



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Reifenmarkt: trotz zahlreicher Marken hohe Werbekonzentration



Im Reifen-Werbemarkt haben die Spendings im Vergleich zum Vorjahr deutlich zugelegt. Bei über 150 werbenden Marken zeigt sich eine starke Konzentration auf die zehn Werbeaktivsten.

Esslingen am Neckar, 23. November 2023 – Die werbung-treibenden Anbieter von Reifen haben innerhalb von zwölf Monaten rund 60 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. Nach einem Plus von 15 Prozent zum Vorjahr markiert dieses Volumen das zweithöchste innerhalb der fünf analysierten Jahreszeiträume. Vor allem die beiden Märkte Fahrrad- und PKW-Reifen zeigen ein signifikantes Volumenplus.

Monatlich werben aktuell durchschnittlich 58 Marken für Reifen. Im Jahresverlauf treten klar zwei Volumenspitzen hervor: im Frühjahr und im Herbst. Dabei liegt der Peak der zweiten Jahreshälfte fast immer deutlich über dem Maximalwert des Frühjahrs. Im Reifen-Werbemarkt beläuft sich der Anteil der Internetwerbung auf 51 Prozent, neun der zehn Topwerber nutzen diese Gattung zur medialen Kommunikation. Auf TV-Werbung entfällt ein Anteil von 33 Prozent vom Gesamtvolumen, Printmedien kommen auf 16 Prozent.

Über alle Produktmärkte hinweg repräsentieren die zehn werbeaktivsten Marken zusammen einen Anteil von 87 Prozent der Gesamtspendings, was bei mehr als 150 werbenden Marken eine überaus starke Konzentration bedeutet. Goodyear, Hankook und Michelin zählen zu den werbestärksten Marken und stellen das Topwerber-Trio. Newcomer in den Top 10 ist die Marke Laufenn.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Reifen 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Reifen in Deutschland. Sie gibt auf 97 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 130 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-reifen-2023>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Werbespendingdaten 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