

+++ 2.000 Interviews online-bevölkerungs-repräsentativ +++ davon 41 Prozent aus der Zielgruppe Premiummarken +++ Soziodemografie, Marktanteile Reifenmarken & Händler, Kunden-, Freizeit- u. Medienverhalten +++ Nutzung von 3 Produktkategorien & 14 Reifenmarken +++ 56 Seiten +

Studiensteckbrief

Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Premiummarken 2024

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2024



©Viktor Lunberg/pexels.com

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Reifenkunden?



Welche **Bedenken** sind für die Zielgruppe beim Reifenkauf besonders relevant?



Welche **Reifenmarken** verzeichnen in der Zielgruppe hohe Marktanteile?



Welche **Händler** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



Wie hoch war beim letzten Reifenkauf der **Wechsleranteil**?




Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie


41%



Kunden von **Premiummarken** in der Bevölkerung

Anbieterwechsel

Wechsleranteil letzter Reifenkauf



liegt bei **29%** d.h. 71% der Zielgruppe kaufen die bisherige Marke erneut


Kundenverhalten

57%

haben **Bedenken** beim Reifenkauf

Reifenmarken

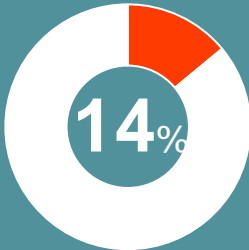
beliebteste Hersteller



Continental
Michelin
Goodyear


Händler

der Reifenkäufe erfolgen bei **14%** **Autohändlern der PKW-Marken**



Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt überdurchschnittlich häufig **Nachrichtenseiten**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Premiummarken**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **3 Produktkategorien, 14 Reifenmarken** und **14 Reifenhändlern**

alle Information auf **56 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

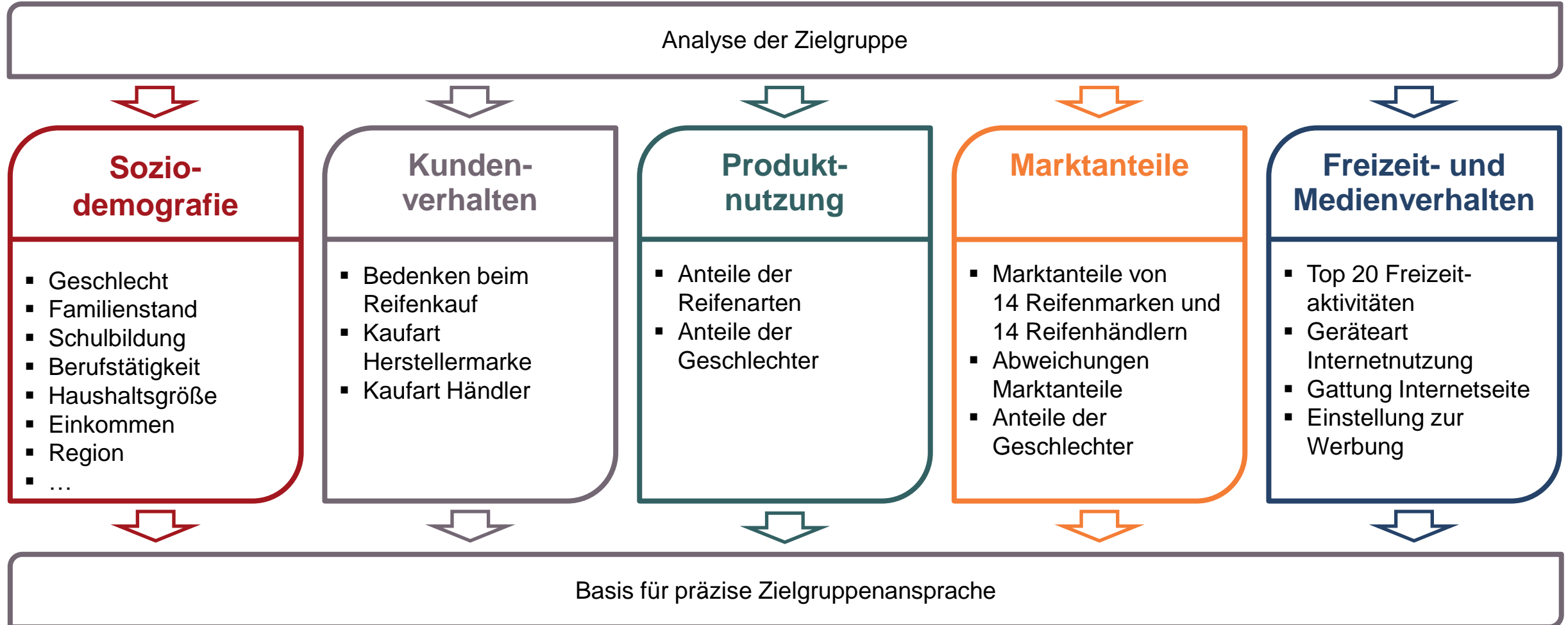
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 41 Prozent aus der Zielgruppe Premiummarken im Januar 2024 erschienen

