

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

Studiensteckbrief

Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Nobrande 2020

Reifenkauf ohne Markenangabe

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2020



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Reifenmarkt-Zielgruppe Nobrande 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Nobrander wird repräsentiert von Personen, die sich bei ihren letzten Reifenkäufen nicht an die erworbene Reifenmarke erinnerten. 22 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Reifenmarkt analysiert wird.
- Die Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen ist in der Zielgruppe deutlich stärker repräsentiert als in der Gesamtbevölkerung.
- Die Zielgruppe hat etwas weniger Bedenken bezüglich Sicherheit und Qualität der gekauften Reifen als die Gesamtbevölkerung.
- Unter den Kaufanlässen wiegen bei den Nobrandern günstige Konditionen ebenso schwer wie ein Angebot oder eine Empfehlung.
- Nobrander kaufen 15% ihrer Reifen in freien Kfz-Werkstätten.
- Die Gruppe der Nobrander steht In-App-Werbung kritischer gegenüber als die Gesamtbevölkerung.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Nobrand**

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

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

alle Information auf **70 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 22 Prozent aus der Zielgruppe Nobrand
- im April 2020 erschienen

Preis:

- die 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie	13
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	26
Bewertung der Statements, Anlass der zuletzt gekauften Reifen, Bedenken beim Kauf, treue Kunden und Brandhopper, Kaufart der zuletzt gekauften Reifen, Frequenz der Reifenkäufe	
➤ Produktkategorien	35
Aktuell genutzte Reifen, letzte fünf gekaufte Reifen, voraussichtlich nächster Reifenkauf, Differenz der Marktanteile	
➤ Reifenmarken	42
Anteil der Personen mit Kauf bei den Reifenmarken, Kaufplan Marktanteile	
➤ Reifenhändler	47
Anteil der Personen mit Kauf bei den Reifenhändlern, Kaufplan Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	52
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	69

