

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

Studiensteckbrief

# Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Onlinekunden 2026

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2026



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Reifenmarkt-  
Zielgruppe Onlinekunden 2026

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



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



Wie sieht das allgemeine **Kaufverhalten** der Onlinekunden aus?



Zu welchen **Produktgruppen** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



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



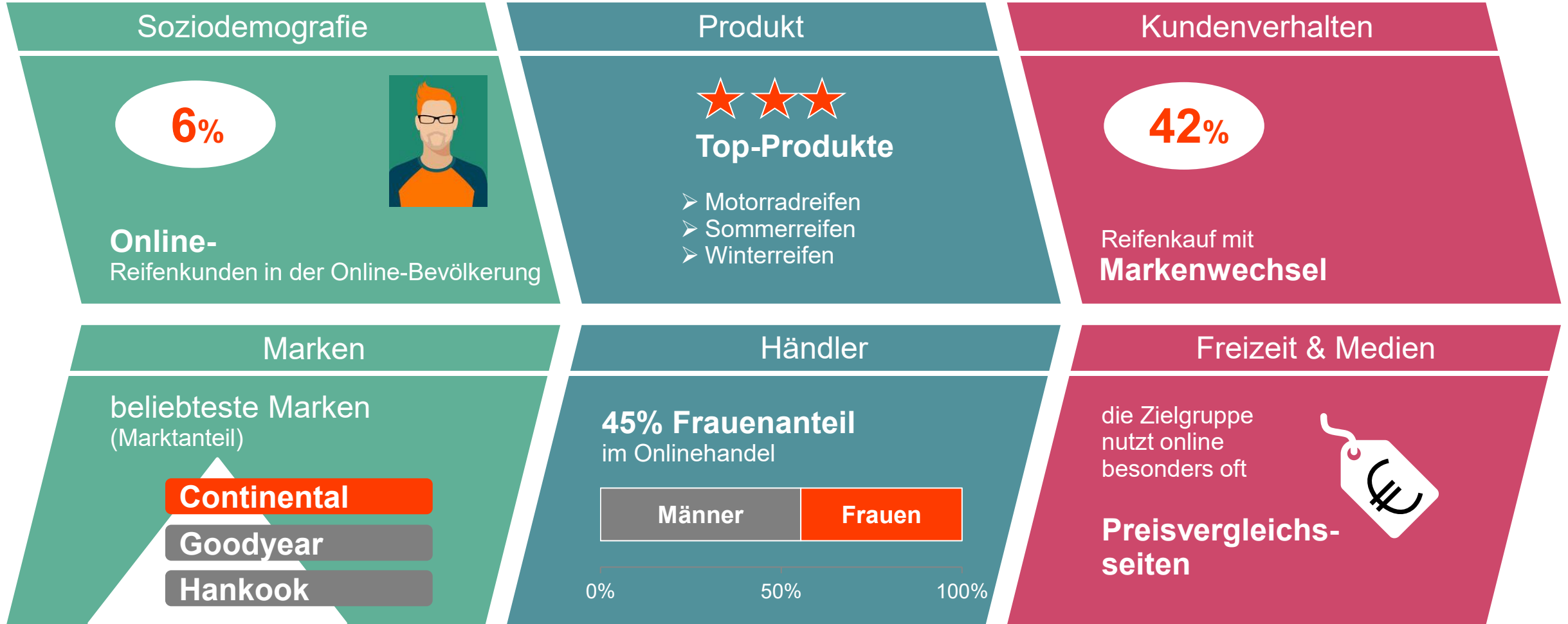
Wie treu sind Onlinekunden ihren **Händlern und der Reifenmarke** beim Reifenkauf?



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

# Management Summary

## Key Facts der Analysebereiche:



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Onlinekunden**

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

Nutzung von **3 Produktkategorien, 14 Marken** und **14 Reifenhändler**

alle Information auf **57 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:

