



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Reifenwerbung: weniger Werbedruck großer Herstellermarken



Die Werbeausgaben für Reifen sind erneut rückläufig. Diverse namhafte Reifenhersteller reduzieren ihren Werbedruck. Rund ein Drittel des gesamten Werbevolumens entfällt auf Reifenhändler.

Esslingen am Neckar, 12. Dezember 2019 – Seit einem Werbepeak im Jahr 2016 nehmen die Werbeausgaben für Reifen kontinuierlich ab. Aktuell liegt das Volumen bei 35 Millionen Euro innerhalb eines Zwölf-Monats-Zeitraums und erreicht damit gerade die Hälfte der 2016er-Marke. Ursächlich für diese Entwicklung sind deutlich reduzierte Ausgaben einiger großer Herstellermarken.

Die Anzahl der Werbungtreibenden hat seitdem zugenommen. Sie liegt nun bei durchschnittlich 50 werbenden Marken pro Monat. In der Summe haben innerhalb von zwölf Monaten 169 Marken für Reifen verschiedener Produktgruppen geworben, darunter Reifen für Fahrrad, Motorrad, Nutzfahrzeuge und PKW sowie Felgen und Zubehör.

Der Kommunikationsschwerpunkt liegt auf der Produktkategorie Winterreifen. Mit rund 15 Millionen Euro entfällt darauf ein Anteil von 43 Prozent vom Branchenvolumen. Andere Teilmärkte wie Werbung für Sommerreifen oder Ganzjahresreifen sind stark rückläufig und erreichen sechs- oder siebenstelligen Werbevolumina. Neben den Herstellern sind mit rund einem Drittel der gesamten Werbeausgaben auch die Reifenhändler eine sehr aktive Anbietergruppe.

Die Hersteller Hankook und Michelin zählen aktuell zu den Top-Werbern. Die bisherige Marke 12reifen.de wurde im Frühjahr 2019 umbenannt zu Mywheels.tv. Diese Plattform der ProSiebenSat.1 Digital GmbH bewirbt die Zielgruppe intensiv mit ihren Fernsehspots. Unter den acht werbestarken Marken, die mit einem Volumen von über einer Million werben, finden sich fünf Herstellermarken. Lediglich einer davon mit steigendem Volumen im Vergleich zum Vorjahr.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Reifen 2019“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Reifen in Deutschland. Sie gibt auf 150 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in elf Teilmärkten wie z.B. Ganzjahresreifen, Sommerreifen, Winterreifen. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 100 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-reifen-2019>

Die 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

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, www.advision-digital.de

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