

+++ A.T.U +++ Bridgestone +++ Continental +++ Falken +++ Goodyear +++ Hankook +++ Kumho Tyre +++
Michelin +++ nokian TYRES +++ Vredestein +++ u. weitere 120 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse

Reifen 2021

Werbeausgaben für 130 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

November 2021

powered by:



©zinkevych/123RF.COM



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Reifen 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Reifen innerhalb eines Jahres über 124 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Teilmarkt Image/Service ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 58 Prozent vom Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben 49 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Internet ist aktuell das Top-Werbemedium. Radio-Werber Nr. 1 ist A.T.U.
- 13 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro.
- Unter den Top 30 Marken finden sich zwei, die im jüngsten 12-Monats-Zeitraum erstmals werben.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Alleinstellung‘ sowie ‚Designkonsistenz‘ und ‚Wiedererkennbarkeit‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Reifen

2020/2021

124 Mio. €



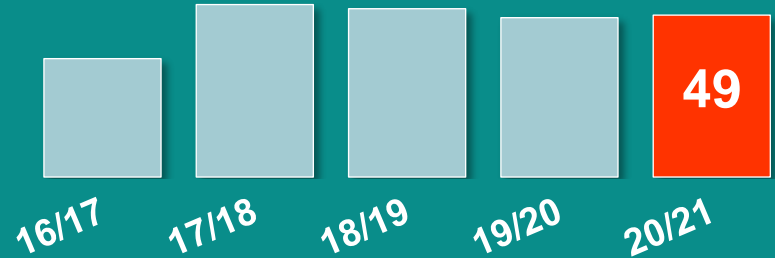
davon
58%
im Produktmarkt
Image/Service

Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:
A.T.U

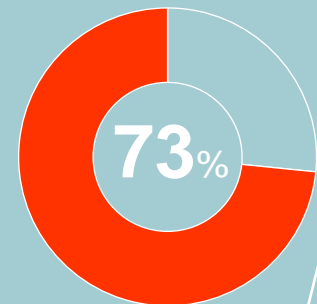
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Continental
Goodyear
Michelin



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **130 Anbieter von Reifen**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **elf Teilmärkten**, darunter
Ganzjahresreifen, Image/Service, Sommerreifen, Winterreifen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 162 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

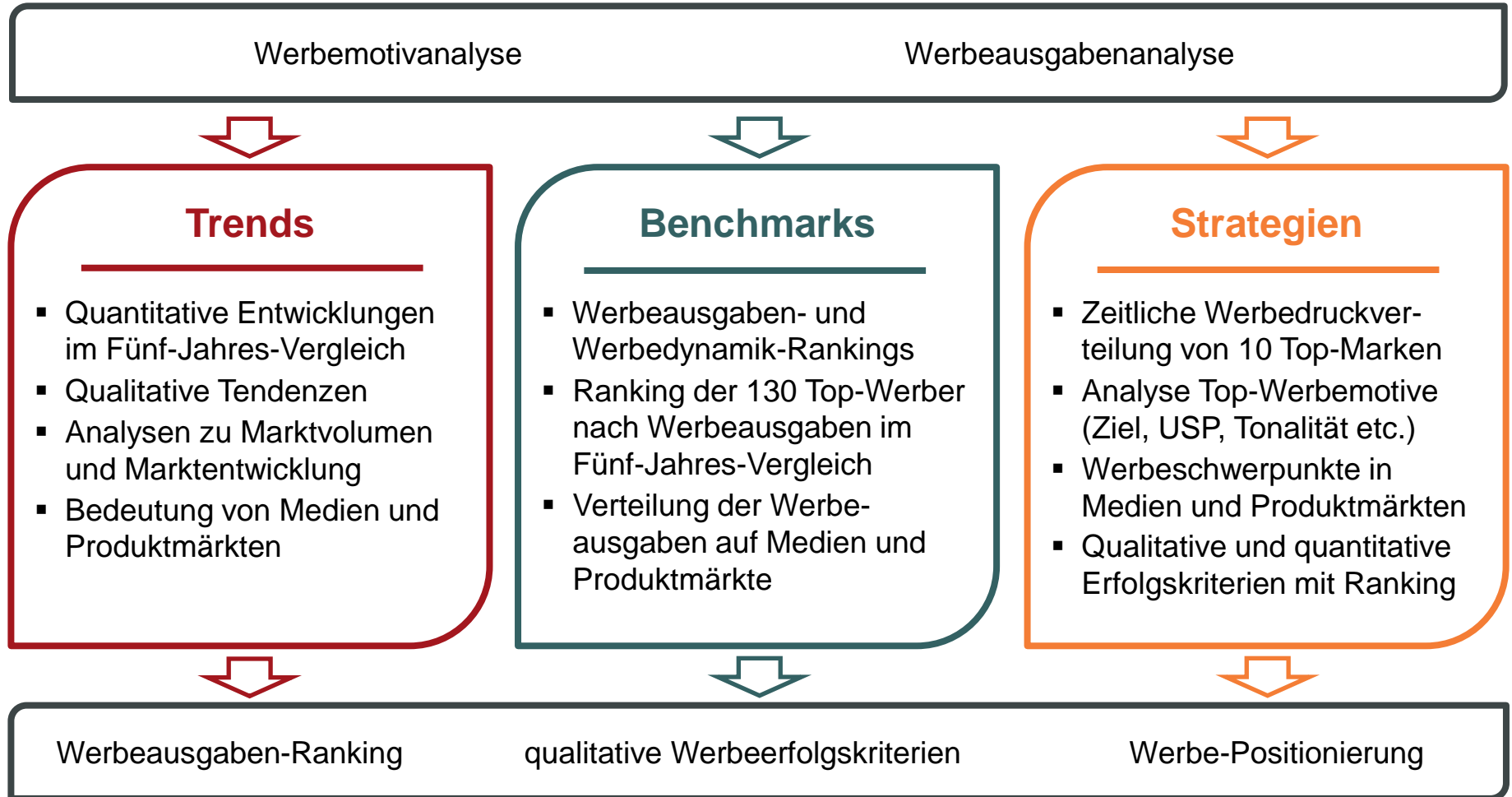
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- A.T.U
- Bridgestone
- Continental
- Falken
- Goodyear
- Hankook
- Kumho Tyre
- Michelin
- nokian Tyres
- Vredestein
- + Spendings für
120 weitere
Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen v. 130 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in elf Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, Radio, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 162 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	16
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	19
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	24
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2020/2021	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	33
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2020/2021	
▪ Qualitative Tendenzen	40
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021, aktuelle Trends 2020/2021	
➤ Benchmarks	48
▪ Werbeausgaben-Rankings	51
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 130-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	



