

+++ Bridgestone +++ Continental +++ Dunlop +++ Falken +++ Goodyear +++ Hankook +++ Kumho Tyres +++
Michelin +++ Pirelli +++ Vredestein +++ Bridgestone +++ Continental +++ Dunlop +++ Falken +++ Goodyear +++

Studiensteckbrief
**Werbemarktanalyse
Reifen 2015**
Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2015

powered by:



©bowie15/123RF.COM



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Reifen 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse

- Für mediale Kommunikation haben die Reifenhersteller innerhalb eines Jahres insgesamt über 30 Millionen Euro ausgegeben.
- Im Teilmarkt Image und Range wird am intensivsten geworben. In sechs der sieben übrigen Teilmärkte wurden die Spendings deutlich zurückgefahren.
- Nur zwei der Top 10 Reifenhersteller weisen innerhalb der vergangenen Jahre steigende Werbebudgets auf.
- Das Werbemedium Print hat deutlich zugelegt, der Anteil liegt bei 47 Prozent. Werbepeaks sind zwei mal im Jahr zu beobachten.
- Die Analyse qualitativer Kommunikationsaspekte offenbart deutliches Potenzial bei Alleinstellungsmerkmalen. Einige Anbieter verlassen sich auf hohen Werbedruck.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Analyse von zehn **Reifenmarken**

mit den höchsten **Werbeausgaben**

in **acht Produktmärkten**

alle Informationen komprimiert auf **125 PowerPoint-Seiten**

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

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

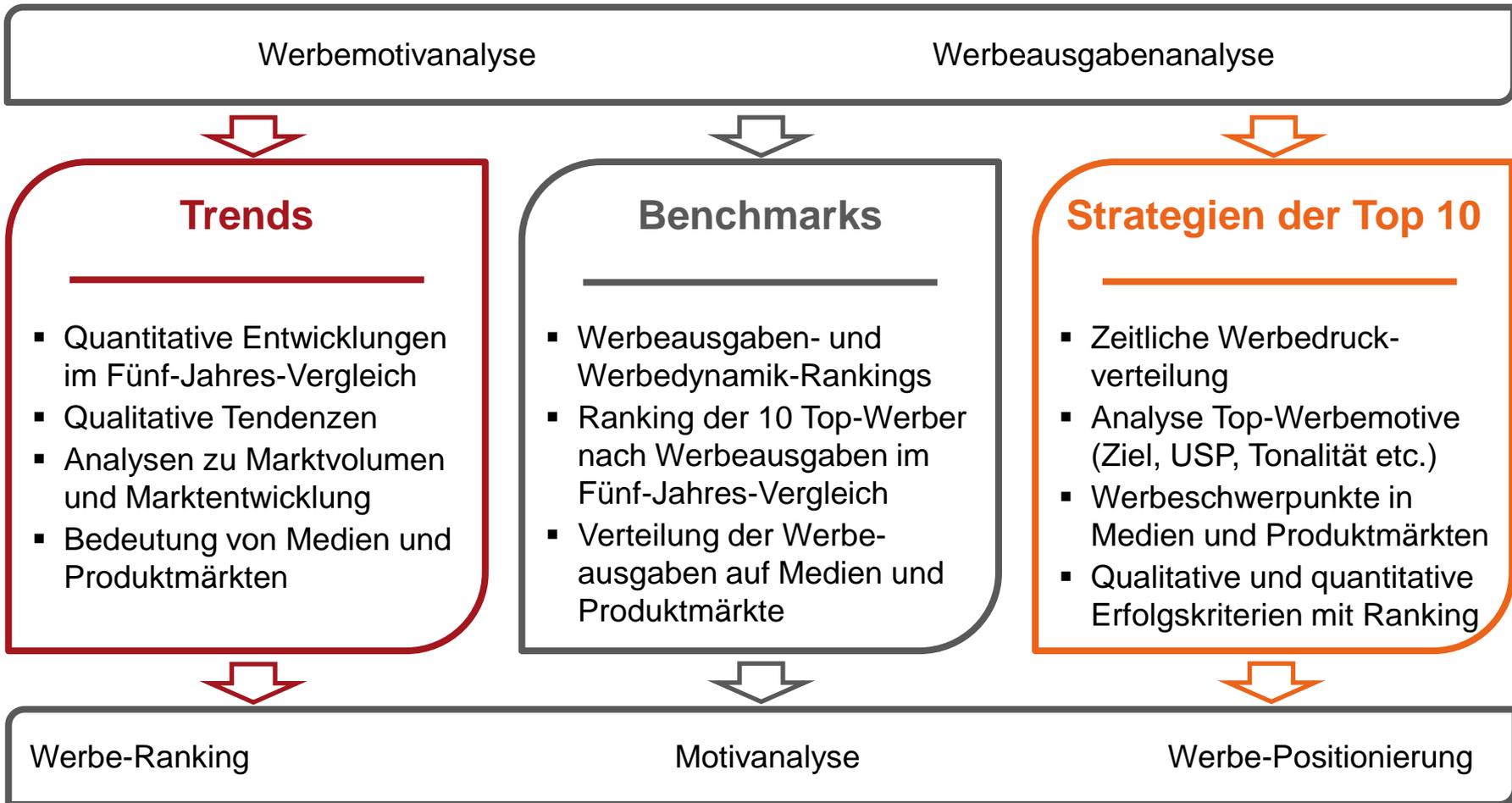
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Reifenmarken:

- Bridgestone
- Continental
- Dunlop
- Falken
- Goodyear
- Hankook
- Kumho Tyres
- Michelin
- Pirelli
- Vredestein
- + Spendings von 24 weiteren Marken



Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Anbieter?
- mit welchen Slogans oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top 10-Anbieter?

Die **125 Seiten umfassende Studie kostet 1.900 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet, Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	16
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	20
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2014/2015, aktuelle Trends 2014/2015	
➤ Benchmarks	22
▪ Werbeausgaben-Rankings	25
Share of Voice der Top 10 Anbieter, Ranking der Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top Anbieter nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	31
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	36
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Produktmärkte, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	38
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Bridgestone	43
▪ Continental	50
▪ Dunlop	58
▪ Falken	64
▪ Goodyear	69
▪ Hankook	75
▪ Kumho Tyres	82
▪ Michelin	88
▪ Pirelli	95
▪ Vredestein	102
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	109
▪ Motiv-Highlights	111
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikations-Positionierung	115
➤ Kontakt	124



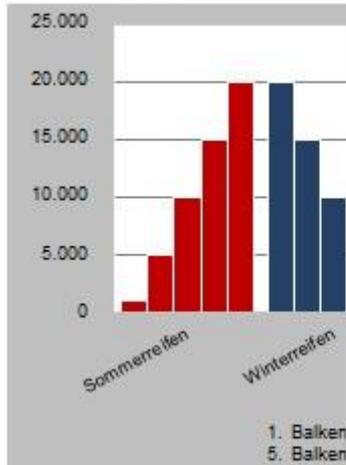
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings nach Produktmärkten im 5-Jahres-Vergleich (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisi



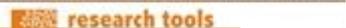
Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2014/2015

Kategorie	Trend
Meist beworbene Produkte	Reifen
Meist geschaltete Medienkanäle	Medienkanäle
Meist genutzte Werbemedium	Werbemedium
Anzahl Motive	Werbemedium
Designelemente	Designelemente (Detailinform)
Kreativagenturen	Kreativagenturen

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisi

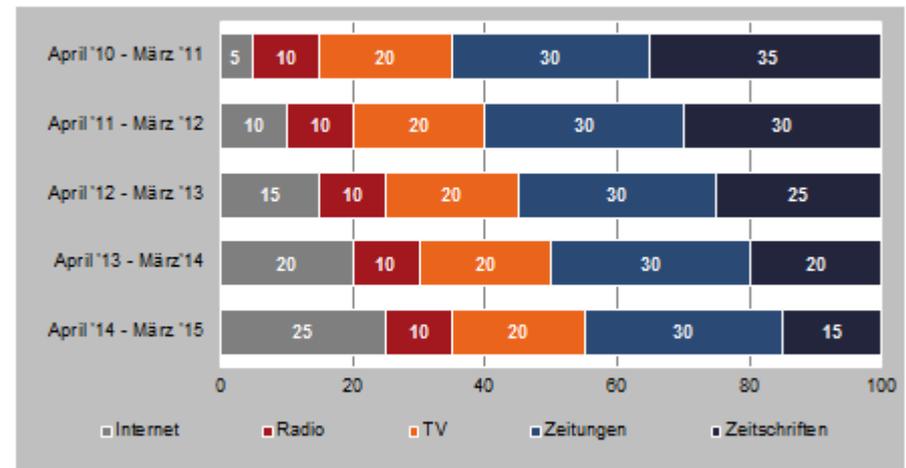


Auf welchen Mediensplit setzen die Hersteller?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung des Mediensplits im 5-Jahres-Vergleich (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisi digital