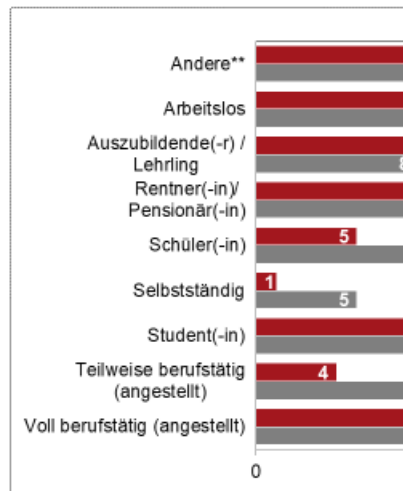


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

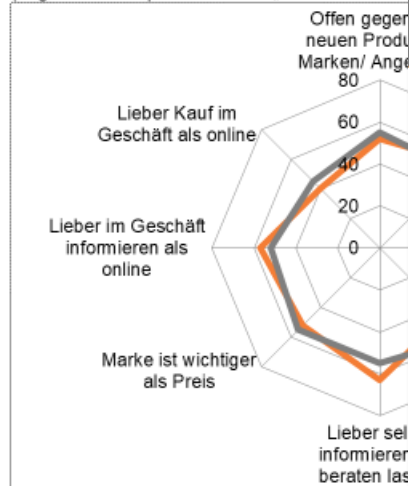


Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Kundenverhalten

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



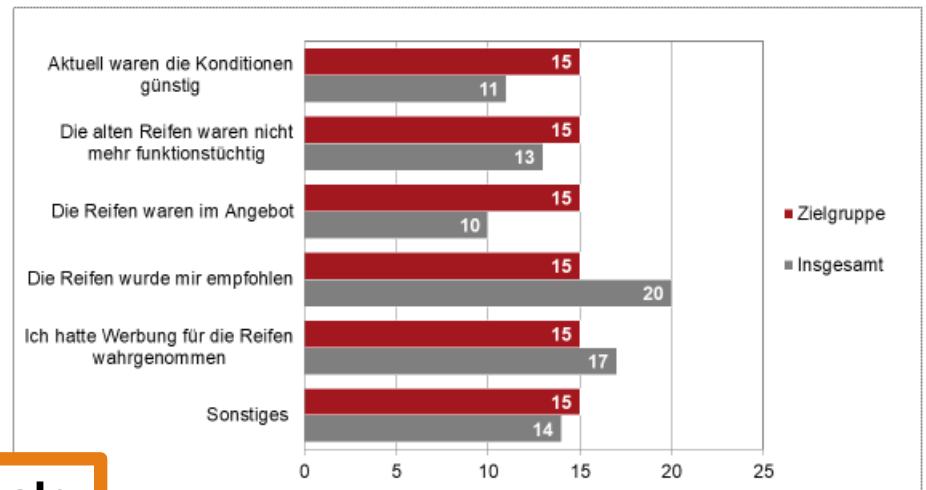
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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
Nobrand 2020

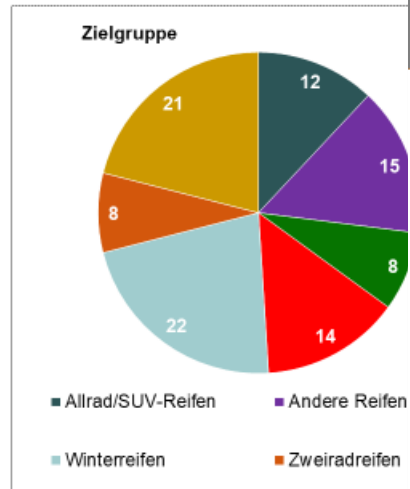
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



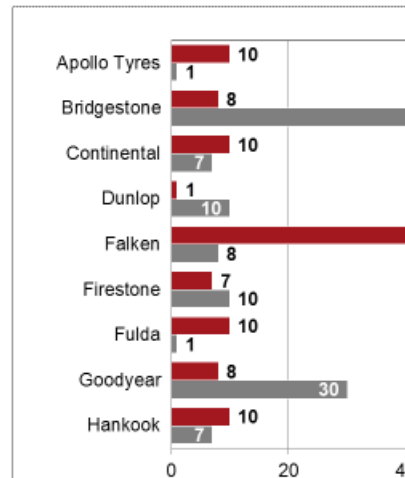
* Basis: letzte 5 Produktkäufe



Studie

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 bei einem der bis zu fünf letzten Produktkäufe.
Lesebeispiel: 10% der Zielgruppe kaufen bei einem der bis zu fünf letzten Produktkäufe bei Apollo Tyres.

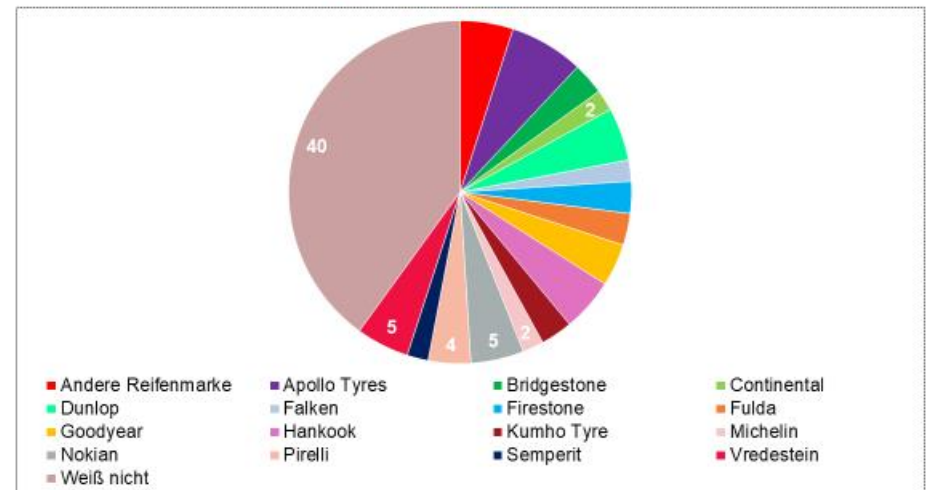


Studie

Welche Marken werden zukünftig gewählt?

