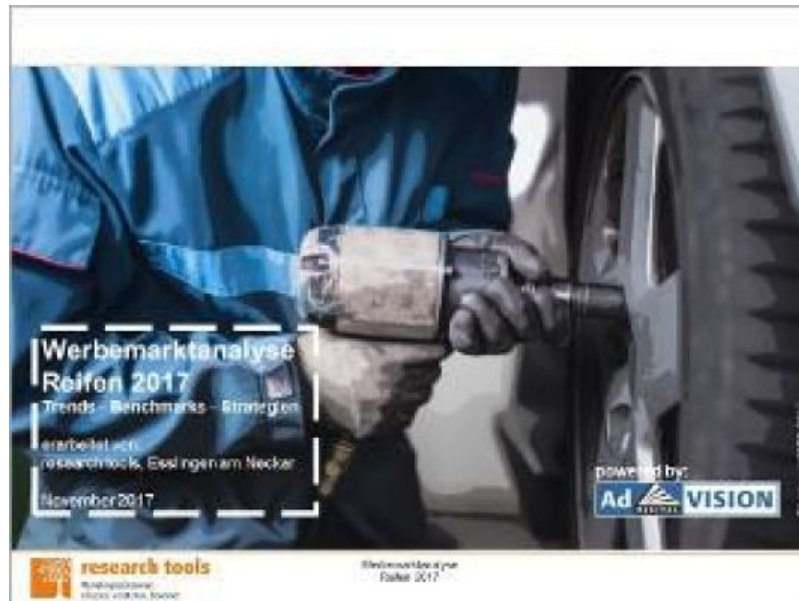


Reifenwerbung mit rückläufigem Ausgabentrend

08.12.2017, 12:17 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *research tools*



Werbemarktanalyse Reifen 2017

Reifenhändler und -hersteller haben innerhalb eines Jahres 56 Millionen Euro für Werbung ausgegeben. Im Fünf-Jahres-Trend gab die Reifenwerbung insgesamt um 37 Prozent nach. Den größten Zuwachs verzeichnet die Imagewerbung.

Esslingen am Neckar, 08. Dezember 2017 – Für mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Reifenanbieter innerhalb von zwölf Monaten insgesamt 56 Millionen Euro ausgegeben. Die Werbeausgaben sind im Vergleich zum Vorjahr um 23 Prozent kräftig gesunken. Innerhalb der elf untersuchten Teilmärkte verzeichnet die Imagewerbung mit einem Plus von sechs Millionen Euro den größten Zuwachs und ist damit volumenstärkster Teilmarkt. Somit entfällt etwas mehr als ein Viertel der Reifenwerbung auf produktunabhängige Werbung. In fast allen anderen Teilmärkten sind die Werbevolumina zurückgegangen.

Die Zahl werbender Unternehmen im Reifenmarkt, die mindestens einmal im Monat Werbung schalten, zeigt sich über die letzten fünf Jahre relativ konstant. Sie liegt im Durchschnitt bei 37 Marken. In der Summe haben innerhalb der vergangenen zwölf Monate über 100 unterschiedliche Anbieter für Auto-, Fahrrad-, Motorrad- oder Nutzfahrzeugreifen, für Felgen und Zubehör geworben. Deutlich sichtbar sind starke saisonbedingte Schwankungen der Werbespendings. Der Jahres-Werbepeak fällt innerhalb der letzten fünf Jahre immer auf den Oktober.

Unter den Reifenmarken sind Bridgestone, Falken, Goodyear, Hankook und Michelin die Topwerber. Gemeinsam vereinen diese fünf Marken 60 Prozent des gesamten Branchenvolumens. Aufsteiger in die Top 10 sind Kumho und Nexen.

Im Mediensplit gehen 46 Prozent der Reifenwerbung über TV. Seit zwei Jahren nimmt der Anteil an Internetwerbung deutlich zu. Auffällig ist der breite Medien-Mix unter den zehn Topwerbern. Im Durchschnitt nutzen sie 3,0 Medien bestehend aus einer Auswahl von Internet, Radio, TV, Zeitschriften und Zeitungen.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Reifen 2017“ von research tools untersucht die Werbeausgaben für Reifen in Deutschland. Sie gibt auf 146 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in elf Teilmärkten, darunter Ganzjahresreifen, Händlerwerbung, Sommerreifen, Winterreifen. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 150-Werber werden Fünf-Jahres-Trends 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.

Portrait

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

News-ID: 984572 • Views: 700 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/984572/Reifenwerbung-mit-ruecklaeufigem-Ausgabentrend.html>