Werbemarktanalyse
Reifen 2015

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

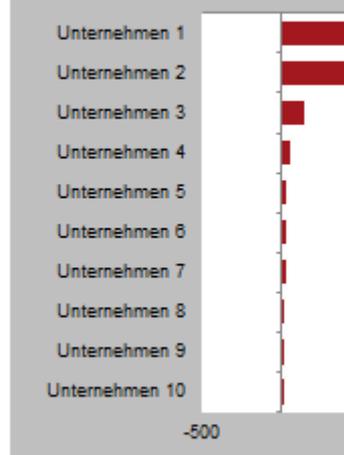
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Anbieter nach absoluter **Werbedynamik** im Vergleich zu '13/'14 (Angaben in Tsd. €)



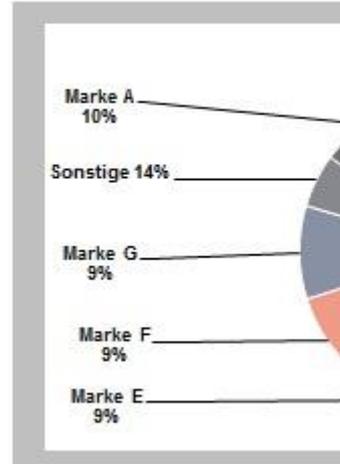
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisio



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Voice der Top 10 Anbieter von 2010 bis 2014



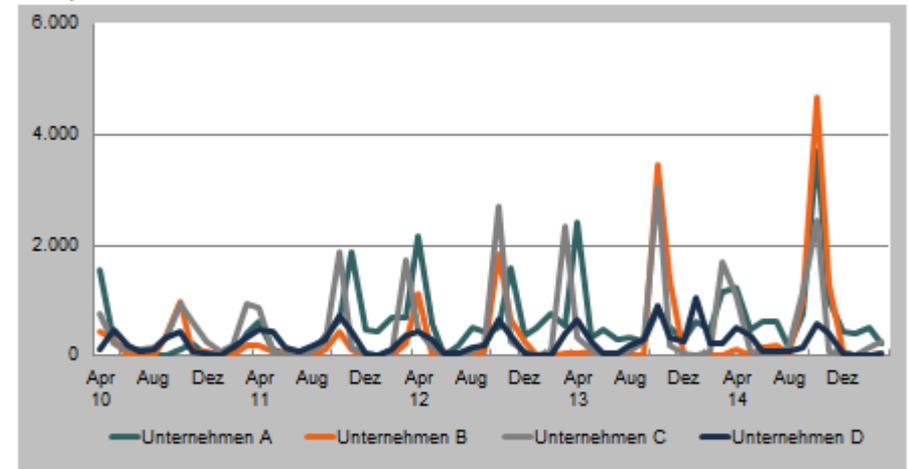
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisio

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im **Verlauf** der letzten 60 Monate (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisio digital



Werbemarktanalyse
Reifen 2015

133

Welche Reifehersteller zeigen die größte Werbedynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen | Reifenhersteller X

Reifenhersteller X | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolut in '14/'15	X.X74.927 € (+XX,7% zu '13/ Rang 2
Alleinstellung	Slogan, die Hervorhebung sj „XXXXXX XX-Technologien“ („Sicherheit“ ist k Alleinstellungsm
Aufmerksamkeitsstärke	keine eingängige Slogans, musika und optisch nicht ansprechend
Design-Konsistenz	Wiederkehrende Slogan über verschiedene Ma große Unterschi den Darstellun

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVis



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen | Unternehmen Y

Image Analyse Top-Werbemotive



MED	ProSieben	UF	Sport
SCH	250	⌚	18-20
€	XXXX889 €	1	täglich
ZR	26.9.14-26.10.14	ZG	Autof allgen
AG	Universal McCann	USP	Reife heitss
Image		TON	„ande

