwagen. Insgesamt stehen Deutsch-Türken rund 17 Mrd. Euro zum Kauf von Markenprodukten zur Verfügung.

Sowohl Männer als auch Frauen bevorzugen deutsche Fabrikate. VW (13,4 Prozent), Mercedes (12,2) und Opel (9,7) liegen auf der Beliebtheitsskala ganz vorn. Auch BMW (8,6) und Audi (7,5) sind unter den Top Five zu finden. Unter den 16 in der Auswertung berücksichtigten Marken rangieren Honda (0,6), die VW-Tochter Seat (0,7) und Citroën (0,7) auf den hinteren Rängen.

Die Studienergebnisse machen deutlich, dass Türken sehr markenbewusst sind. Mehr als jeder Zweite von ihnen behauptet, dass die Aussage "Wenn man bekannte Markenartikel kauft, kann man sich sicher sein, dass man gute Qualität bekommt" "voll und ganz" bis "meist" zutrifft. Dafür nimmt mehr als ein Drittel (35,4 Prozent) auch einen höheren Preis in Kauf. Ist der Kunde erst einmal vom Produkt überzeugt, bleibt er der Marke treu. Lediglich 6,6 Prozent meinten, dass die Behauptung "Wenn ich mit einer Marke zufrieden bin, bleibe ich auch bei ihr" "überhaupt nicht" auf sie zutrifft.

Vergleich mit deutschen Autokäufern

Ein Vergleich mit der Verbrauchs- und Medienanalyse 2006 zeigt, dass sich im Autosektor das Konsumverhalten von Deutsch-Türken und Deutschen vor allem hinsichtlich der Kaufform unterscheidet. Im Gegensatz zu den türkischen Befragten entscheiden sich fast ebenso viele deutsche Kunden für einen Neu- (37,1 Prozent) wie für einen Gebrauchtwagen (40,1 Prozent). Bei den Lieblingsmarken sind die Ergebnisse nahezu deckungsgleich. Rund 72 Prozent würden sich für ein Auto aus dem eigenen Land entscheiden, gefolgt von japanischen (10,2 Prozent) und französischen (6,6 Prozent) Fabrikaten. *Andrea Berneker*

Copyright © 1998 – 2006 by AUTOHAUS Online

[zurück](#) [Seite drucken](#) [Schreiben Sie uns!](#) [Artikel empfehlen](#)

Thema: Gute Noten für NW-Handel (19.04.06)

Thema: Welche Autos Frauen mögen (12.04.06)

Thema: Die Chemie muss stimmen beim Autokauf (05.04.06)

Thema: Mit dem Zwerg ins Autoland (29.03.06)

Das aktuelle Heft

AUTOHAUS 8/2006



Kfz-Zulassung – bald direkt im Autohaus?

Lesen Sie Pro- und Kontra-Stimmen in aktuellen Diskussion um die Kfz-Zulassungen in Autohäusern!

► Klick ins Heft

► Heft gratis testen

Oder besuchen Sie uns auf der auto-mechanika:

Live-TV-Truck im Freigelände F 10.0 K 20

Mehr Infos



DAT-REPORT
2006

ER IST WIEDER
DA!

AUTOHAUS