

Data 4U – Ethnische Markt- und Medienforschung in Deutschland und Europa





Inhaltsverzeichnis

	Das Institut Data 4U	3
	Migranten in Deutschland	9
	Türken in Deutschland (TiD)	12
	Mediennutzung der TiD	18
	Fakten auf einen Blick	24



▪ **Ethnische Markt- und Medienforschung**

- seit 1991 mehrmals jährlich Studien zu den Reichweiten der türkischen TV-Sender in Deutschland
- seit 2006 auch Medien-Studien zu Russen (RiD), Polen (PiD), Süd-Slawen und weiteren ethnischen Minderheiten in Deutschland

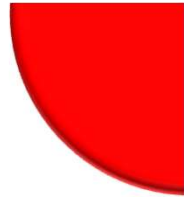
▪ **Marktforschung**

- türkische Printmedien in Deutschland, Deutsch-Türken im Internet etc.
- Werbebegleitstudien, Verbraucherstudien LEH, Telekommunikation, Automobile etc. (seit 2001 auch in europäischen Nachbarländern wie Österreich, Frankreich, Be-Ne-Lux etc.)

▪ **Kultur-, Politik- und Sozialforschung**

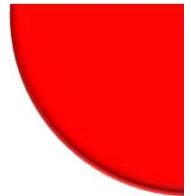
- seit 2009 Studien zu kulturellen, sozialen und politischen Fragen bei TiD und anderen ethnischen Gruppen - (z.B. für bzw. in Kooperation mit der FU Berlin, FH Dortmund, Hacettepe Universität Ankara, Hanns Seidel Stiftung u.a.)
- seit 2017 Recherchen und Begleitstudien zu Reportagen und Dokumentationen von ZDF, NDR und Spiegel-TV





Der Beginn ethnischer Markt- und Meinungsforschung in Deutschland

- Die Geschichte der Data 4U geht auf den Beginn der 90er Jahre in Berlin zurück. – Das Auslandsprogramm der staatlichen türkischen Rundfunkanstalt TRT hatte gerade mit seinem Sendebetrieb in Deutschland begonnen: das Vollprogramm TRT-Int, das bundesweit im Kabelnetz ausgestrahlt wurde. – Was fehlte, waren Daten zur Akzeptanz durch die Zuschauer, Sehverhalten etc. – In Kooperation mit der ehemaligen Berliner Kabelzentrale wurden Methoden zur Befragung der türkischen Minderheit in Deutschland entwickelt. Seit 1991 wurden dann regelmäßig -bis heute- telefonische Befragungen zur Ermittlung von Marktanteilen und Reichweiten türkischer TV-Sender in Deutschland durchgeführt. – Es folgten Studien zum Konsumverhalten der türkeistämmigen Bevölkerung und Begleitforschungen zum Erfolg von Werbekampagnen im türkischen TV. – Mit dem Beginn der Privatisierung des TV-Marktes kamen weitere türkische TV Sender wie ATV, Kanal D oder Show TV, aber auch Werbetreibende als Auftraggeber hinzu. Mitte der 90er Jahre wurde daher ein auf die Befragung von ethnischen Minderheiten spezialisiertes Markt- und Meinungsforschungsinstitut – die heutige Data 4U – gegründet.
- In den folgenden Jahren vergrößerte sich das Spektrum des Instituts auf weitere Migrantengruppen (auch im umliegenden Ausland), weitere quantitative und qualitative Forschungsmethoden sowie auch inhaltlich auf weitere soziale, kulturelle und politische Themenbereiche. – Das Thema TV- und Medienforschung aber blieb immer im zentralen Fokus des Instituts. So auch bei den jüngsten Kooperationen mit NDR, ZDF und Spiegel-TV, für die Begleitstudien zu Reportagen und Dokumentationen zur sozialen Situation von Migranten erstellt wurden.