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisior

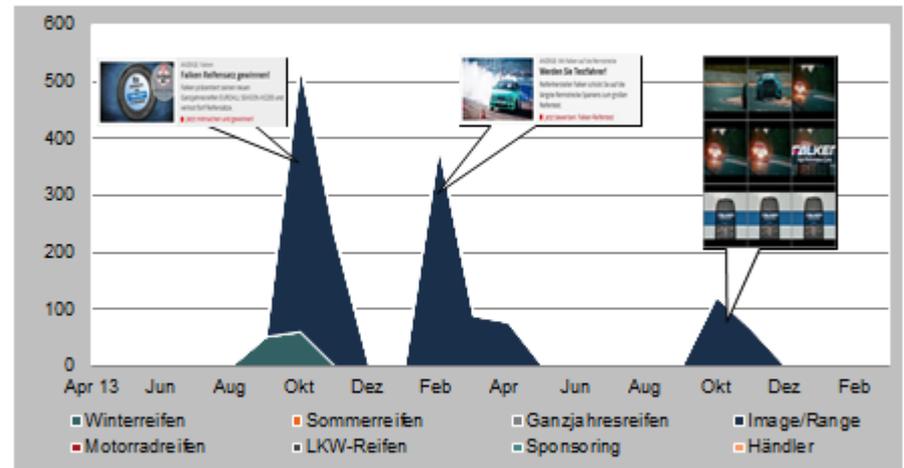


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen | Anbieter X

Anbieter X | Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisior digital



Werbemarktanalyse
Reifen 2015

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Unternehmen	Werbedruck		Alte
	Spending	Share of Voice	
Bridgestone	●○○○	●○○○	●
Continental	○○○○	○○○○	○
Dunlop	○○○○	○○○○	○
Falken	●○○○	●○○○	○
Goodyear	○○○○	○○○○	○
Hankook	○○○○	○○○○	○
Kumho Tyres	●○○○	●○○○	○
Michelin	○○○○	○○○○	○
Pirelli	○○○○	○○○○	○
Vredestein	●○○○	●○○○	○

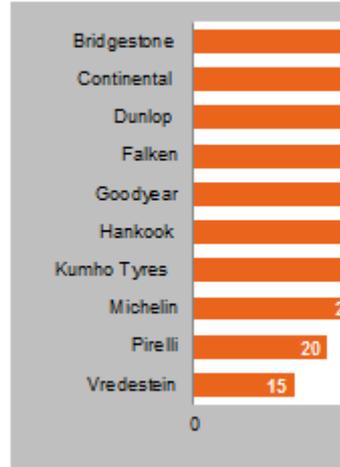
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis Ad/Visio



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Anbierranking (Angaben in % der erreichten Ziele)



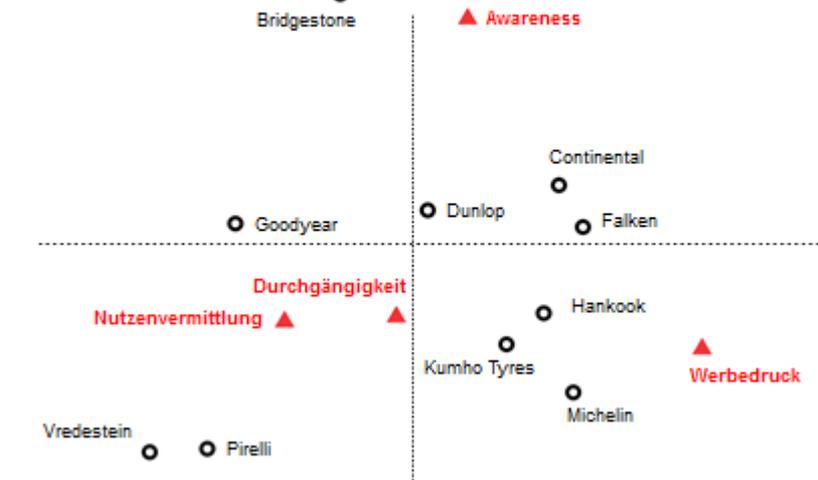
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis Ad/Visio



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Kommunikations-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Werbemarktanalyse
Reifen 2015

Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.900 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Reifen 2015.**

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 erschienen zur Branche Automotive:

- E-Shop-Analyse Motorradzubehör 2015
- Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2015
- Marketing-Mix-Analyse Reisemobile teilintegriert 2015
- Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015
- E-Shop-Analyse Kfz-Teile 2015
- E-Shop-Analyse Reifen 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing-und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Branche Automotive sind seit 2013 15 Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen.