



ADAC

Reifen-Monitor

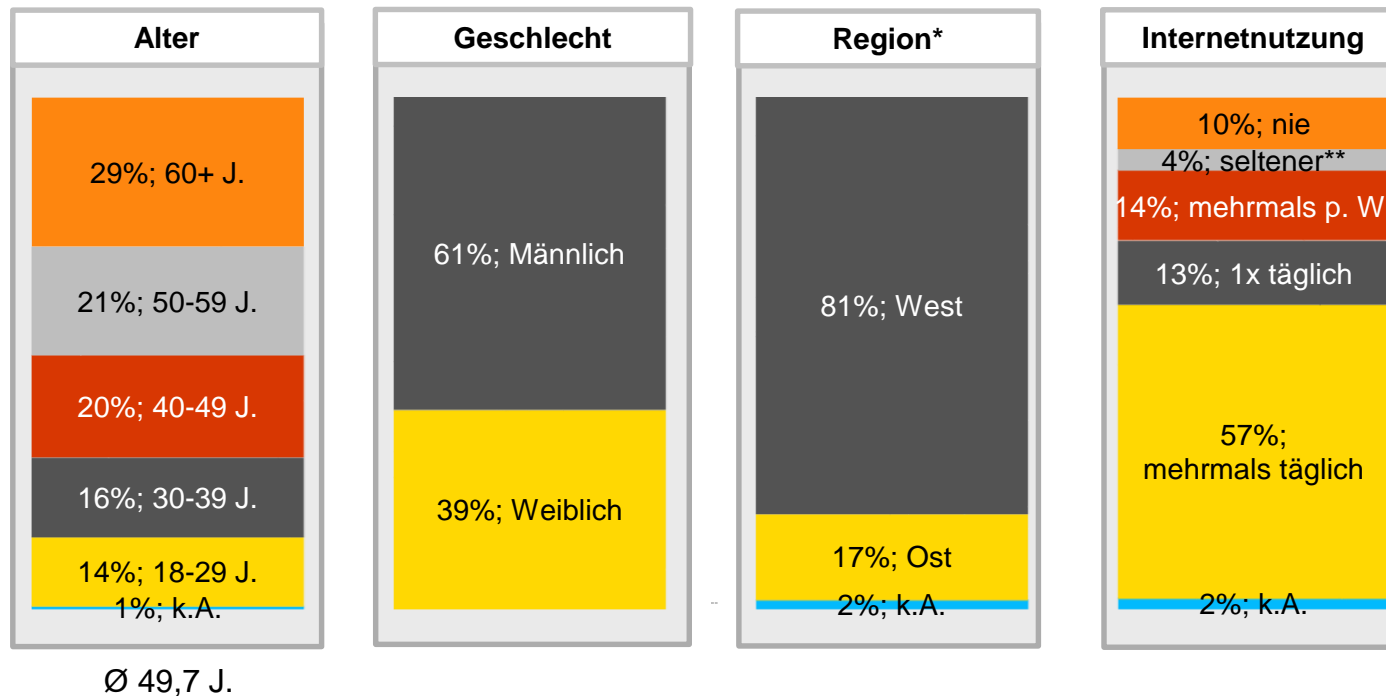
Trendforschung im Reifen-Markt
Zusatzmodul zum PKW-Monitor
eine ADAC Verlag Studie
Ergebnisse 2016

STUDIENDESIGN

Reifen-Monitor	Einmal jährliche Erhebung der Trends im Reifen-Markt bei ADAC-Mitgliedern
Befragung	durchgeführt von TNS Infratest, München (seit. Dez. 2012) Feldzeit: Dezember 2015 (=2015/II)
Inhalte	Markttrends PKW & Reifen, Markenpotenziale, Images und Werberecall für Reifenmarken sowie für den Reifenhandel , Verbrauchereinstellungen zum Reifenkauf, Sonderthemen Ganzjahresreifen und RDKS
Methode	Ca. 30% schriftlich (ADAC Adressen) und ca. 70% online (TNS Panel)
Zielgruppe	Repräsentative Stichprobe (nach Alter, Geschlecht, Region und Internetnutzung) für alle ADAC Mitglieder ab 18 Jahren
Stichprobe	N=4.117

Stichprobenstruktur nach demographischen Aspekten

Repräsentative Stichprobe nach: Alter, Geschlecht, Region und Internetnutzung für alle ADAC Mitglieder ab 18 J.



Basis: Alle befragten ADAC Mitglieder: n=4.117

* dargestellte Zusammenfassung nach West/Ost gebildet anhand der erfassten Bundesländer

** 1x pro Woche bis seltener als 1x pro Monat

Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt; k.A.= keine Angabe

REIFENMARKEN



REIFENMARKEN

- **Markenpotenzial**
 - Bekanntheit
 - Kaufpräferenzen

- **Produktimage**

- **Markenimage**

- **Werberecall**

Gestützte Abfrage in Textform von Autoreifen-Herstellern (Reifenmarken). *Mehrfachnennungen möglich.*