Preis:

- die 56 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

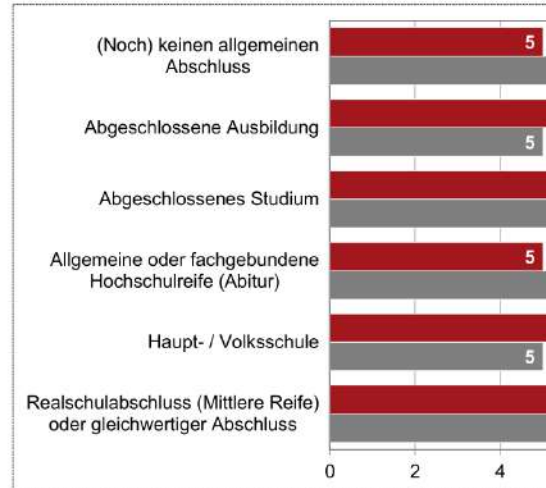
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	23
Bewertung der Statements, Bedenken beim Reifenkauf, Kaufart der zuletzt erworbenen Reifen	
➤ Produktkategorien	28
Marktanteile der Produktkategorien beim letzten Reifenkauf, Anteil der Geschlechter nach Produktkategorie	
➤ Anbieter	31
Marktanteile der Anbieter, Anteil der Geschlechter nach Anbieter	
➤ Händler	36
Marktanteile der Händler, Abweichungen Marktanteile, Anteil der Geschlechter nach Händler	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	41
Top Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen,	
➤ Kontakt	55

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Schulbildung (Angaben in %)

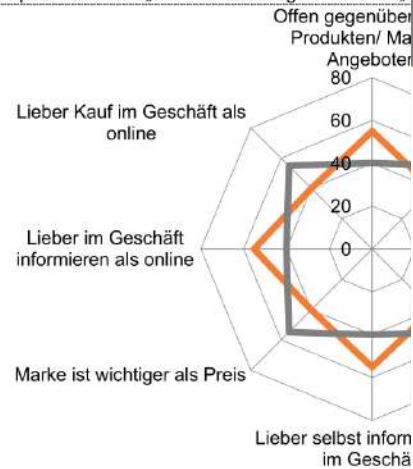


Fragestellung: Was ist Ihr höchster Ausbildungsgrad, den Sie bis zum heutigen Zeitpunkt erlangt haben?



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Versicherungs-Kunden (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



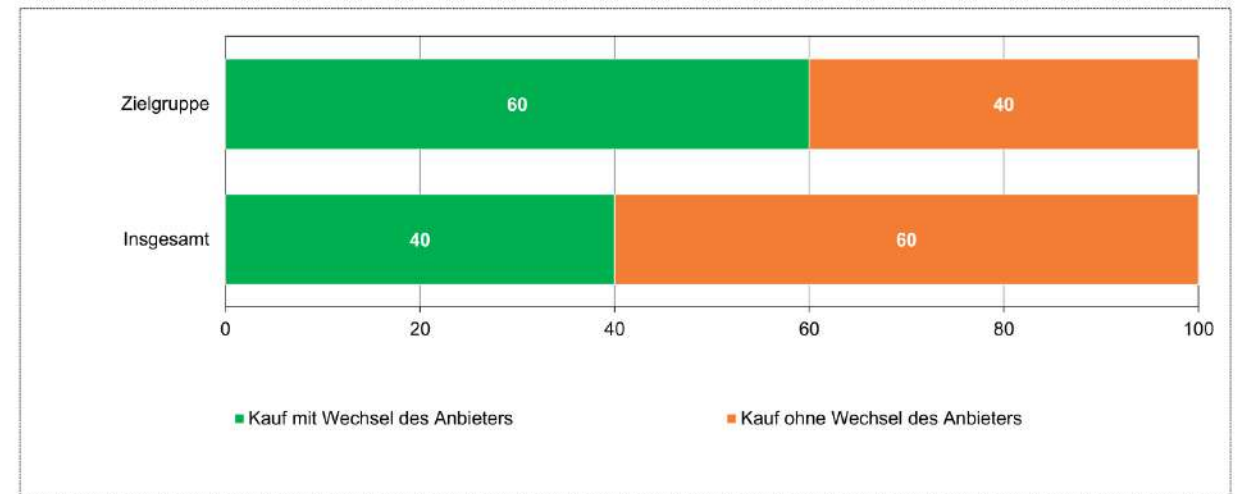
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Welche Wechselquote ergab der letzte Reifenkauf?

