



## Pressemitteilung

### Reifenstudie: Continental bei Kundenausschöpfung top



**Angebote und Empfehlungen stellen bedeutende Motivatoren beim Reifenkauf. Bei der Kundenausschöpfung zeichnet sich die Marke Continental mit Bestwerten aus.**

*Esslingen am Neckar, 05. Juni 2020* – Die ‚Studie Unternehmensprofile Reifen 2020‘ analysiert Struktur und Verhalten der Kunden 15 namhafter Reifenmarken von Apollo Tyres bis Vredestein. In der

Kennzahlengruppe Marktanteile nehmen Continental und Michelin eine besondere Stellung ein: sie verfügen über die größten Anteile. Während Michelin und Hankook sich vermehrt unter Männern größerer Beliebtheit erfreuen, zählen Dunlop und Fulda zu den Marken mit erhöhten Anteilen weiblicher Kunden. Auch in anderen Parametern der Kundenstruktur werden Unterschiede zwischen den Marken deutlich. So variiert beispielsweise der Anteil der 18- bis 34-jährigen Kunden der analysierten Marken zwischen 23 und 41 Prozent. Folglich differiert auch das Durchschnittsalter der Reifenkäufer. Es liegt je nach Marke zwischen 40 und 47 Jahre.

Der Grad der Kundenausschöpfung fällt von Marke zu Marke unterschiedlich aus. Mit 76 Prozent ist Continental hier am erfolgreichsten. Die Marke mit dem geringsten Anteil verzeichnet lediglich 62 Prozent Kundenausschöpfung. Neben dem zwingend notwendigen Reifenkauf aufgrund abgenutzter Reifen stellen besonders Angebote und Empfehlungen bedeutende Motivatoren beim Reifenkauf. Wahrgenommene Werbung wiegt unter den von den Reifenkäufern genannten Kaufmotivatoren am schwächsten.

Je nach Marke unterscheiden sich die Vertriebswege beträchtlich. Einige der großen Reifenmarken erzielen mehr als zehn Prozent ihres Absatzes über reine Onlinehändler. Auf unabhängige Werkstätten und Autohändler der PKW-Marken entfällt der größte Anteil der Reifenkäufe. Unter den Händlern zeigt sich A.T.U als beliebtester Reifenverkäufer.

#### **Über die Studie:**

Die „Studie Unternehmensprofile Reifen 2020“ von *research tools* gibt auf 122 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Reifenmarken auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews und 2.244 analysierten Reifenkäufen. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität, Kaufabsicht zeigen Unterschiede der Marken auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-reifen-2020>

#### **Der Studienherausgeber:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

**Pressekontakt:**

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)