20 REIFENMARKEN IN DER KOMPLETT-BEFRAGUNG



PLUS 14 „KLEINERE“ REIFENMARKEN MIT ABFRAGE DER BEKANNTHEIT

apollo

GT RADIAL

Matador®

NANKANG
FREE YOUR WAY

NEXEN
NEXEN TIRE

Sava
EUROPEAN QUALITY TIRES

AEOLUS TYRES
Technology Meets Performance

FEDERAL®
TYRES

Infinity®

MAXXIS®
ULTIMATE CONTROL

LASSA
REIFEN

STAR☆PERFORMER

SAILUN
GET MORE FROM SAILUN

WEST LAKE
TYRES

Erst seit Reifen-Monitor 2015 (Feldzeit Dezember 2014) Bestandteil der Befragung

Markenpotenzial: Bekanntheit und Kaufpräferenz

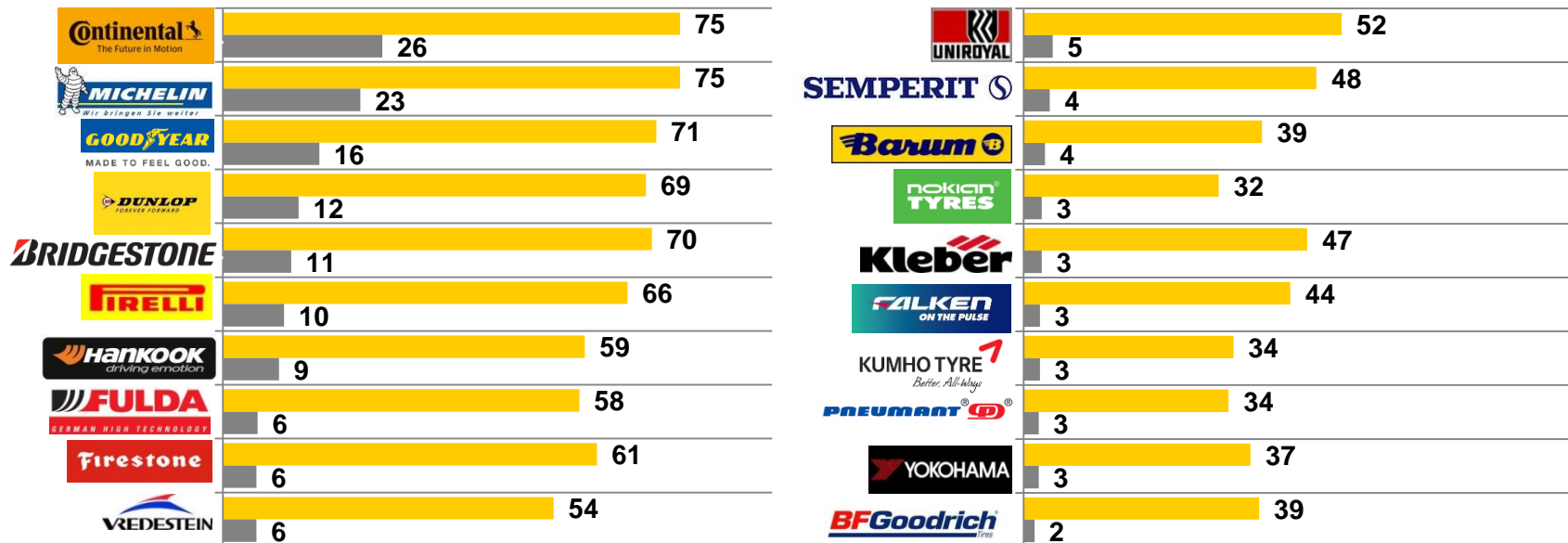
Continental und Michelin liegen bei der Bekanntheit und Kaufpräferenz auf den ersten beiden Plätzen

Bekanntheit: „Ist mir bekannt/habe schon davon gehört“ / Kaufpräferenz: „Würde ich mir am ehesten kaufen“

Angaben in %

Marken nach Kaufpräferenz sortiert

■ Markenbekanntheit ■ Kaufpräferenz



Basis: befragte ADAC Mitglieder / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117; Mehrfachnennungen

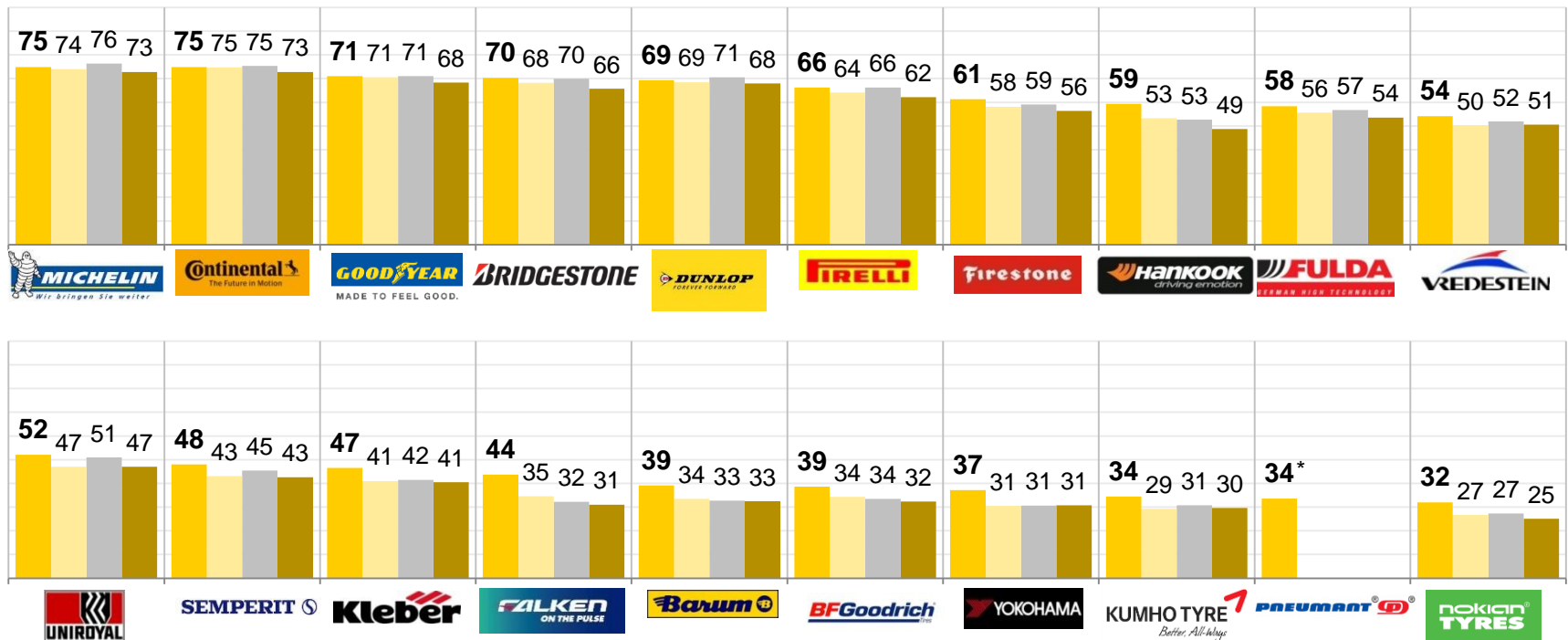
Markenpotenzial: Rangfolge nach Bekanntheit 2016

Im Vergleich zum Vorjahr ist der Bekanntheitsgrad von kleineren Marken teils deutlich gestiegen (z.B. Falken), bei den größeren Brands jedoch stabil geblieben

Bekanntheit: „Ist mir bekannt / habe schon davon gehört“

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013

Angaben in %



Basis: befragte ADAC Mitglieder / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

* Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

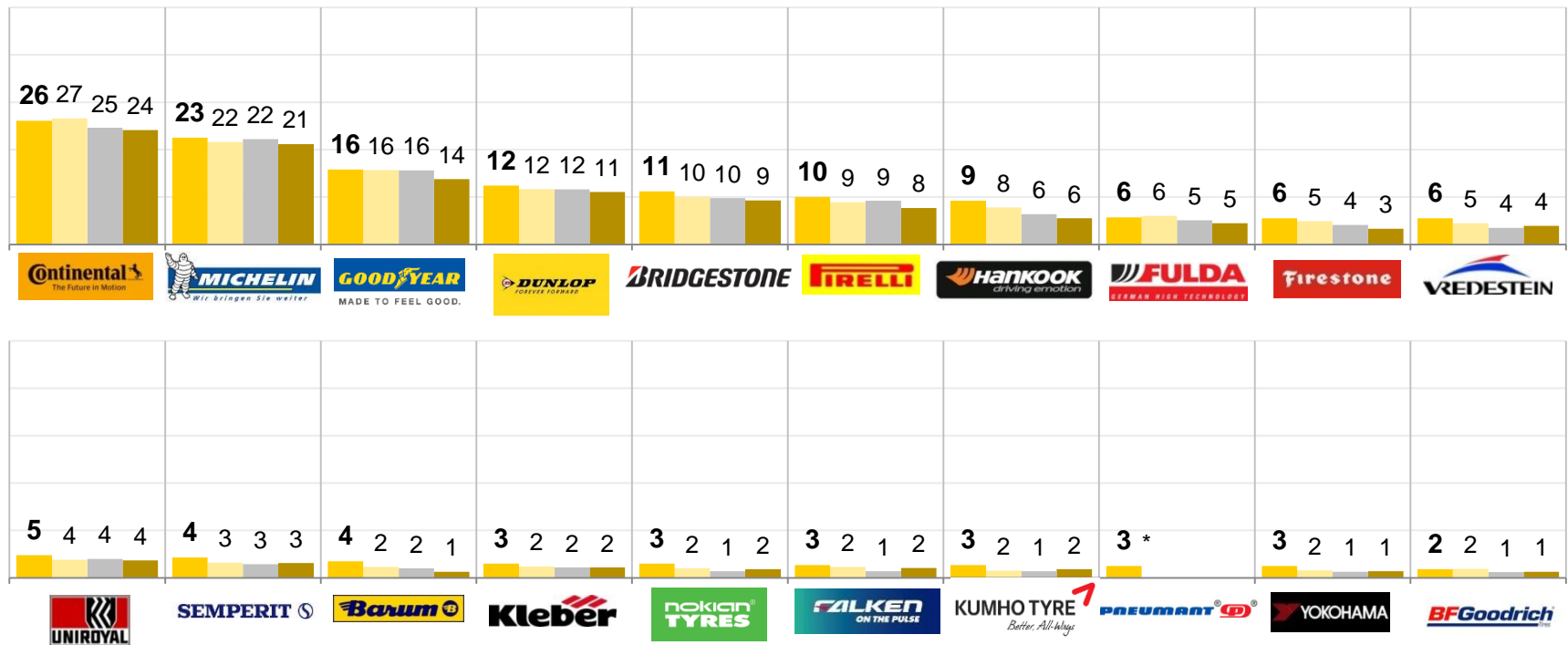
Markenpotenzial: Rangfolge nach Kaufpräferenz 2016

Continental liegt wie in den Vorjahren weiterhin auf Rang 1. Keine Rangplatzveränderung unter den Top10 im Vorjahresvergleich

Kaufpräferenz: „Würde ich mir am ehesten kaufen“

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013

Angaben in %



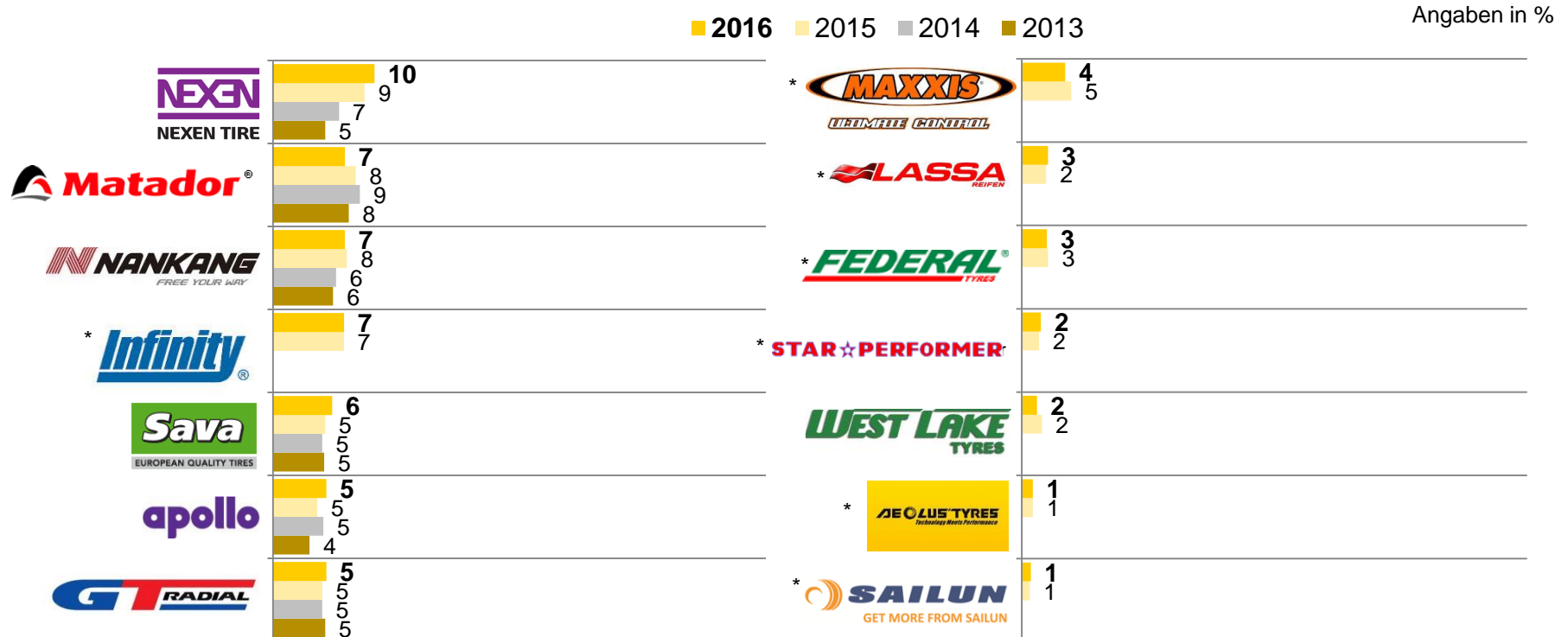
Basis: befragte ADAC Mitglieder / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