Inhaltsverzeichnis

▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	69
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich, Werbeverzicht in Monaten	
▪ Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	77
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Strategien	80
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10-Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ A.T.U	86
▪ Bridgestone	92
▪ Continental	98
▪ Falken	104



Inhaltsverzeichnis

▪ Goodyear	109
▪ Hankook	115
▪ Kumho Tyre	120
▪ Michelin	125
▪ nokian Tyres	131
▪ Vredestein	136
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	142
▪ Motiv-Highlights	151
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	153
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt, Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgsdimensionen	
➤ Kontakt	161



Analysebeispiele (1)

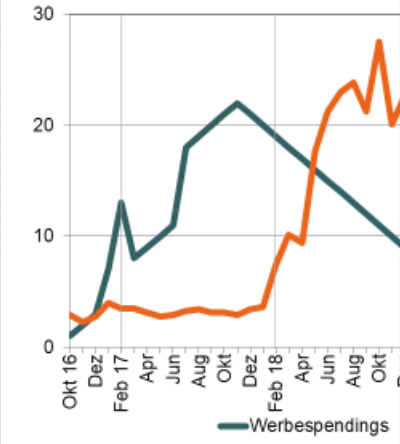
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden

Werbespendings



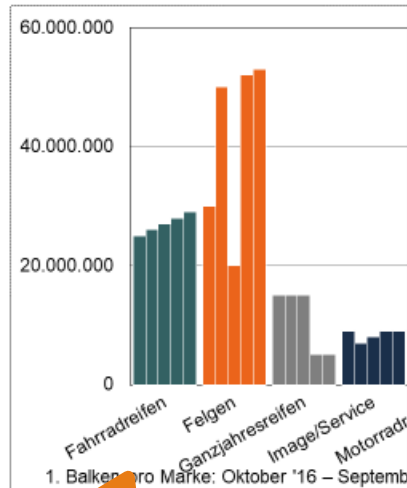
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