Quantitative Studien

- CATI – telefonische Interviews
- CAWI – Online-Befragungen
- CAPI – Computer-Assisted Personal Interview
- Kunden- / Besucherbefragungen (CAPI oder Paper&Pencil)
- Straßenumfragen
- Hall- und Produkttests
- Omnibusumfragen
- Mystery Shopping
- Database-Management – z.B. Namensanalysen, Geomarketing u.a

Qualitative Studien

- Fokusgruppen
- Experteninterviews
- Tiefeninterviews
- Dyaden / Paarinterviews

- Rekrutierung von Interviewpartnern
- Moderatoren in den Sprachen: deutsch, türkisch, arabisch, rumänisch, polnisch und russisch
- Transkription/Übersetzungen von Fokusgruppen, Tiefeninterviews und Experteninterviews, etc.

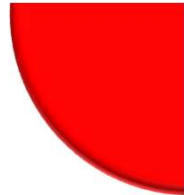


Unsere Sprachen:

- deutsch
- englisch
- türkisch
- russisch
- chinesisch
- polnisch
- süd-slawisch
- arabisch (mehrere Dialekte)
- rumänisch
- bulgarisch
- afrikanisch (mehrere Dialekte)
- italienisch
- spanisch
- französisch
- dari
- paschtu
- hindi, urdu, u.v.a.m.

Das Institut Data 4U





Darum sollten Sie mit uns sprechen:

- Aktuell sind wir wahrscheinlich europaweit das **einzige Markt- und Meinungsforschungsinstitut, das sich ausschließlich auf den Markt ethnischer Zielgruppen spezialisiert** hat.
- In fast **3 Jahrzehnten Berufserfahrung** haben wir fundiertes **Wissen über Migranten aufbauen können**,
- **verfügen** somit über ein **umfangreiches Grundlagen- und Wegewissen, aussagekräftiges Basis-Datenmaterial** zu zahlreichen ethnischen Gruppen und **können auch langfristige Entwicklungen über Zeitreihen dokumentieren**.
- Zu unserer Grundausstattung gehören **umfangreiche Datenbanken**, so zum **Beispiel zur geografischen Verteilung, zu Mediennutzungsgewohnheiten, Konsum- und Freizeitverhalten oder auch zu sozialem, kulturellen oder politischen Aspekten**.
- Wir arbeiten **ausschließlich mit muttersprachlichen Interviewern** und Befragungsmaterialien in den Heimatsprachen. Dies garantiert ein Höchstmaß an Verständnis der Fragestellungen sowie an Authentizität und Wahrheitsgehalt der gegebenen Antworten.
- In unserem Institut werden aktuell mehr **als 20 Sprachen** auf Muttersprachniveau gesprochen.
- Deshalb sind wir **die ersten Ansprechpartner, wenn es um Menschen mit Migrationshintergrund oder Flüchtlinge geht**.



Das Institut Data 4U



Referenzen / Partner:

Fachhochschule Dortmund
University of Applied Sciences and Arts



DAIMLER



FERRERO



Johnson & Johnson

ECKES granini
Deutschland



verbraucherzentrale
Berlin



NDR



MoneyGram

ay yıldız
e plus verbindet.



Hanns Seidel
Stiftung



Deloitte

sinus



SONY

adessa.
fashion for family

O₂

MARS



TRT

Diamond
Management & Technology Consultants

Amway



Deutsche Bank



KANTAR

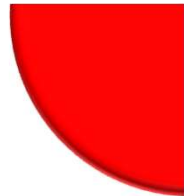
ratiopharm
Gute Preise. Gute Besserung.

Deutsche Post

BVG
Berliner Verkehrsbetriebe

PERLITZ STRATEGY GROUP
Management Consulting
Knowledge Provider
Management Software
Executive Development

und weitere



Data 4U Gesellschaft für Kommunikationsforschung mbH
Schwedter Str. 1, 10119 Berlin
Ranke Str. 2, 10789 Berlin

Umut Karakas (CEO)
u.karakas@data4u-online.de
T: + 49 30 814 52 46-10
F: +49 30 814 52 46-15

Joachim Schulte (CEO)
j.schulte@data4u-online.de
T: + 49 30 217 395-11
F: + 49 30 217 395-25