* PneuMant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

Markenbekanntheit „neuere“ Reifenmarken*

Die Marke Nexen steigert die Bekanntheit kontinuierlich und liegt weiterhin auf Rang 1 der „neuere“ Marken

„Es gibt einige neuere Reifenmarken in Deutschland. Welche der folgenden Reifenmarken kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?“

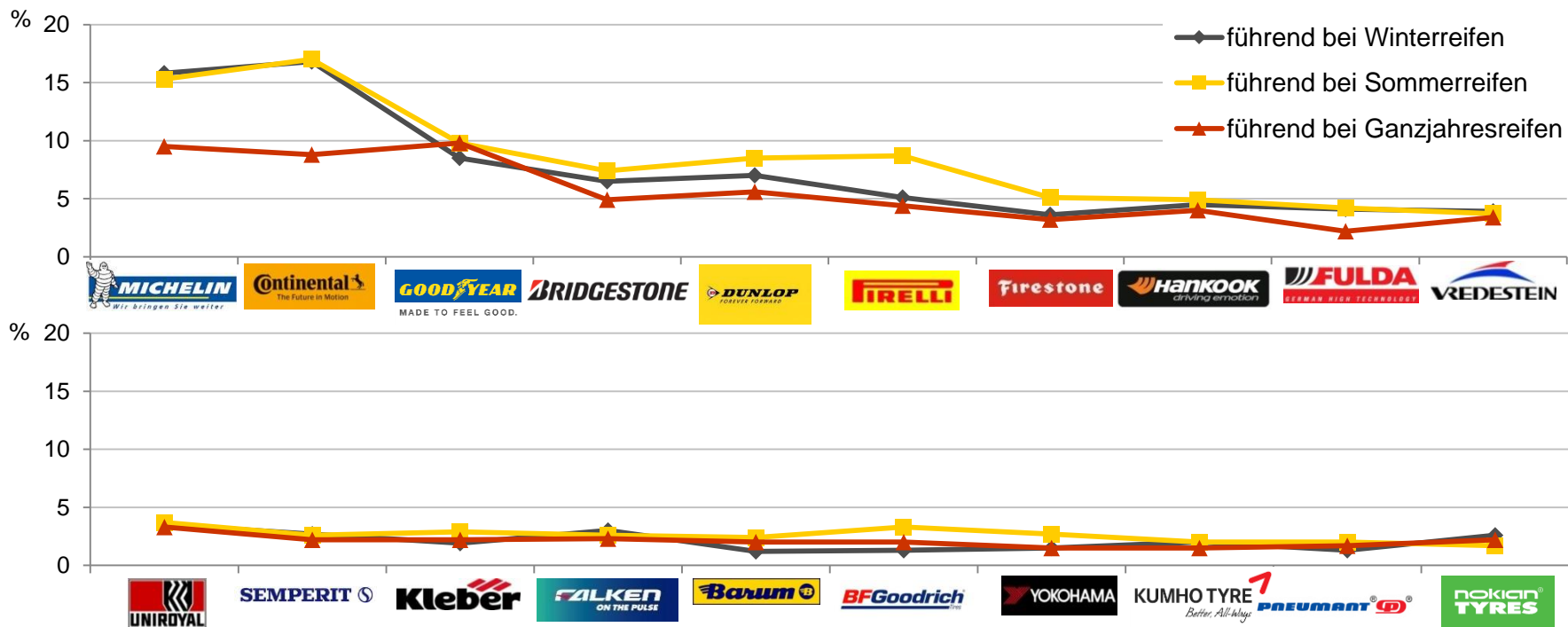


Basis: befragte ADAC Mitglieder / Gestützte Abfrage nach Markennamen: : n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013); * seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Produktimage: Führende Marken bei Sommer-, Winter-, Ganzjahresreifen

Continental und Michelin führen deutlich bei Sommer- und Winterreifen. Bei Ganzjahresreifen wird zusätzlich auch Goodyear als Marktführer gesehen

„Ist führend bei Sommerreifen“, „ist führend bei Winterreifen“, „ist führend bei Ganzjahresreifen“ / Marken nach Bekanntheit geordnet



Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117

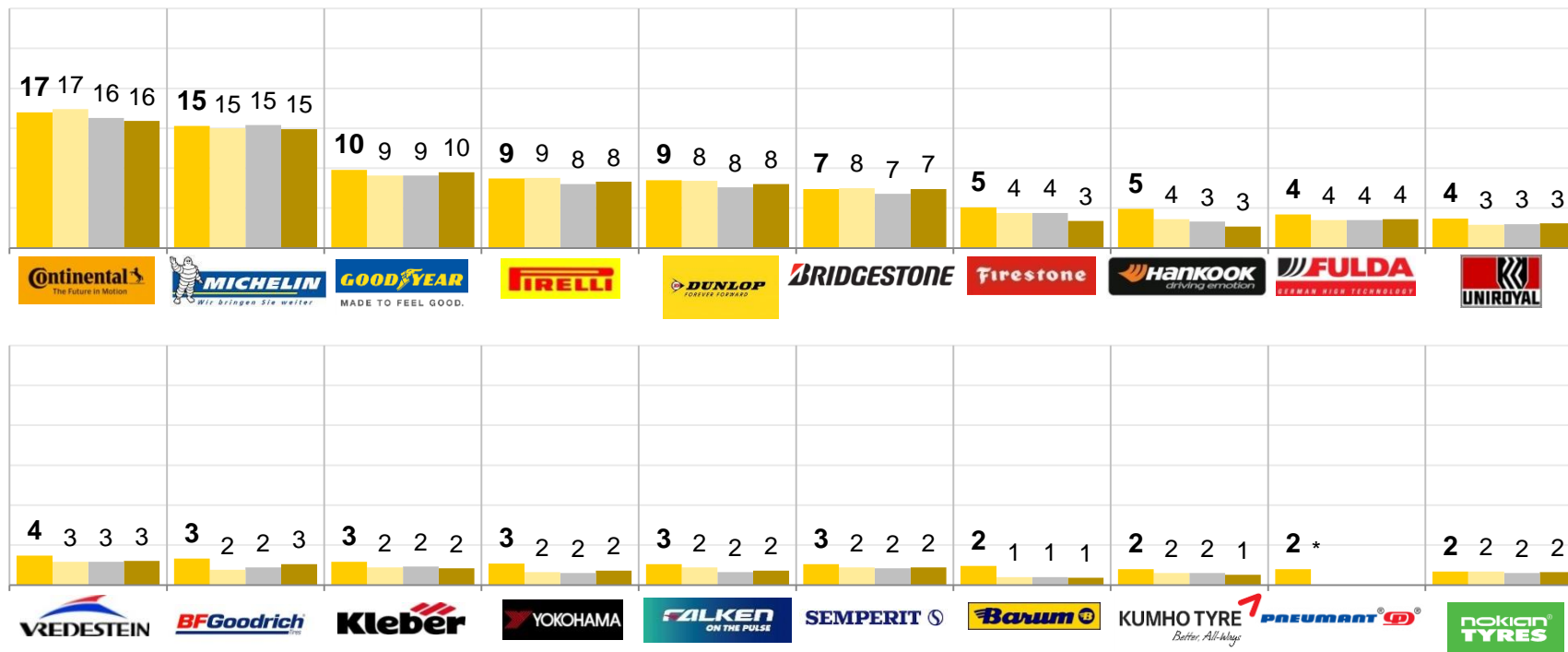
Produktimage: Führende Marken bei Sommerreifen