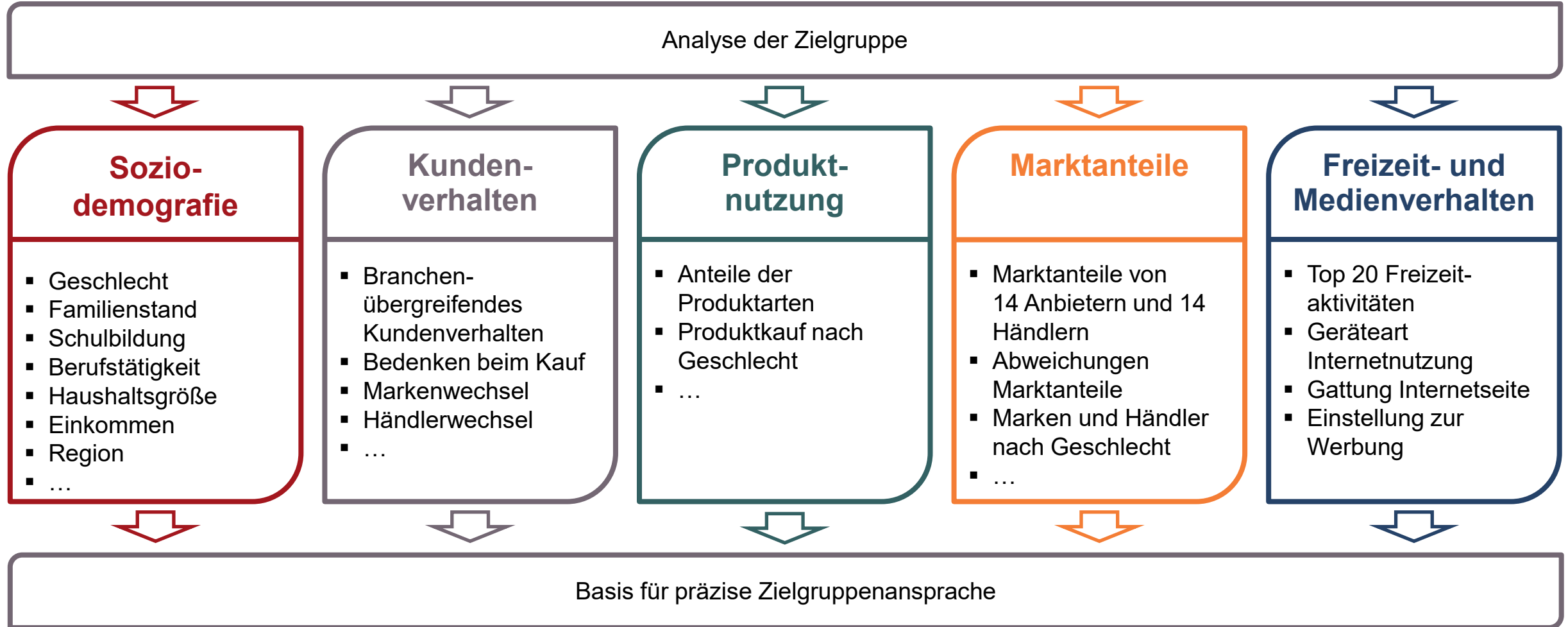
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 6 Prozent aus der Zielgruppe Onlinekunden
- im Juni 2026 erschienen

## Preis:

- die 57 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 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, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
Branchenübergreifendes Kundenverhalten, Bedenken beim Kauf, Markenwechsel bei zuletzt gekauften Reifen, Händlerwechsel bei zuletzt gekauften Reifen	
➤ Produktkategorien	29
Anteile der Produktkategorien am letzten Produktkauf, Anteile der Geschlechter	
➤ Marken	32
Marktanteile der Marken, Differenz der Marktanteile, Anteile der Geschlechter	
➤ Händler	37
Marktanteile der Händler, Differenz der Marktanteile, Anteile der Geschlechter	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	42
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, letzter Kontakt zum Marken	
➤ Kontakt	56