Kundenverhalten

Kaufart der zuletzt erworbenen Reifen (Angaben in %)



Fragestellung: Bitte ordnen Sie die zuletzt gekauften Reifen den folgenden Kaufarten zu.

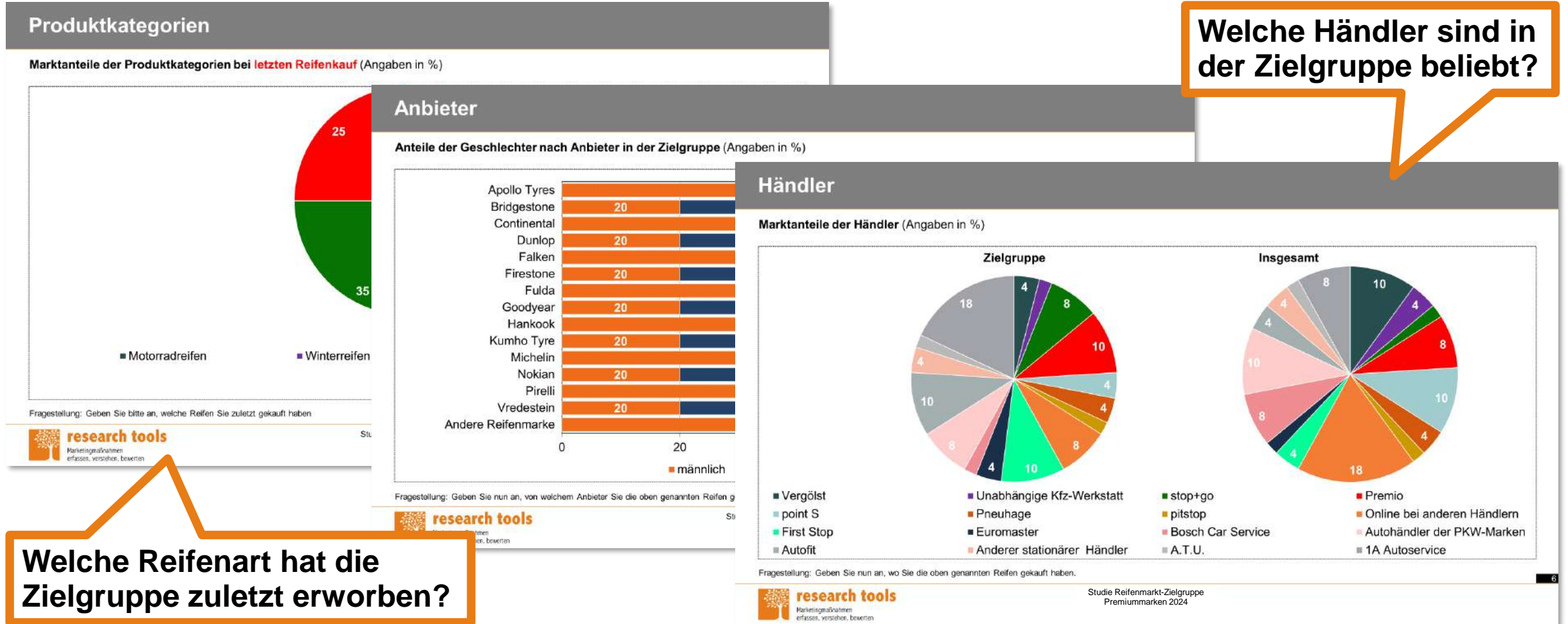


Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Premiummarken 2024

Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

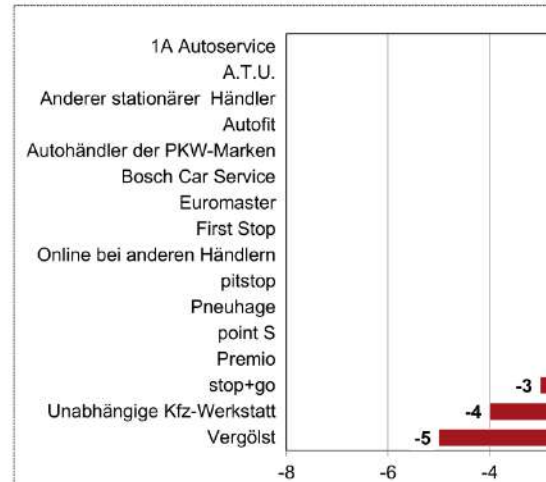


Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Händler

Abweichungen der Marktanteile der Händler – Marktanteil bei der Zielgruppe abzüglich Marktanteil Insgesamt (Angabe in Prozentpunkten)

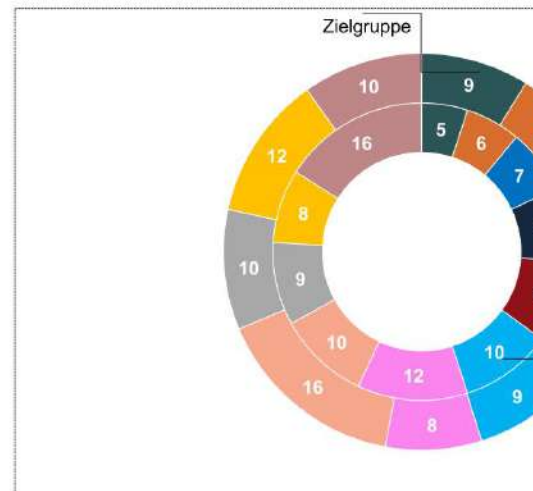


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Reifen gekauft haben.



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



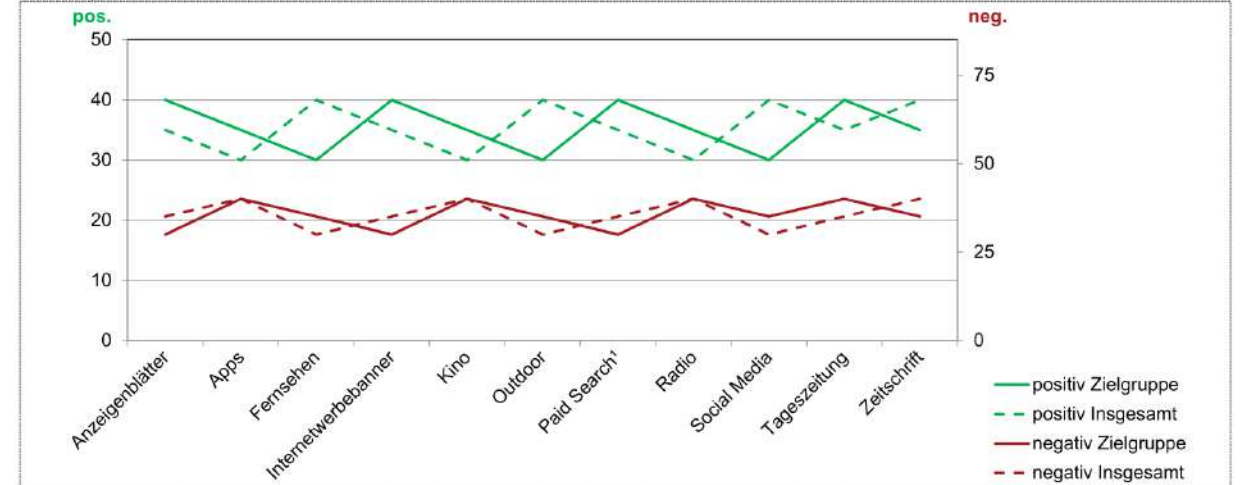
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite z...



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Premiummarken 2024

Welche Internetseiten interessiert die Zielgruppe?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.100 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Premiummarken 2024**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

Seit 2016 sind über 40 Studien zur Branche Automotive erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Reifenbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Reifen 2023
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Motorradreifen 2023
- Studie eVisibility Reifen 2023
- Study Social Media Performance Tyres 2022
- Studie Paid Search Reifen 2022
- Studie eVisibility Reifen 2022

Reifenbranche: seit 2019 mehr als 20 Studien veröffentlicht