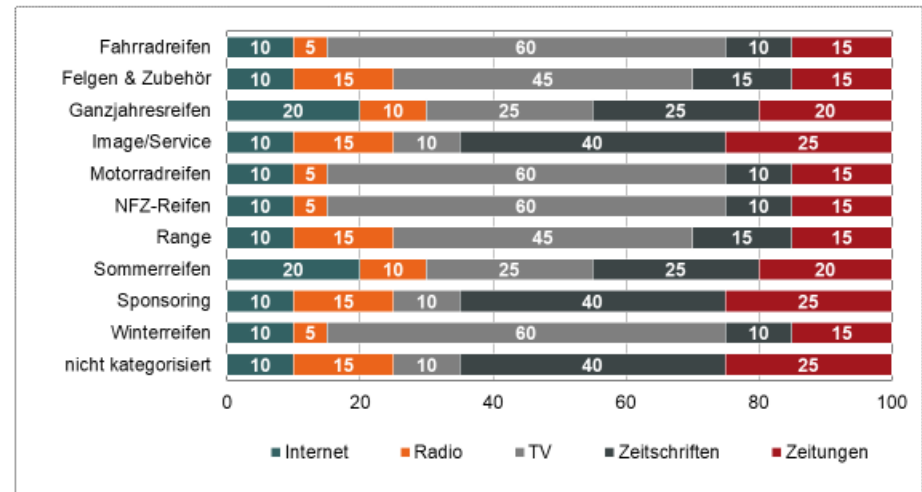
Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2020/2021 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Reifen 2021

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 130-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Okt. '16 – Sep. '17	Okt. Sep
11	Alcar	1.000.000	9
12	Audi	900.000	8
13	Dunlop	800.000	7
14	Euromaster	700.000	6
15	Falken	600.000	5
16	Maxxis	500.000	4
17	Petlas Tire Industry	400.000	3
18	Pirelli	300.000	2
19	Tyre system	200.000	1
20	Vergölst	100.000	9

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

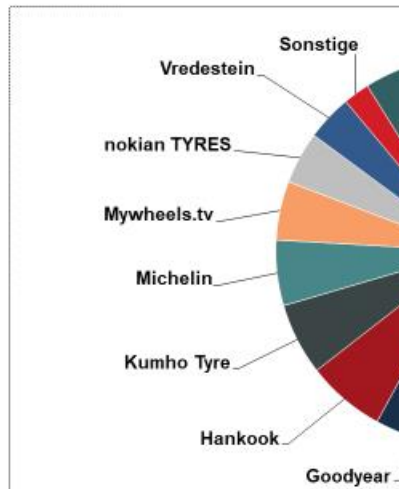


Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Oktober 2020 bis September 2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

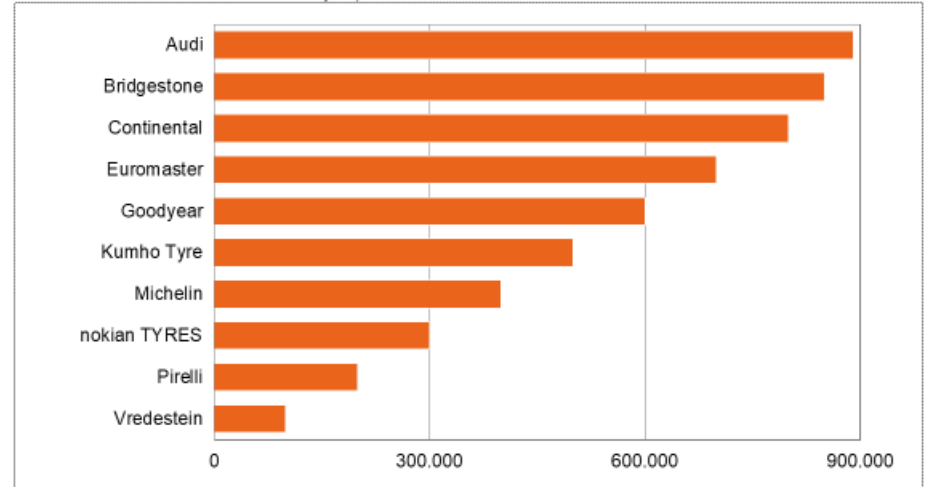


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse
Reifen 2021

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '20/21	xxx € zu '19/'20, +xx% Anteil an d. ges. Branche (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	freudige TV-Spots, Testimonials corporate colour
Design – Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.20-xx.20	🕒	09-11 Uhr
📅	täglich	AG	Agentur A
MED	RTL ZWEI, ProS.	UF	Serie, Doku,
€	xxx €	SCH	xxx
🏆	Markenrelevanz	ZG	Junge Autofa
USP	driving emotion	TON	modern

