

+++ Apollo Tyres +++ Bridgestone +++ Continental +++ Dunlop +++ Falken +++ Firestone +++ Fulda +++
Goodyear +++ Hankook +++ Kumho Tyre +++ Michelin +++ Nokian +++ Pirelli +++ Semperit +++ Vredestein +

Studiensteckbrief

Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Ganzjahresreifen 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Reifenmarkt-
Zielgruppe Ganzjahresreifen 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Ganzjahresreifen wird repräsentiert von Personen, die aktuell Ganzjahresreifen nutzen. 18 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher und 27 Prozent der Reifenkäufer fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Reifenmarkt analysiert wird.
- Ein großer Anteil der Nutzer von Ganzjahresreifen wohnt in Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohnern.
- Die Bedenken beim Reifenkauf weichen in der Zielgruppe deutlich von denen der Reifenkäufer insgesamt ab.
- Ein großer Teil der Nutzer von Ganzjahresreifen kaufte im Rahmen der bis zu fünf letzten Reifenkäufe auch Winterreifen.
- Knapp ein Fünftel der Zielgruppe tätigt den Reifenkauf über Autohändler der PKW-Marken.
- Die Gruppe der Ganzjahresreifen-Kunden steht Werbung insgesamt positiver gegenüber als die Gesamtheit der Reifenkäufer. Einzelne Mediengattungen stehen besonders hoch im Kurs.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Ganzjahresreifen**

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

Nutzung von **5 Produktkategorien** und **15 Reifenmarken**

alle Information auf **75 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:

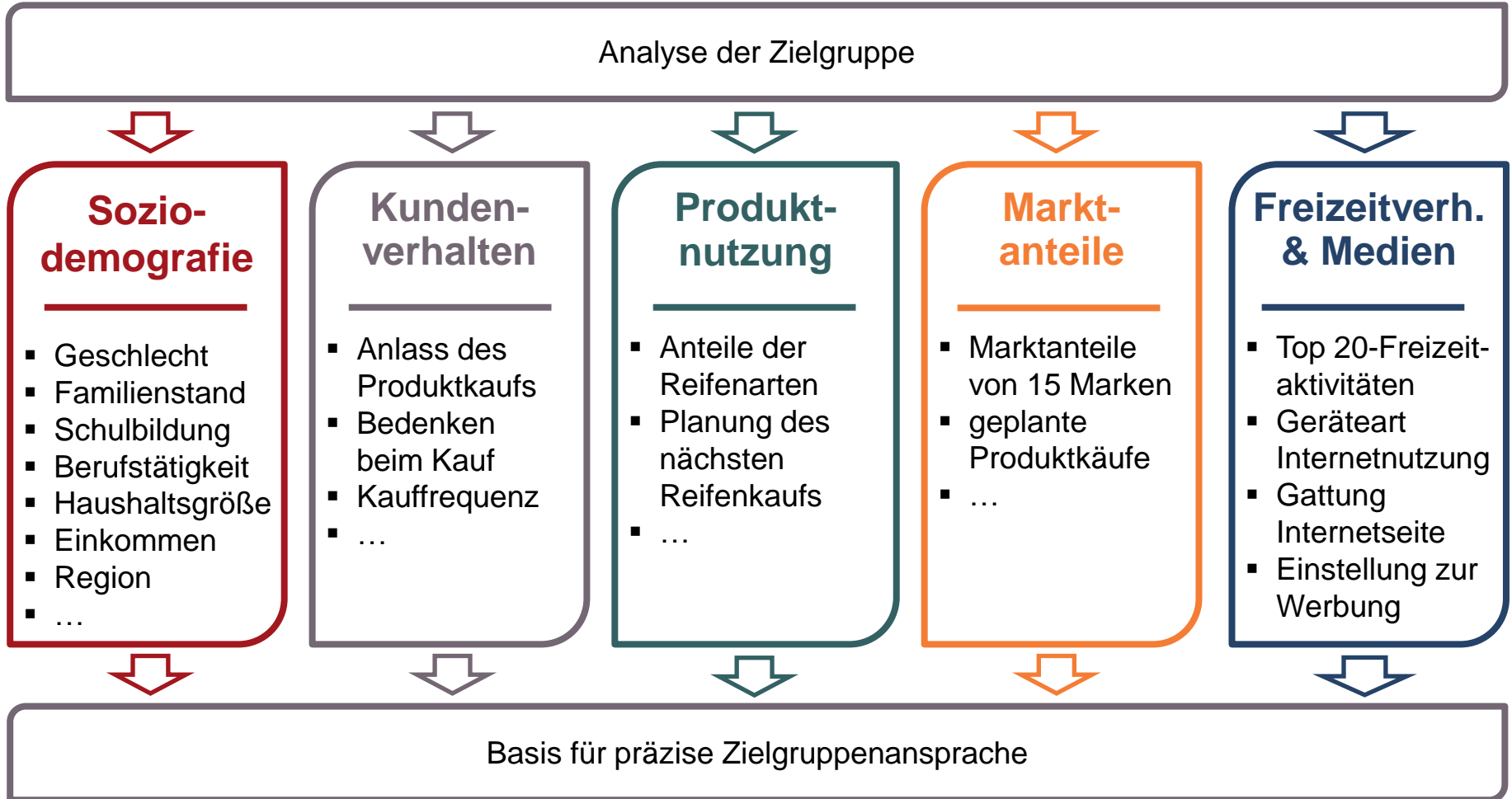
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 18 Prozent aus der Zielgruppe Ganzjahresreifen
- im März 2021 erschienen

