

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

Studiensteckbrief

Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Reifenmarkt-
Zielgruppe Junge Erwachsene 2021

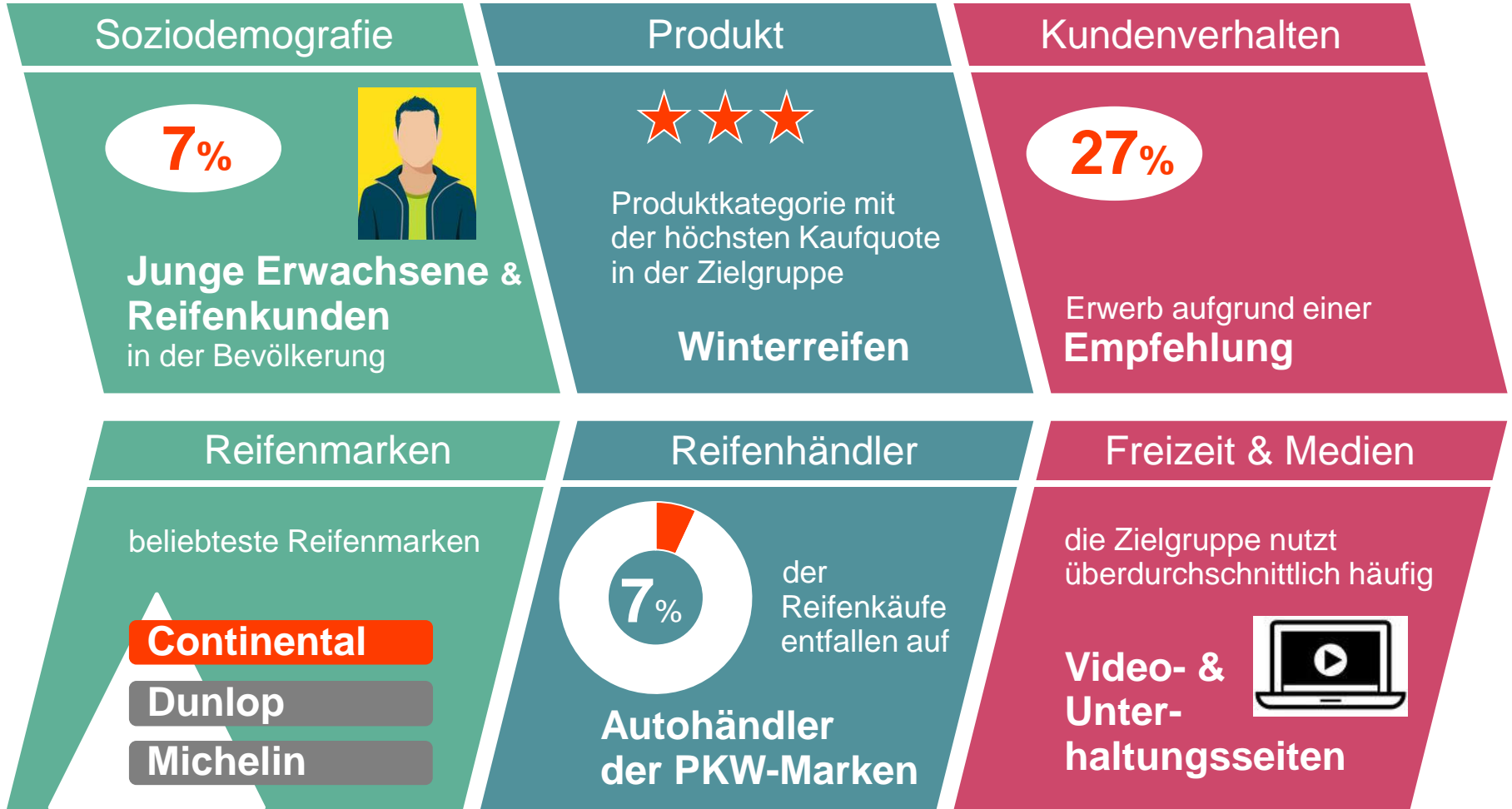
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Junge Erwachsene wird repräsentiert von Reifenkunden, die zwischen 18 und 24 Jahre alt sind. Sieben Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher und 10 Prozent der Reifenkunden insgesamt fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Reifenmarkt analysiert wird.
- Knapp ein Drittel der Zielgruppe lebt allein in Haushalten mit nur einer Person.
- Der Anteil an Reifenkäufern, die Reifenwerbung wahrgenommen haben, ist in der Zielgruppe sehr hoch.
- Die Zielgruppe hat insgesamt deutlich mehr Bedenken beim Reifenkauf als die Vergleichsgruppe.
- Junge Erwachsene sind im Reifenmarkt weniger markentreu und häufiger Brandhopper als die Gesamtheit der Reifenkunden.
- In der Zielgruppe Junge Erwachsene machen Zweiradreifen einen deutlich höheren Anteil an den Reifenkäufen aus als unter den Reifenkunden insgesamt.
- Die Zielgruppe tätigt deutlich seltener einen Reifenkauf über Autohändler der PKW-Marken als die Vergleichsgruppe.
- Bei jungen Reifenkunden sind die Unterschiede in der Werbewahrnehmung der diversen Mediengattungen weit schwächer ausgeprägt als in der Vergleichsgruppe.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Junge Erwachsene**

