

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

Studiensteckbrief

Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Vertragswerkstattkunden 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Reifenmarkt-
Zielgruppe Vertragswerkstattkunden 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Vertragswerkstattkunden wird repräsentiert von Kunden, die innerhalb ihrer letzten bis zu fünf Reifenkäufe mindestens einmal in einer Vertragswerkstatt der PKW-Marken Reifen gekauft haben. Elf Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher und 16 Prozent der Reifenkunden insgesamt fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Reifenmarkt analysiert wird.
- Im Vergleich mit den Reifenkunden insgesamt verfügt die Zielgruppe über erhöhte Anteile in den Altersgruppen ab 55 Jahre.
- Die Zielgruppe hat beim Reifenkauf seltener Bedenken als die Gesamtheit der Reifenkunden. Vor allem beim Preis-/Leistungsverhältnis sind die Bedenken weniger stark ausgeprägt.
- Vertragswerkstattkunden sind häufiger Brandhopper in Bezug auf Reifenmarken als die Vergleichsgruppe.
- Die Zielgruppe reagiert stärker auf Empfehlungen als die Gesamtheit der Reifenkunden.
- Vier Reifenmarken werden von der Zielgruppe deutlich häufiger genutzt als von den Reifenkunden insgesamt.
- Vertragswerkstattkunden reagieren überdurchschnittlich positiv auf Werbung in Printmedien. Außerdem nutzen sie deutlich häufiger Nachrichtenseiten als die Gesamtheit der Reifenkunden.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Vertragswerkstattkunden**

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

Nutzung von **5 Produktkategorien, 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:

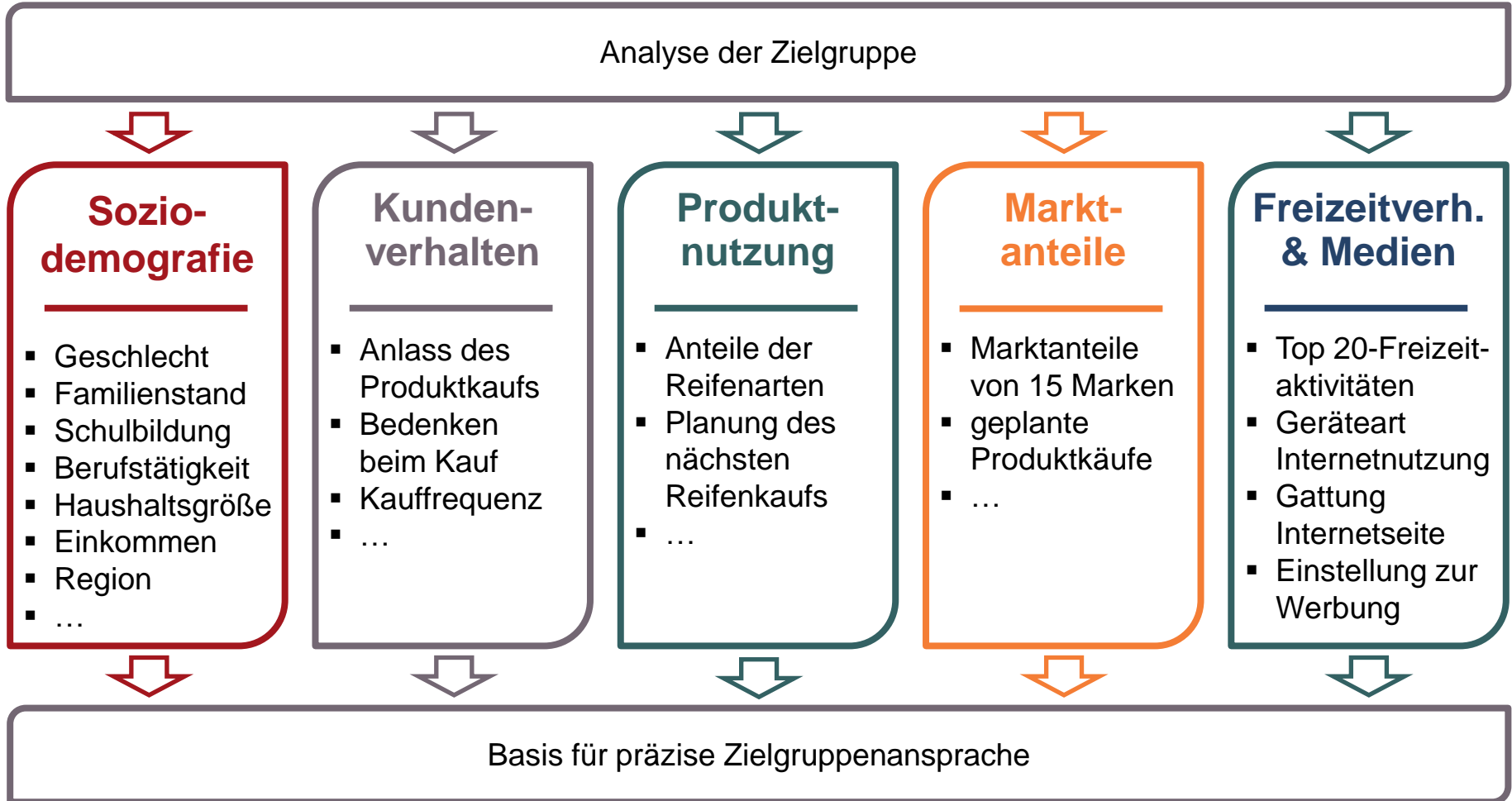
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon elf Prozent aus der Zielgruppe Vertragswerkstattkunden
- im September 2021 erschienen