Preis:

- die 76 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, Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	24
branchenübergreifendes Kaufverhalten, Anlass der zuletzt erworbenen Reifen, Bedenken beim Kauf, treue Kunden und Brandhopper, Kaufart der zuletzt erworbenen Reifen, Frequenz der Käufe	
➤ Produktkategorien	32
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, nächster Reifenkauf, Vergleich der Marktanteile nächster vs. letzte Reifenkäufe	
➤ Reifenmarken	39
Verteilung der Reifenmarken, Marktanteile der Reifenmarken, Abweichungen Marktanteile, Kaufplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Reifenhändler	49
Verteilung der Reifenhändler, Marktanteile der Reifenhändler, Abweichungen Marktanteile, Kaufplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	59
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	75

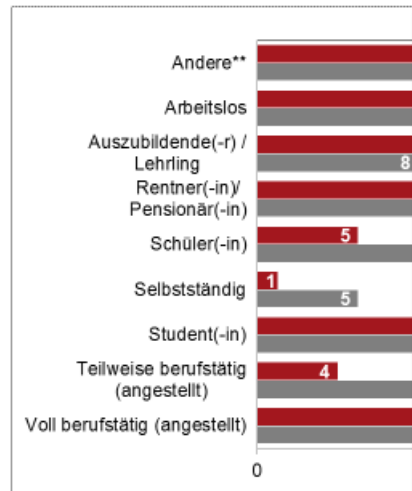


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

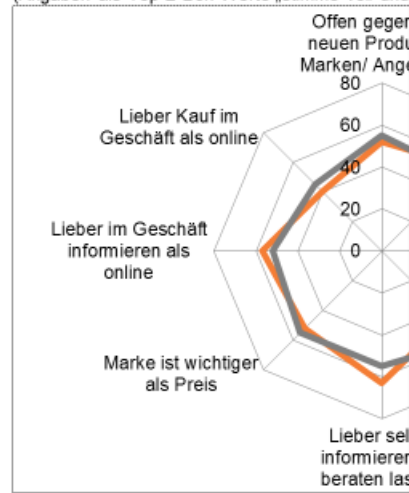


Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Kundenverhalten

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



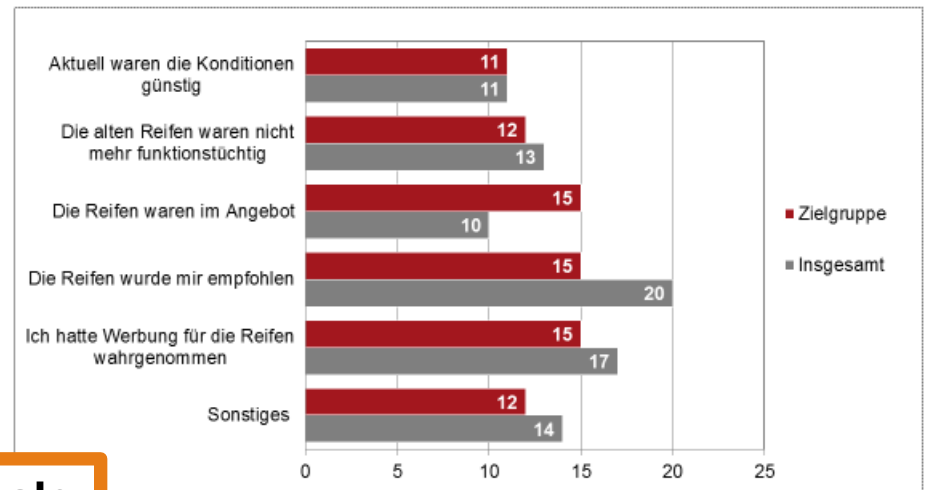
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktkauf?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Reifenkaufs (Angaben in %)



Mit welchem konkreten Anlass haben Sie die zuletzt erworbenen Reifen gekauft? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Ganzjahresreifen 2021

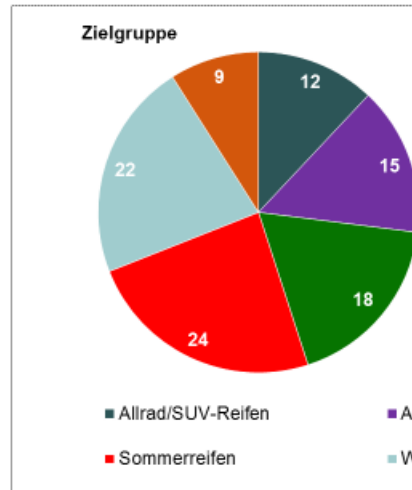
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktkäufen*** (Angaben in %)



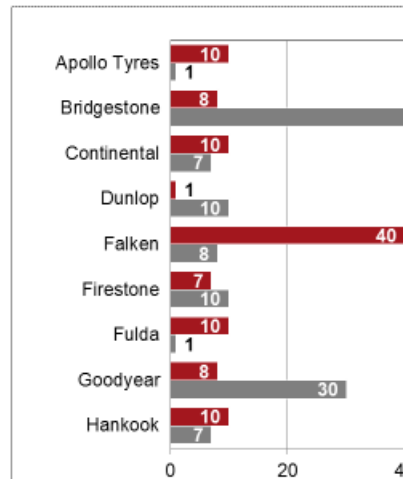
* Basis: letzte 5 Produktkäufe



Studie
Ge

Reifenmarken

Anteile der Personen mit Kauf bei den Reifenmarken* (1 von 2) (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welcher Marke Sie die oben gesehene Marke kaufen möchten. * Basis: 10% der Zielgruppe kaufen bei einem der bis zu fünf

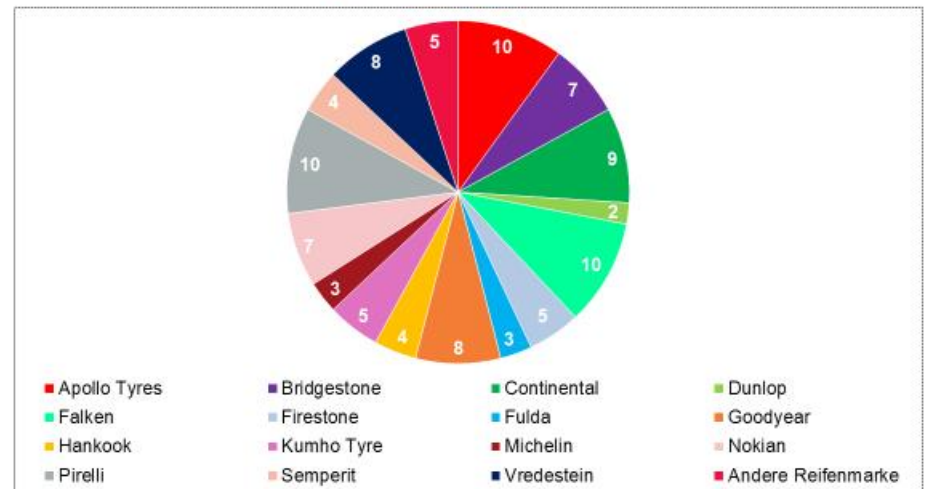


Studie
G

Welche Marken werden zukünftig gewählt?