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

Nutzung von **5 Produktkategorien** und **15 Reifenmarken** und **16 Reifenhändlern**

alle Information auf **71 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:

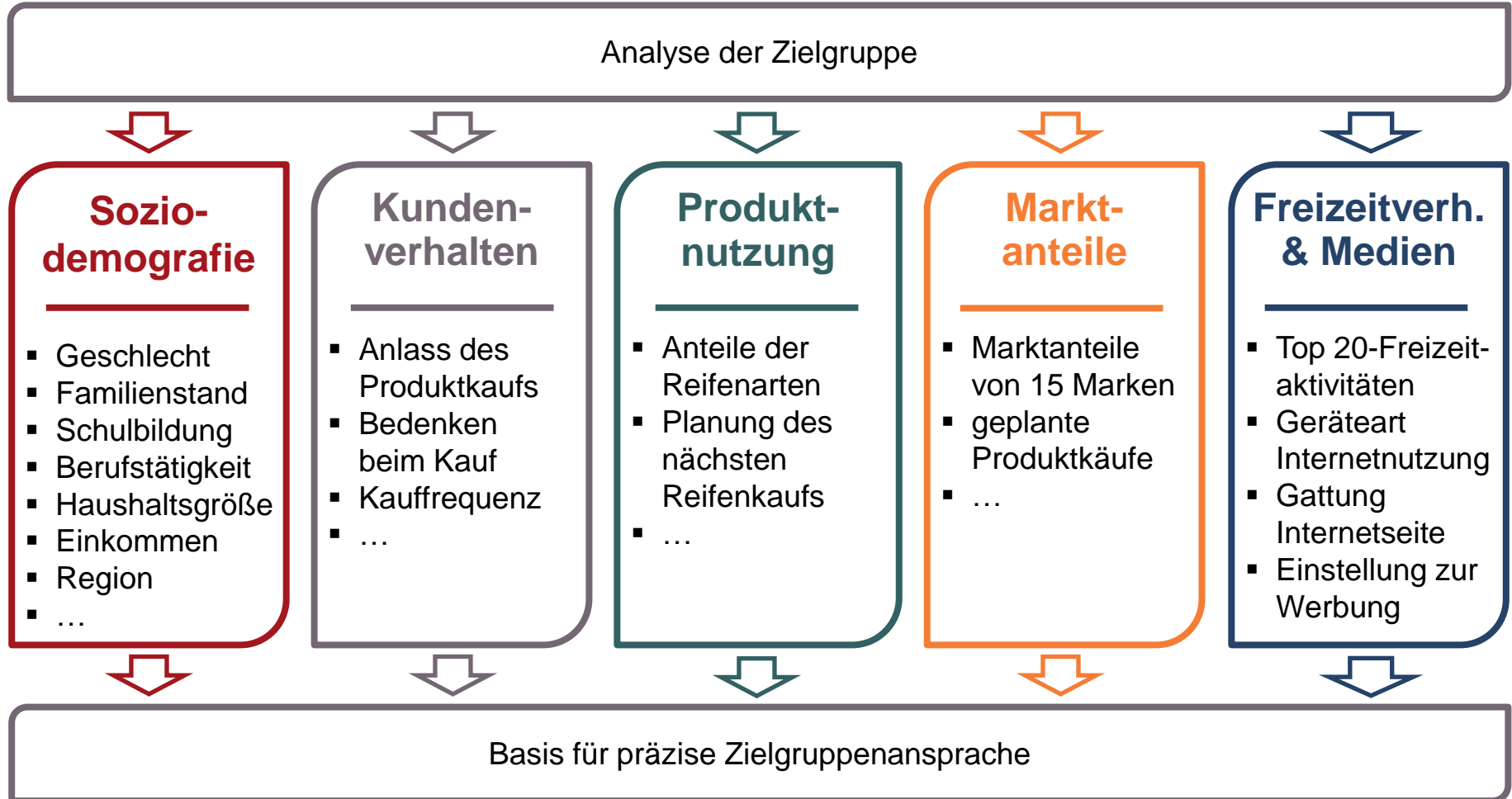
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon sieben Prozent aus der Zielgruppe Junge Erwachsene Reifenkunden
- im Juni 2021 erschienen