Preis:

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

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

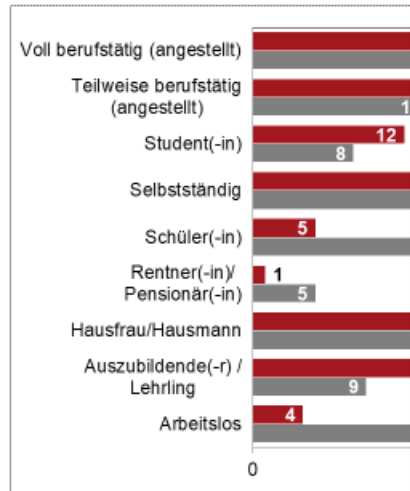
➤	Management Summary	3
➤	Forschungsdesign	9
➤	Soziodemografie	13
	Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤	Kundenverhalten	24
	Bewertung der Statements, Anlass des letzten Produktkaufs, Bedenken beim Produktkauf, treue Kunden und Brandhopper, Kaufart der zuletzt erworbenen Reifen, Frequenz der Produktkäufe	
➤	Produktkategorien	31
	Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktkauf, Differenz der Marktanteile	
➤	Reifenmarken	37
	Verteilung der Reifenmarken, Marktanteile der Reifenmarken, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	Reifenhändler	46
	Verteilung der Reifenhändler, Marktanteile der Reifenhändler, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	Freizeitverhalten und Mediennutzung	55
	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?



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?



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
Vertragswerkstattkunden 2021

Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

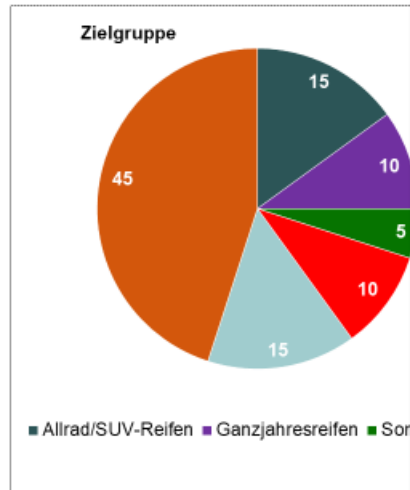
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Marken werden zukünftig gewählt?