Continental ist weiterhin führend bei Sommerreifen, dicht gefolgt von Michelin.

„Ist führend bei Sommerreifen“

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013

Angaben in %



Basis: befragte ADAC Mitglieder / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

* PneuMant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

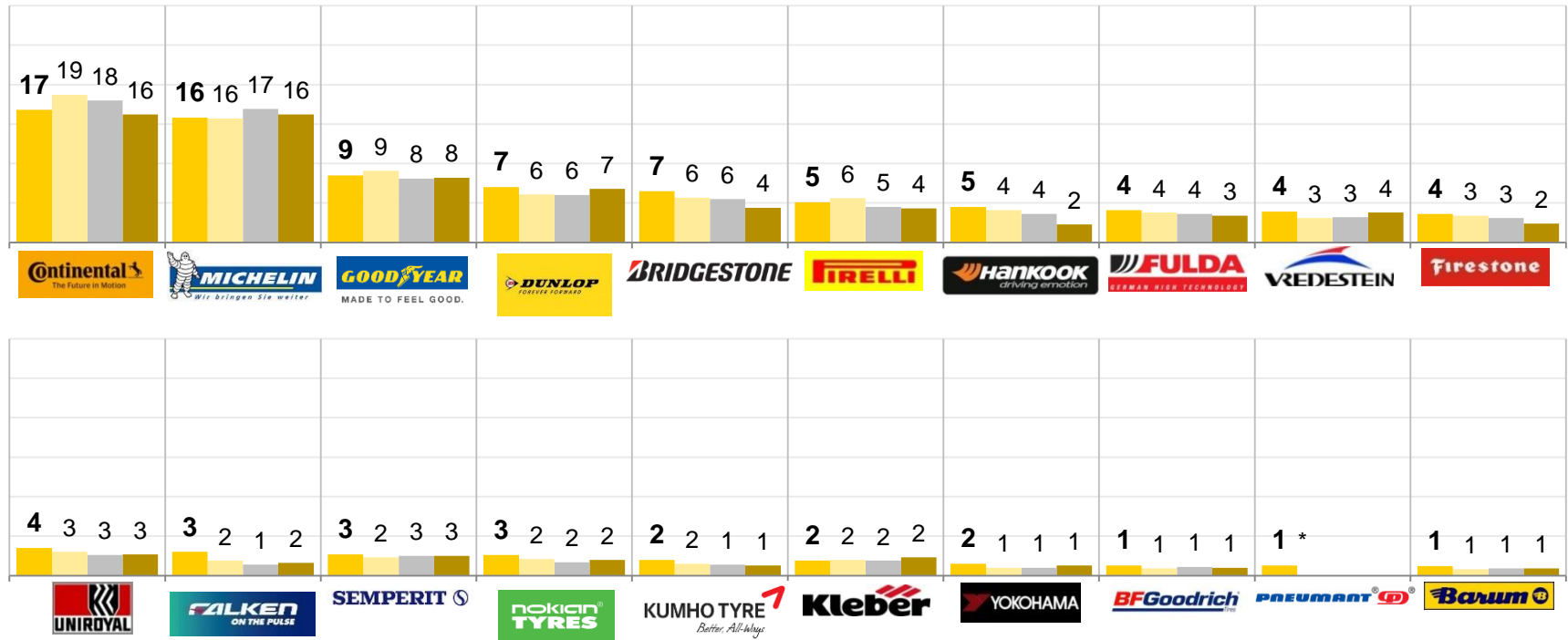
Produktimage: Führende Marken bei Winterreifen

Continental ist trotz Verlusten weiterhin führend bei Winterreifen, dicht gefolgt von Michelin

„Ist führend bei Winterreifen“

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013

Angaben in %



Basis: befragte ADAC Mitglieder / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

* Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

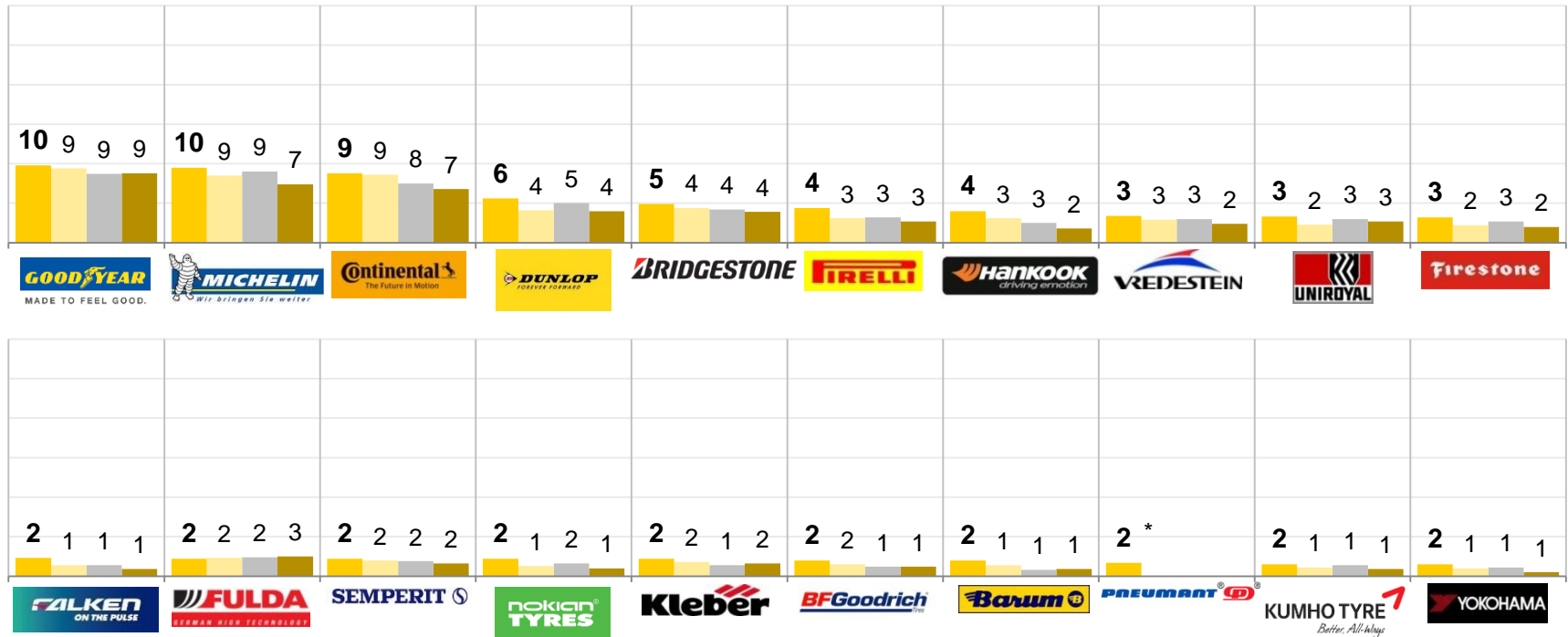
Produktimage: Führende Marken bei Ganzjahresreifen