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



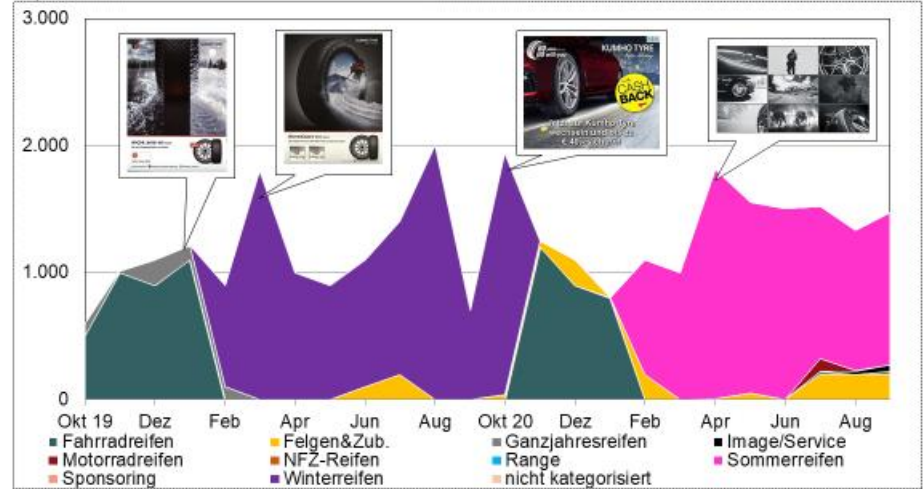
Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Marke C

Marke C | Zeitliche Werbendruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse
Reifen 2021

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

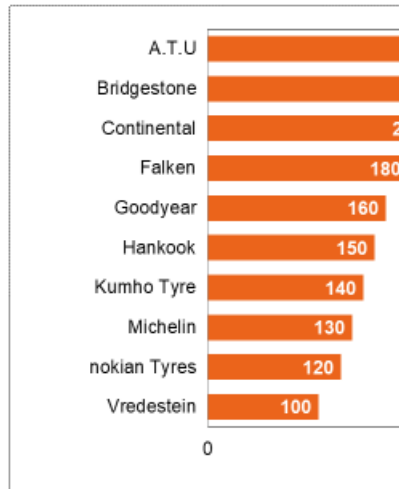
Marken	Awareness		Desire
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	
A.T.U	●●○	●●○	●
Bridgestone	●○○	●○○	●
Continental	●○○	●●○	●
Falken	●●○	●○○	●
Goodyear	●○○	●○○	●
Hankook	●○○	●○○	●
Kumho Tyre	●○○	●○○	●
Michelin	●○○	●○○	●
nokian Tyres	●○○	●○○	●
Vredestein	●○○	●○○	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte* in allen acht Werbeerfolgskategorien)



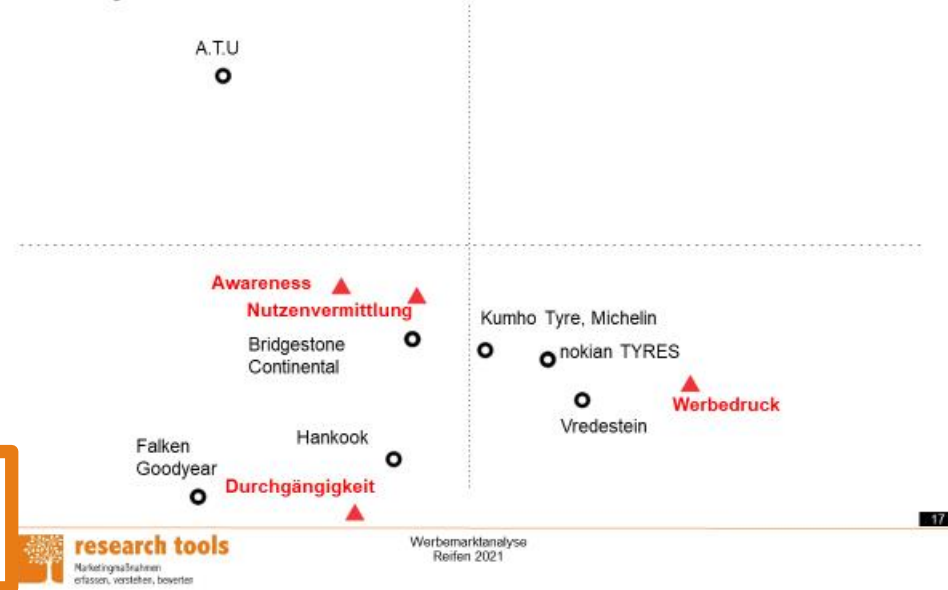
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; *:



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgskategorien



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Reifen 2021.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@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-Zielgruppe Vertragswerkstattkunden 2021
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021
- Studie Unternehmensprofile Reifen 2021
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Ganzjahresreifen 2021
- Studie eVisibility Reifen 2021
- Studie Kundenpfade Reifen 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