Preis:

- die 71 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤	Management Summary	3
➤	Forschungsdesign	10
➤	Soziodemografie	14
	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	25
	Bewertung der Statements, Anlass des letzten Produktkaufs, Bedenken beim Produktkauf, treue Kunden und Brandhopper, Kaufart der zuletzt erworbenen Reifen, Frequenz der Produktkäufe	
➤	Produktkategorien	32
	Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktkauf, Differenz der Marktanteile	
➤	Reifenmarken	38
	Verteilung der Reifenmarken, Marktanteile der Reifenmarken, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	Reifenhändler	47
	Verteilung der Reifenhändler, Marktanteile der Reifenhändler, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	Freizeitverhalten und Mediennutzung	56
	Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤	Kontakt	70

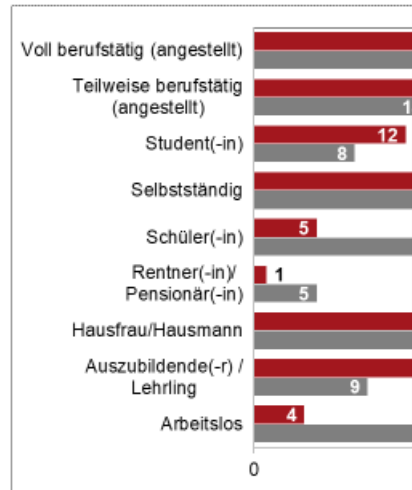


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



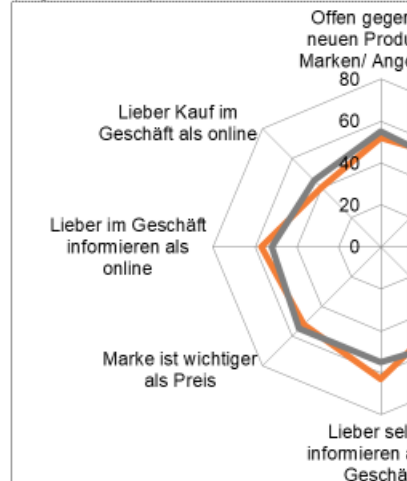
Fragestellung: Ihr Beruf?