Goodyear, Michelin und Continental sind die TOP-3 Anbieter beim Produktimage für Ganzjahresreifen

„Ist führend bei Ganzjahresreifen“

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013

Angaben in %




























Basis: befragte ADAC Mitglieder / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

* PneuMant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

Markenimage im Überblick

Continental liegt dreimal auf Rang 1. Pirelli wird als sportlichste Marke wahrgenommen und Michelin hat die umweltfreundlichsten Reifen

„...Aussagen, die Ihrer Meinung nach zutreffen ...“








Markenimage	1. Platz	2. Platz	3. Platz	4. Platz	5. Platz
hat gute Testergebnisse	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
hat sportliche Reifen	 (1)	 (2)	 (3)	 (5)	 (4)
bietet beste Qualität	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
hat ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis	 (1)	 (3)	 (2)	 (7)	 (6)
hat umweltfreundliche Reifen	 (2)	 (1)	 (3)	 (4)	 (5)

Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt / Gestützte Abfrage nach Markennamen: n=4.117, Zahlen in Klammern=Rangplatz 2015

Markenimage im Überblick – auf Basis Bekanntheit des jeweiligen Marken

Bei den Markenkennern liegt Continental nur zweimal auf Rang 1. Beim Item Preis-/Leistungsverhältnis übernimmt Barum die Führung. Pirelli wird auch bei den Kennern als sportlichste Marke wahrgenommen. Michelin bei den Kennern ebenfalls unverändert auf Rang 1 bei umweltfreundliche Reifen

„...Aussagen, die Ihrer Meinung nach zutreffen ...“

Markenimage	1. Platz	2. Platz	3. Platz	4. Platz	5. Platz
hat gute Testergebnisse	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
hat sportliche Reifen	 (1)	 (2)	 (4)	 (3)	 (5)
bietet beste Qualität	 (1)	 (2)	 (3)	 (6)	 (4)
hat ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis	 (1)	 (3)	 (2)	 (4)	 (8)
hat umweltfreundliche Reifen	 (2)  (1)	 (3)	 (5)	 (4)	 (6)

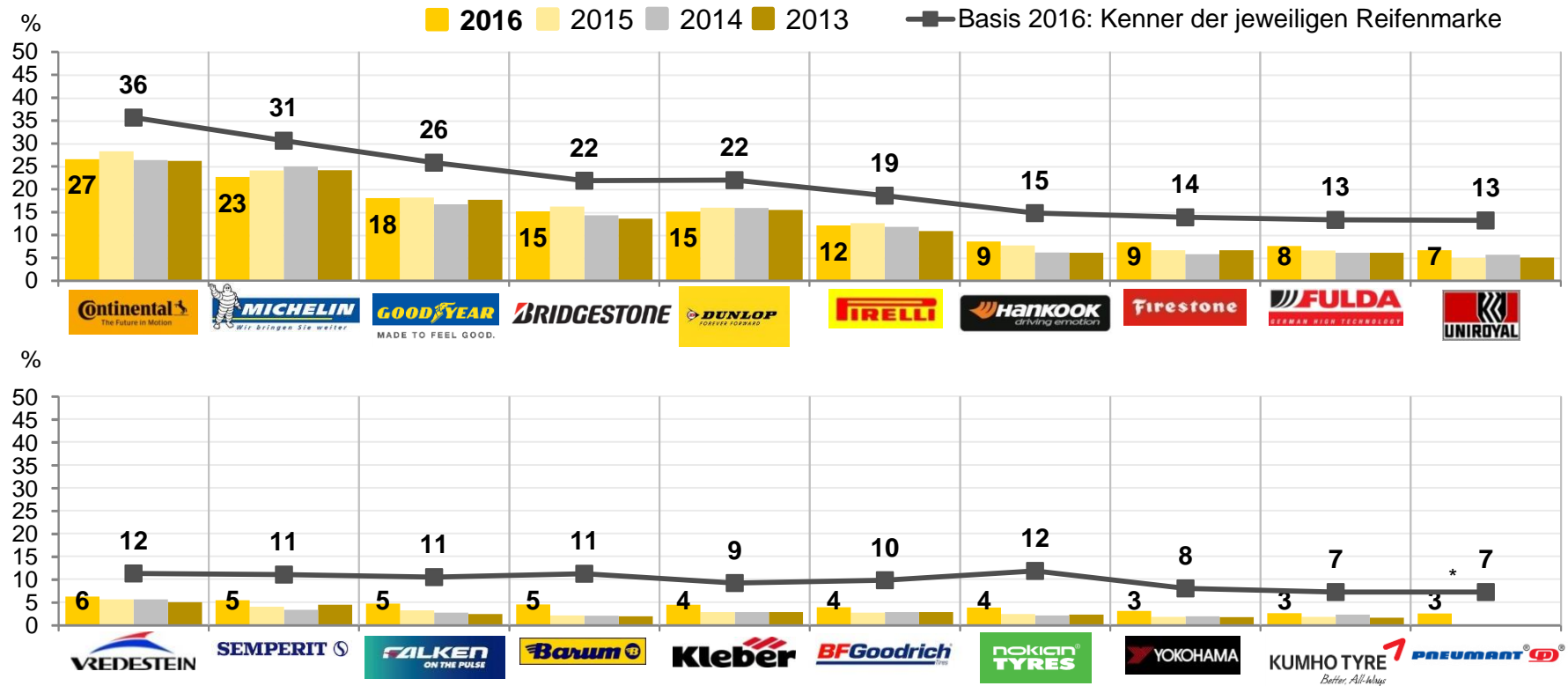
Basis: befragte ADAC Mitglieder, die der jeweiligen Reifenmarken kennen „n“ liegt zwischen 1.332 und 3.126 (2016), Zahlen in Klammern=Rangplatz 2015