Reifenmarken

Marktanteile der Reifenmarken bei **geplantem Reifenkauf** in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welcher Marke Sie die voraussichtlich nächsten Reifen kaufen möchten. * Basis: voraussichtlich nächster Produktkauf (Marke)



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe
Ganzjahresreifen 2021

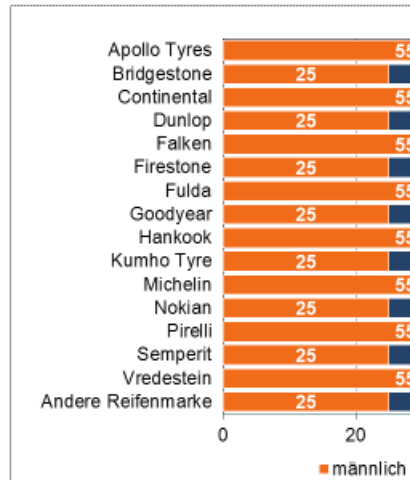
Welche Produktgruppen kauft die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Energieanbieter

Anteile der Geschlechter nach Reifenmarken in der Zielgruppe (Angaben in %)

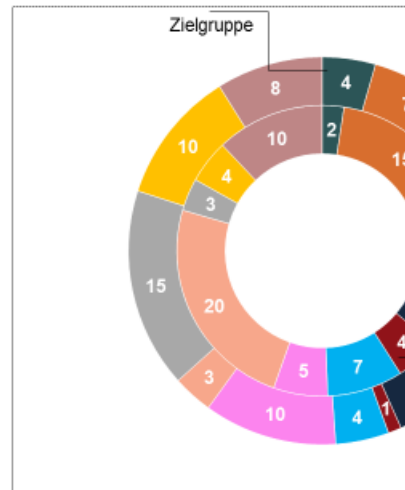


Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welcher Marke Sie die oben g



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



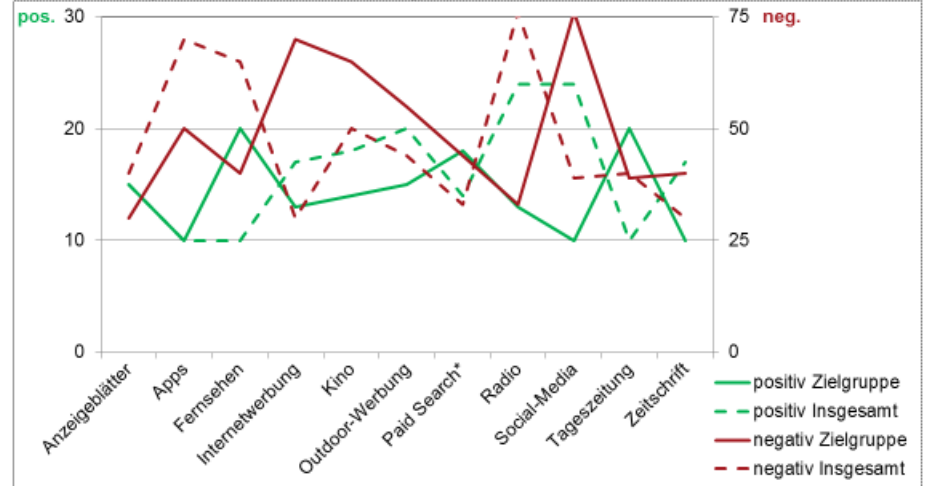
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be



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); * Suchmaschinen-Anzeigen



Welche Händler wählt die Zielgruppe verstärkt?

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 Ganzjahresreifen 2021.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

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.

Zuletzt zur Reifenbranche erschienen:

- Studie eVisibility Reifen 2021
- Studie Kundenpfade Reifen 2020
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Online-Kunden 2020
- Studie Unternehmensprofile Reifen 2020
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Nobrandner 2020
- Studie eVisibility Reifen 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Reifenbranche wurden seit 2013 über 20 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 90 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