Studie Jun

Kundenverhalten

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



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

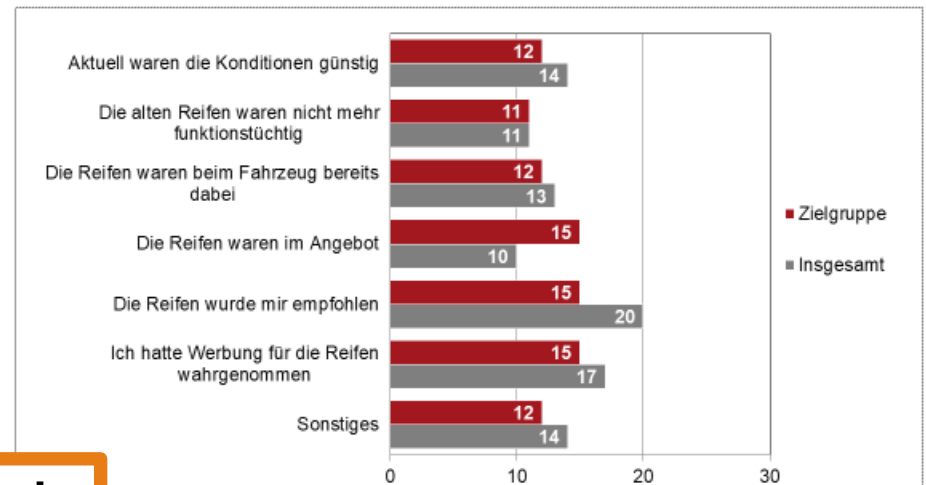


Studie Jun

Was war der konkrete Anlass für den letzten Produkterwerb?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produkterwerbs (Angaben in %)



aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt besorgte Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021

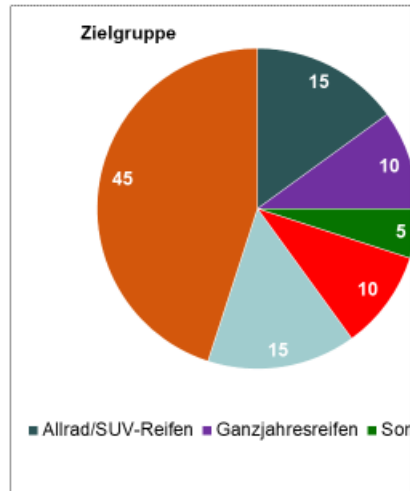
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



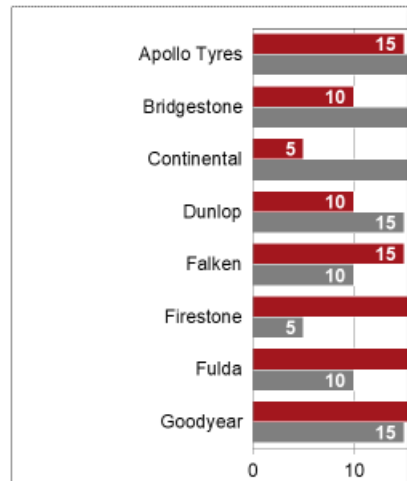
* Basis: letzte 5 Produkterwerbe



Studie
Junge Erwachsene

Reifenmarken

Verteilung der Produkterwerbe auf die Reifenmarken* (1 von 2) (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marke Sie die oben
Lesbeispiel: 5% der ZG nutzten bei einem der bis zu fünf letzten R