Reifenmarken

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



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe
Nobrandner 2020

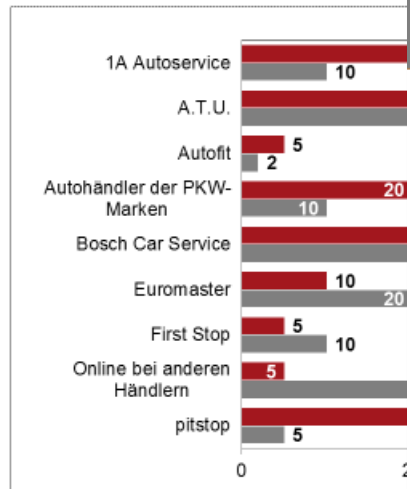
Welche Produktgruppen kauft die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Reifenhändler

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

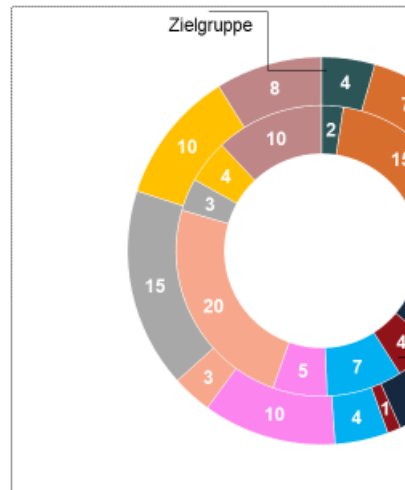


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Reife der Befragten aus der Zielgruppe nutzte bei den bis zu fünf letzten F



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be

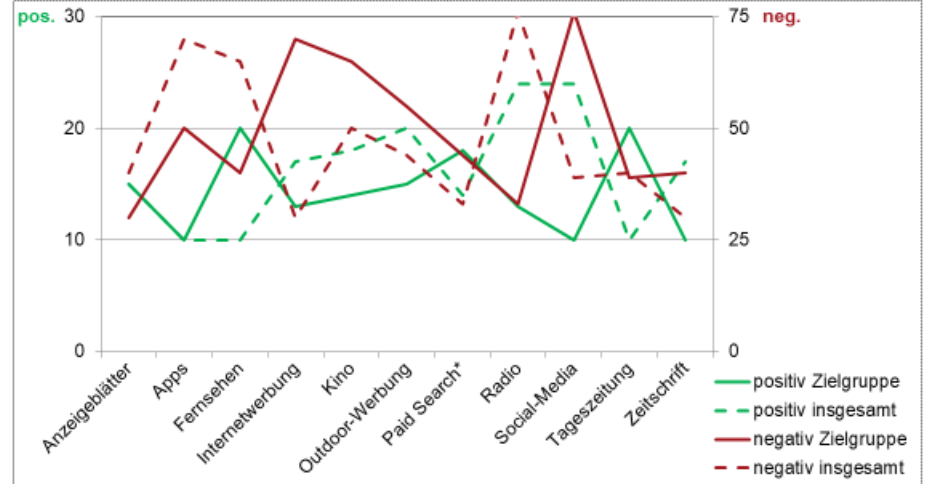


Welche Händler wählt die Zielgruppe verstärkt?

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



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe
Nobrandner 2020

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 Nobrande 2020.

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 2020
- Werbemarktanalyse Reifen 2019
- Studie Product Search Advertising Reifen 2019
- Studie eVisibility Reifen 2019
- Studie eVisibility Reifen 2018
- Werbemarktanalyse Reifen 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Reifenbranche wurden seit 2014 über 16 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 80 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