Markenimage: „hat gute Testergebnisse“

In der Kategorie Testergebnisse schneiden Continental und Michelin am besten ab.
Bei den Reifen-Kennern liegen Continental und Michelin ebenfalls vorn

„Auf welche Hersteller trifft Ihrer Meinung nach die Aussage zu: hat gute Testergebnisse“

Angaben in %



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n= n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

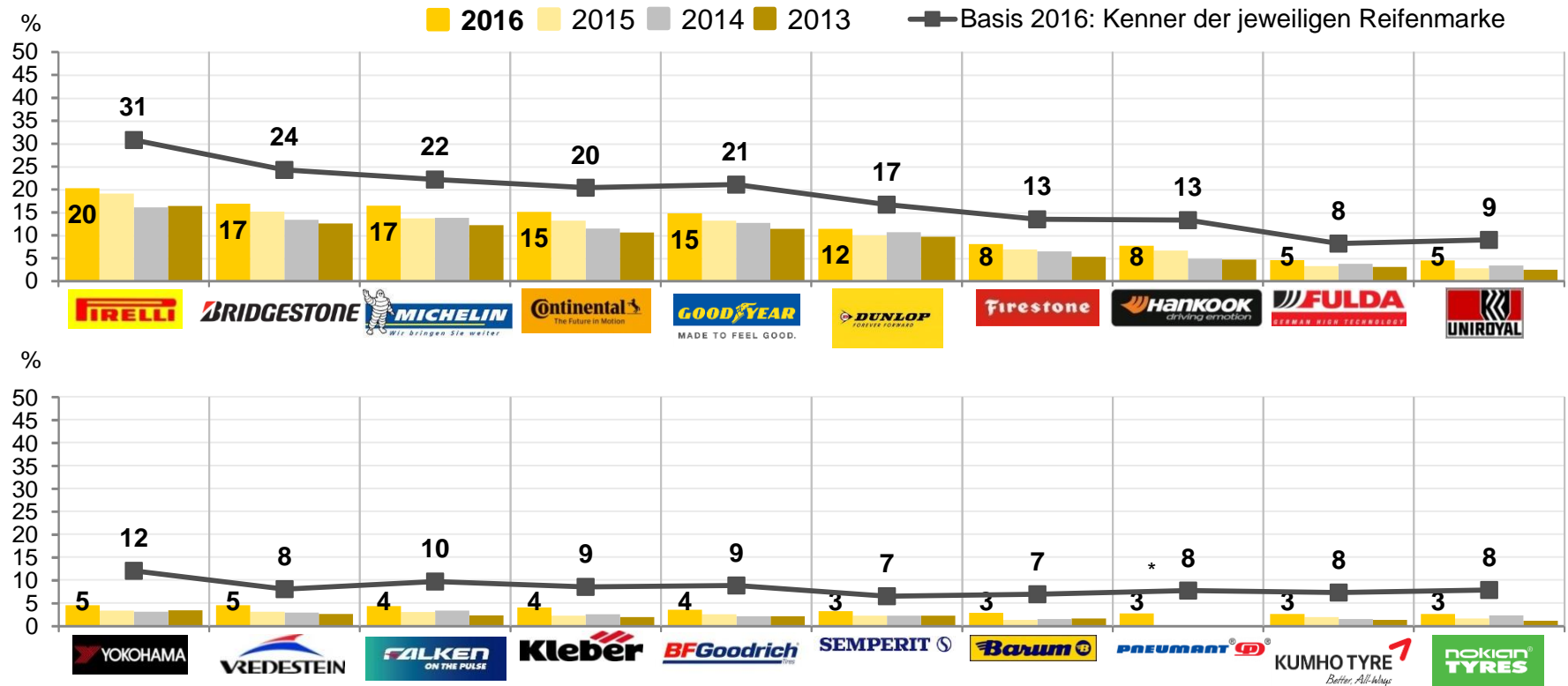
Basis Kenner der jeweiligen Reifenmarke: „n“ zwischen 1.332 und 3.126 (2016) * Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

Markenimage: „hat sportliche Reifen“

In der Kategorie Sportlichkeit liegt **Pirelli** vorn, gefolgt von **Bridgestone**, **Michelin**, **Continental** und **Goodyear**. Bei den Kennern der Marke führt ebenfalls **Pirelli**

„Auf welche Hersteller trifft Ihrer Meinung nach die Aussage zu: hat sportliche Reifen“

Angaben in %



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n= n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