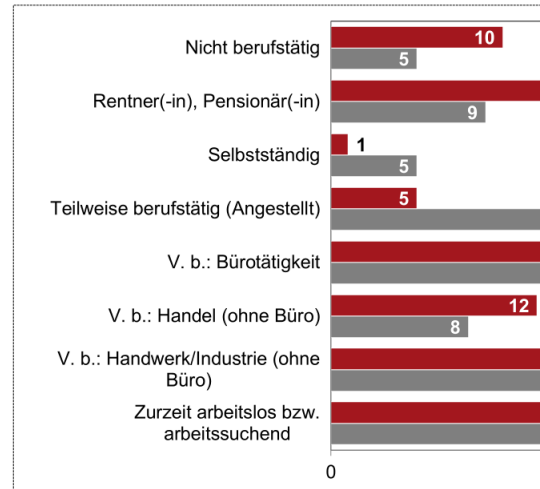


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

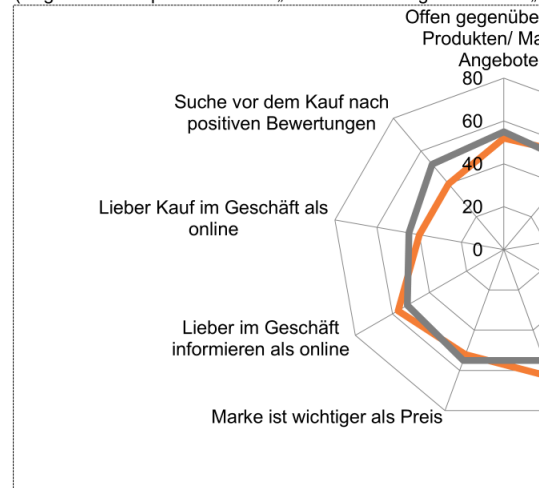


Fragestellung: Ihr Beruf?



### Kundenverhalten

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



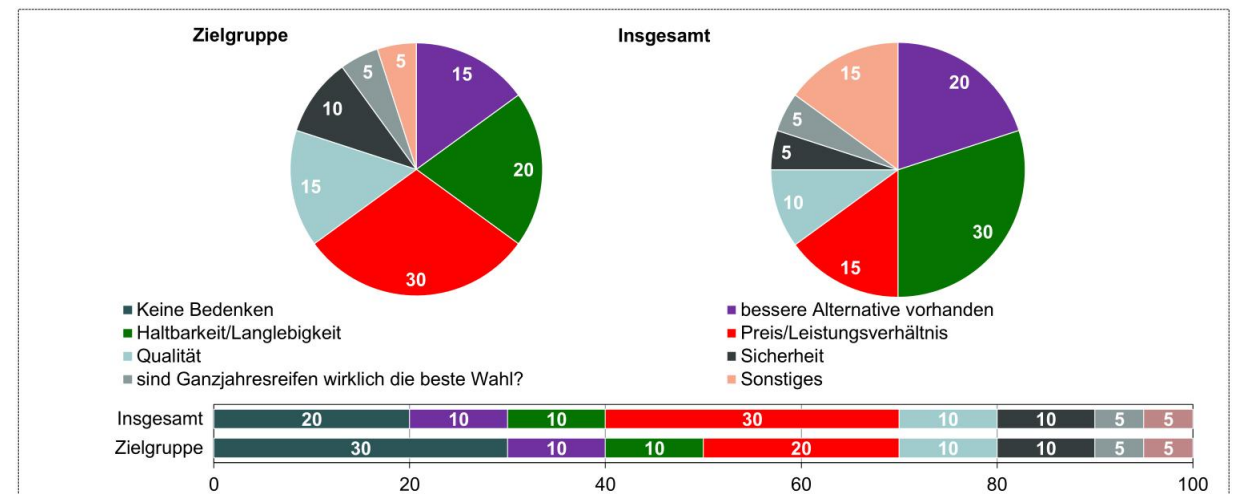
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Welche Bedenken kamen auf beim letzten Produktkauf?

### Kundenverhalten

Bedenken beim Produktkauf (Angaben in %)



Fragestellung: Welche Bedenken oder Befürchtungen gingen Ihnen bei Ihrem letzten Produktkauf durch den Kopf? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe  
Onlinekunden 2026

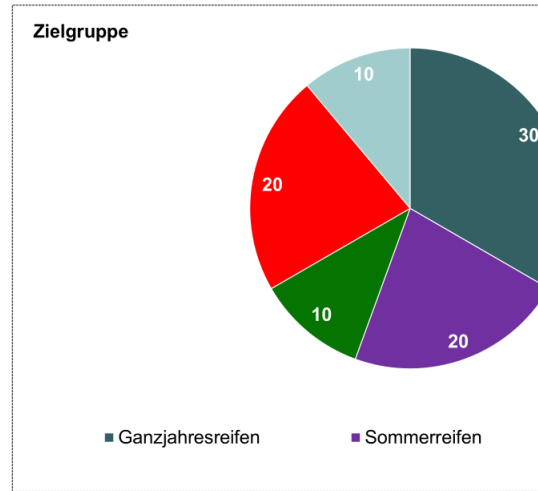
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an dem **letzten Produktkauf**<sup>1</sup> (Angaben in %)

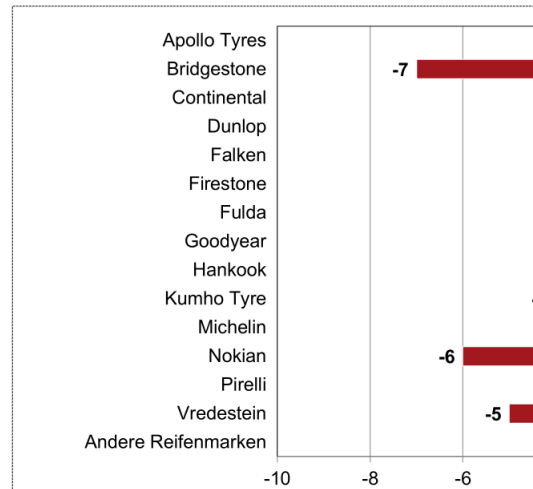


<sup>1</sup> Basis: letzter Reifenkauf



### Marken

Abweichungen der Marktanteile<sup>1</sup> der Marken – Marktanteil bei der Zielgruppe abzüglich Marktanteil insgesamt (Angabe in Prozentpunkten)



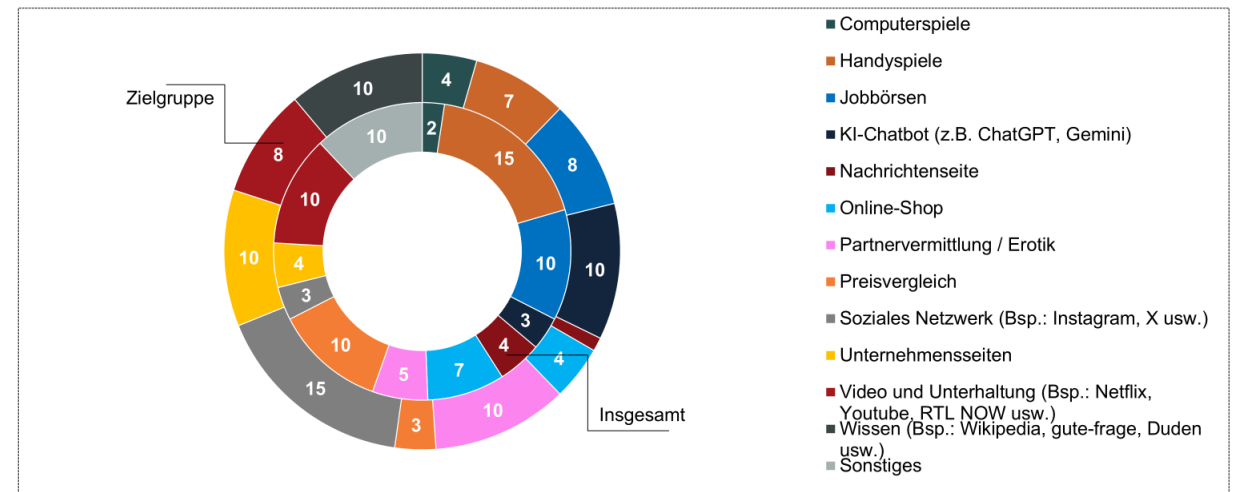
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marken Sie die oben genannten Reifen gel...



Über welche Internet-Seiten ist die Zielgruppe adressierbar?

### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen?



Studie Reifenmarkt-Zielgruppe  
Onlinekunden 2026

Welche Produktgruppen erwirbt 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](mailto:ronja.inhofer@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)691 – 55090384

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

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Onlinekunden 2026.**

**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.: +49 691 55090383, Fax +49 691 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.

In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind seit 2020 mehr als 80 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

### Zuletzt zur Reifenbranche erschienen:

- Studie eVisibility Reifen 2026
- Werbemarktanalyse Reifen 2025
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2025
- Studie eVisibility Reifen 2025
- Studie eVisibility Reifen 2024
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Premiummarken 2024

Reifenbranche: seit 2020 mehr als 20 Studien veröffentlicht