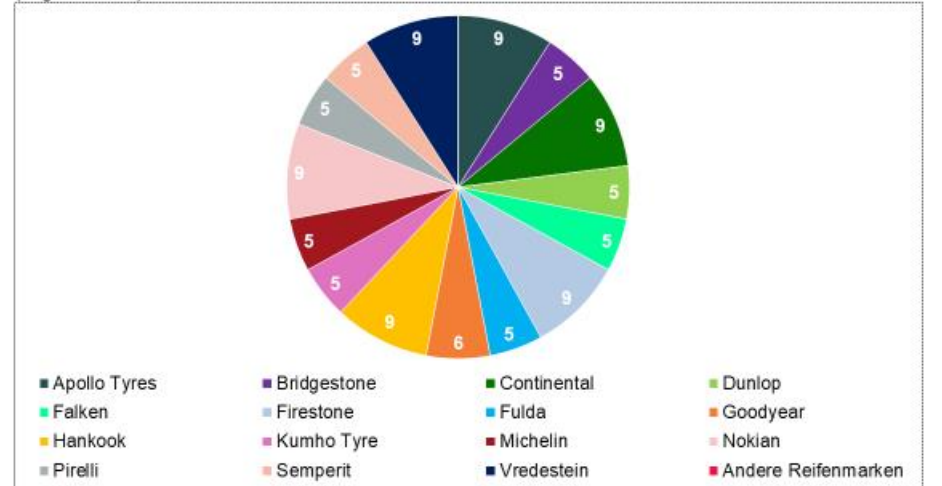


Studie
Junge Erwachsene

Welche Marken werden zukünftig gewählt?

Reifenmarken

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



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marke Sie ihr voraussichtlich nächstes Reifen erwerben möchten. * Basis: voraussichtlich nächster Produkterwerb (Reifenmarken)



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2021

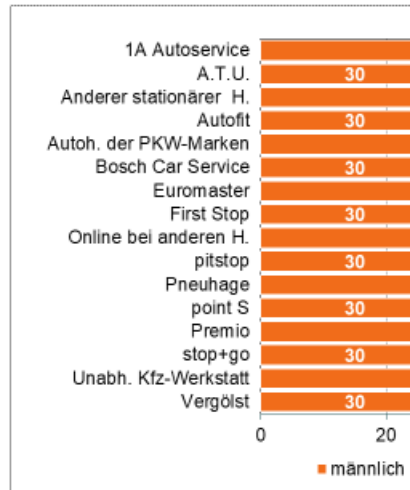
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Händler

Anteile der Geschlechter nach Reifenhändlern in der Zielgruppe* (Angaben in %)

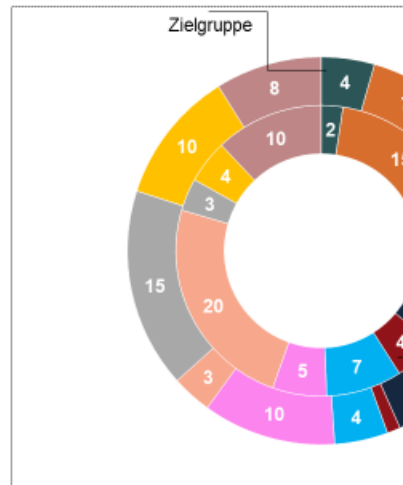


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Reifer



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



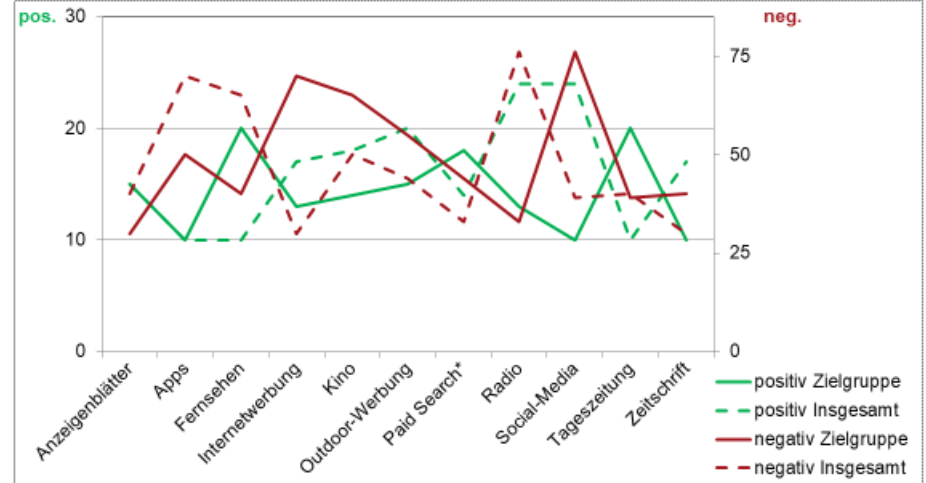
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be



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 Reifenhändler 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 Junge Erwachsene 2021.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Reifenmarkt-
Zielgruppe Junge Erwachsene 2021

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