Produktkategorien

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



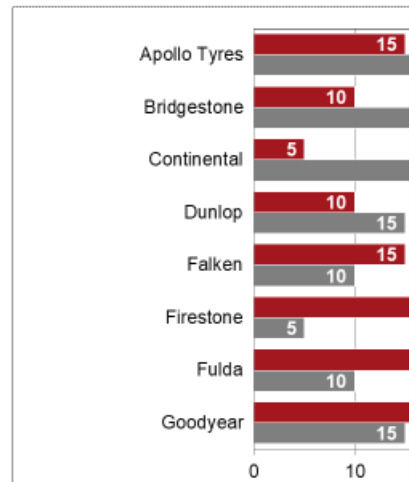
* Basis: letzte 5 Produkterwerbe



Studie
Vertra

Reifenmarken

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



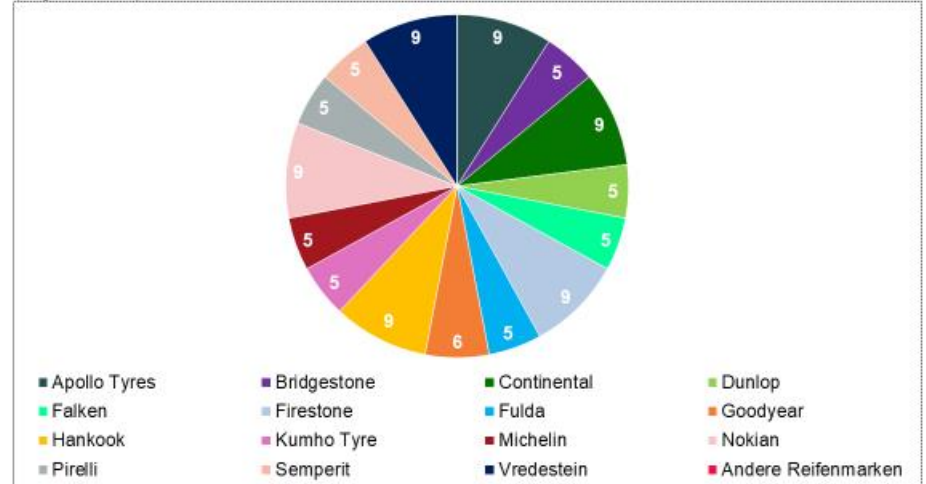
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marke Sie die oben
Lesenbeispiel: 5% der ZG nutzen bei einem der bis zu fünf letzten Ri



Studie
Vertra

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
Vertragswerkstattkunden 2021

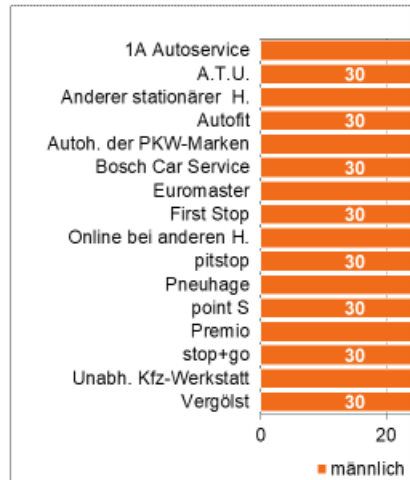
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Händler

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



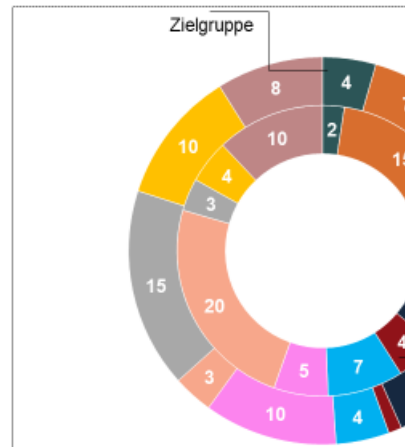
Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Reifen



Studie
Vertra

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be



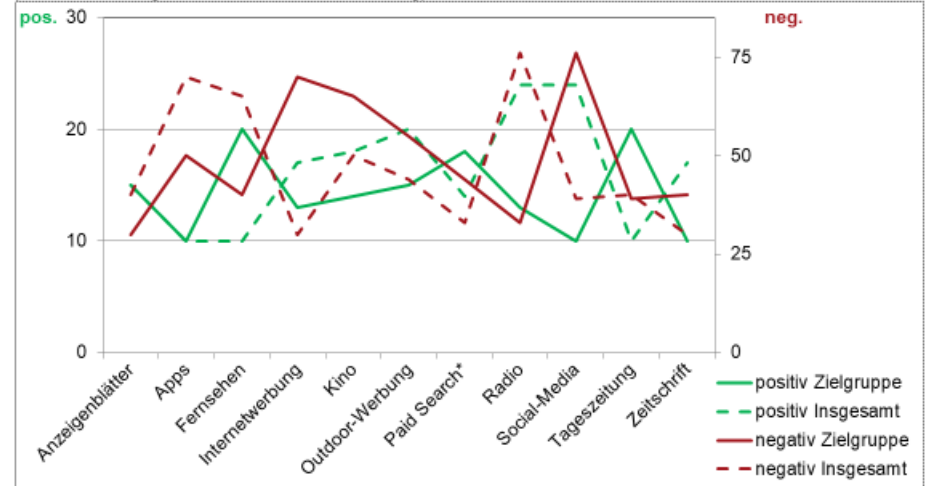
Studie
Vertra

Welche Reifenhändler 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
Vertragswerkstattkunden 2021

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 Vertragswerkstattkunden 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 Reifenmarkt-Zielgr. Junge Erwachsene 2021
- Studie Unternehmensprofile Reifen 2021
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Ganzjahresreifen 2021
- Studie eVisibility Reifen 2021
- Studie Kundenpfade Reifen 2020
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Online-Kunden 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Reifenbranche wurden seit 2019 über zehn Studien veröffentlicht. In der Reihe Zielgruppenstudien sind bisher über 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

