

# „AUTOMOBIL-GEMEINSCHAFTEN“

– Projektbeschreibung –

---

## Durchführende Institutionen:

Institut für Soziologie  
Technische Universität Berlin  
Franklinstr. 28/29  
D-10587 Berlin

**Projektleiter:** PD Dr. Kai-Uwe Hellmann (hellmann@markeninstitut.de)  
Dipl. Soz. Melanie Wenzel (mel.wenzel@googlemail.com)

**Projektpartner:** Richard Bretzger (rbretzger@soz.tu-berlin.de)  
Nils Döring (nidoe@cs.tu-berlin.de)  
Martin Görendt (goerendt@mailbox.tu-berlin.de)  
Martin Sauer (martin.sauer@soz.tu-berlin.de)

## Untersuchungsziele:

Die Entstehung und Verbreitung von produkt- und markenbezogenen Gemeinschaften stellt speziell im automobilen Bereich ein bedeutendes Phänomen dar. Unzählige Clubs, Stammtische, Vereine, Interessengemeinschaften, Internet-Foren usw. existieren im Rahmen dieses Themenfeldes – sowohl online als auch offline.

In Anbetracht der weiten Verbreitung solcher Automobil-Gemeinschaften, scheint es verwunderlich, dass die Komplexität und Spezifität dieses Phänomens bislang kaum Gegenstand umfassender und fundierter wissenschaftlicher Untersuchungen gewesen ist.

Im Rahmen eines Lehrforschungsprojektes an der TU Berlin versuchen wir nun diesem Phänomen durch die Erforschung der „Fiat 500 Markengemeinschaft“ näher zu kommen.

Durch unsere qualitativen Studien konnten wir bereits einen guten Überblick und Eindruck über die Fiat 500 Markengemeinschaft gewinnen. Die zusätzliche quantitative Befragung zielt nun darauf ab, sowohl Einstellungen von Clubmitgliedern in Bezug auf verschiedene Themen, sowie die soziostrukturelle und -kulturelle Zusammensetzung dieser Gemeinschaft zu erforschen.

**Datenerhebung:**

Die Datenerhebung erfolgt mittels eines standardisierten schriftlichen Fragebogens im Oktober 2009. Die Bearbeitung des Fragebogens wird ca. 10 – 15 Minuten in Anspruch nehmen.

**Datenschutz:**

Die Regeln des Datenschutzes werden von uns selbstverständlich stets eingehalten. Sämtliche Daten (Namen, E-Mail-Adressen usw.) werden nicht an Dritte weitergegeben, die mit dem Forschungsprojekt nicht unmittelbar zu tun haben. Personenbezogene Informationen und Datensatz werden vor der Auswertung getrennt, um zu vermeiden, dass von den Aussagen auf die Person geschlossen werden kann. Die Rohdaten, also die Antworten auf spezifische Fragen, werden ausschließlich von den Projektmitarbeitern verarbeitet. Dritte erhalten allenfalls die anonymisierten Daten, die keine Rückschlüsse auf einzelne befragte Personen zulassen.

Alle Personen, die mit personenbezogenen Informationen und den Rohdaten in Kontakt kommen, sind in den Datenschutzregeln unterwiesen und haben sich schriftlich zur strikten Vertraulichkeit verpflichtet.

Das Institut für Soziologie an der TU Berlin hat langjährige Erfahrung im Umgang mit sensiblen Personendaten, da wir jedes Jahr wissenschaftliche Umfragen auf Grundlage von E-Mail-, Telefon- oder Einwohnermeldeamtsstichproben durchführen.

**Wir bedanken uns ganz herzlich für deine Unterstützung und stehen jederzeit gerne für Rückfragen bereit.**