



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Reifenwerbung: Bridgestone und Goodyear geben medial kräftig Gas



Von den zehn Topwerbern der Reifenbranche legen im Vorjahresvergleich nur Bridgestone und Goodyear zu. Die acht übrigen Reifenmarken haben ihr Werbevolumen um durchschnittlich 50 Prozent gekürzt. Laut der ‚Werbemarktanalyse Reifen 2015‘ verdrängt die Image- und Produktgruppenwerbung immer mehr die Einzelproduktkommunikation.

Esslingen am Neckar, 12. November 2015 – Für die mediale Kommunikation haben die untersuchten Reifenhersteller innerhalb eines Jahres insgesamt über 30 Millionen Euro ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sind die Werbeausgaben damit um 22 Prozent zurückgegangen. Auf die zehn im Detail analysierten Marken entfallen 94 Prozent der Gesamtwerbeausgaben der Reifenbranche.

Die Einzelproduktwerbung sowohl für Sommerreifen, als auch für Winterreifen ist innerhalb weniger Jahre um 85 Prozent zurückgegangen. Beide Produkte verfügen nunmehr über einen Volumenanteil von jeweils weniger als zehn Prozent. Enorm zugelegt hat hingegen die Image- und Produktgruppenwerbung, deren Anteil sich fast verdoppelt hat.

Während die beiden Top-Werber Bridgestone und Goodyear ihre Werbeausgaben deutlich gesteigert haben, haben die anderen Top 10 Werber ihr Werbevolumen um durchschnittlich 50 Prozent reduziert. Printmedien haben als Werbemedium in der Branche einen enormen Aufschwung erlebt. 47 Prozent läuft inzwischen über dieses Medium. Kontinuierlich zugelegt hat das regional steuerbare Medium Tageszeitung.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Reifen 2015“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von 34 Reifenwerbern in Deutschland. Sie gibt auf 126 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den acht Teilmärkten Ganzjahres-, LKW-, Motorrad-, Sommer- und Winterreifen, Händler, Sponsoring und Image/Range. Neben der Entwicklung von Werbespendings werden Fünf-Jahres-Trends und -Vergleiche erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net