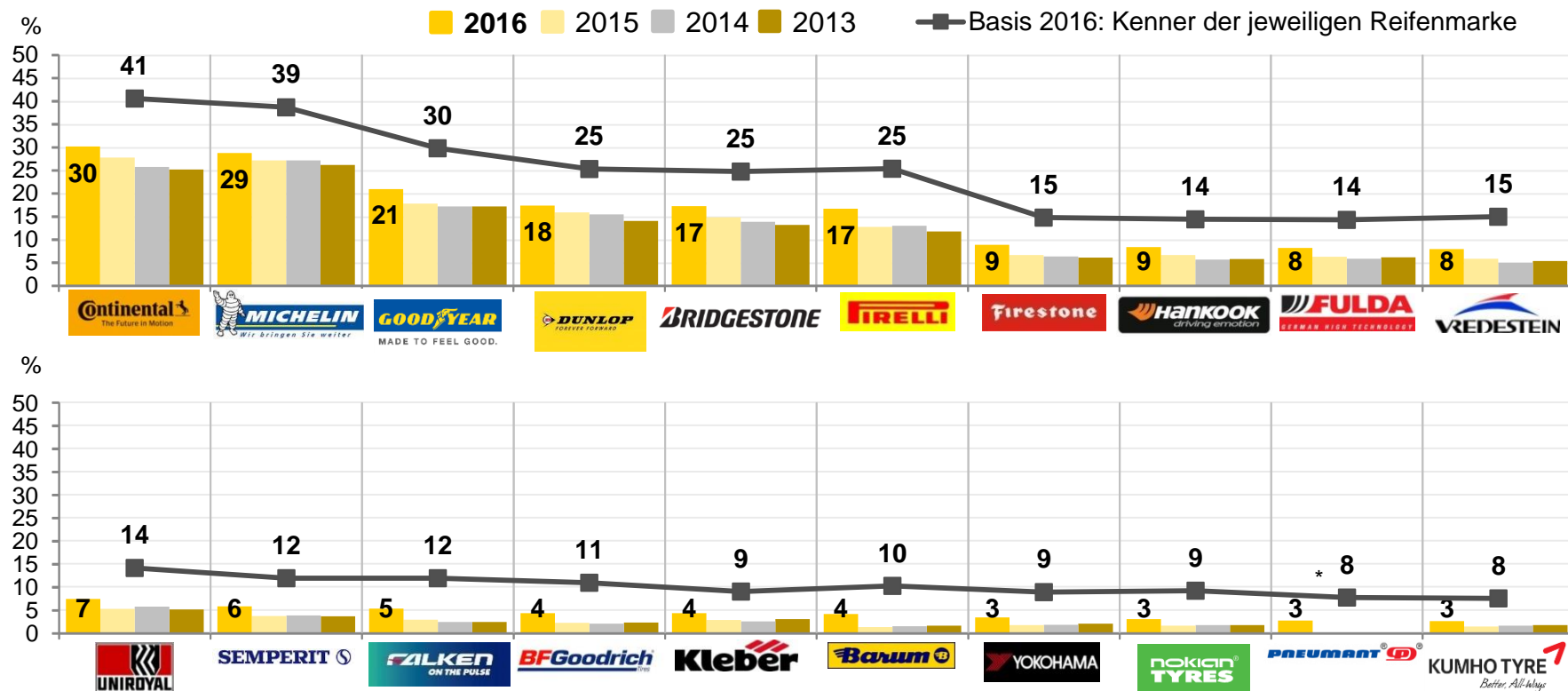
Basis Kenner der jeweiligen Reifenmarke: „n“ zwischen 1.332 und 3.126 (2016) * Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

Markenimage: „bietet beste Qualität“

Bei der Qualität ist Continental zum zweiten Mal in Folge vor Michelin auf Rang 1. Bei den Marken-Kennern führt Continental gefolgt von Michelin

„Auf welche Hersteller trifft Ihrer Meinung nach die Aussage zu: bietet beste Qualität“

Angaben in %



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n= n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

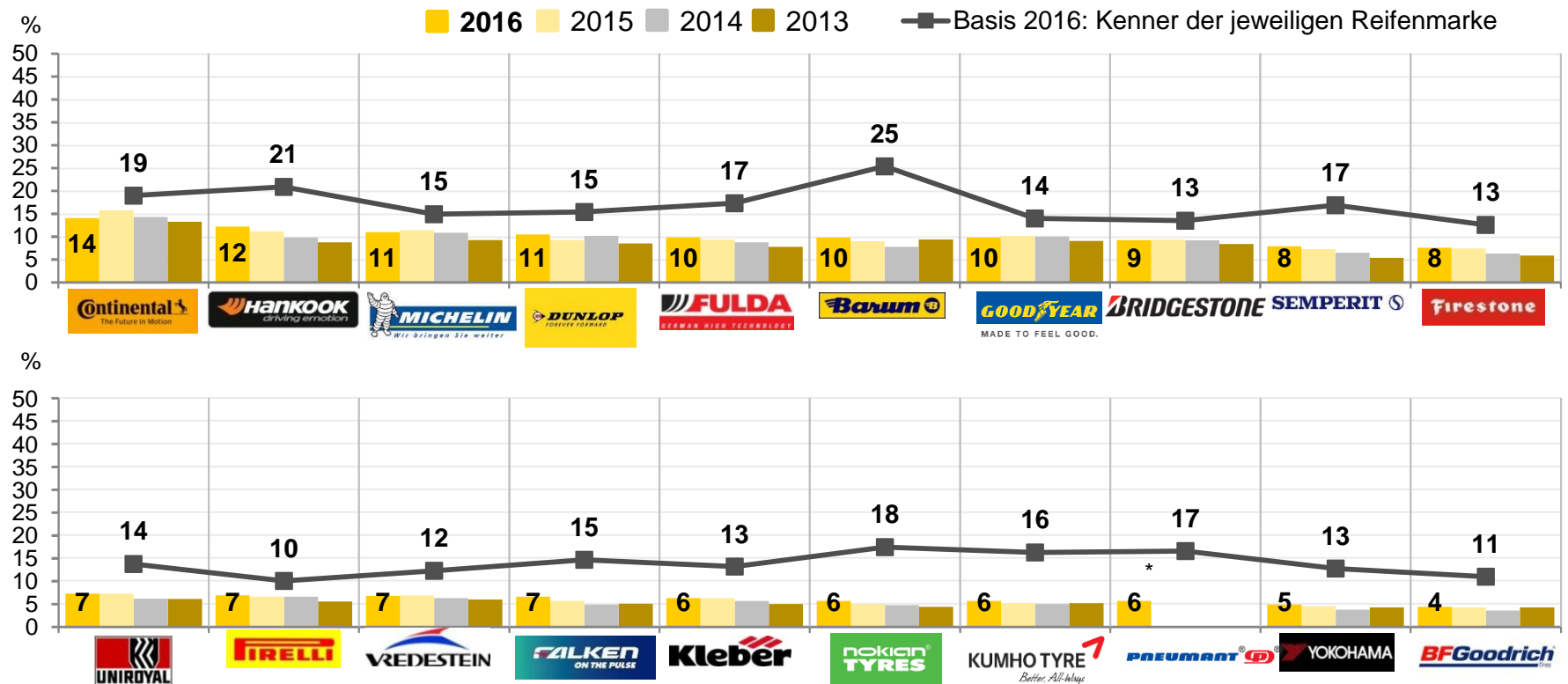
Basis Kenner der jeweiligen Reifenmarke: „n“ zwischen 1.332 und 3.126 (2016) * Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

Markenimage: „hat ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis“

Das beste Preis-/Leistungsverhältnis bietet weiterhin Continental. Bei den Marken-Kennern liegt Barum und Hankook auf den ersten Plätzen

„Auf welche Hersteller trifft Ihrer Meinung nach die Aussage zu: hat ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis“

Angaben in %



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n= n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

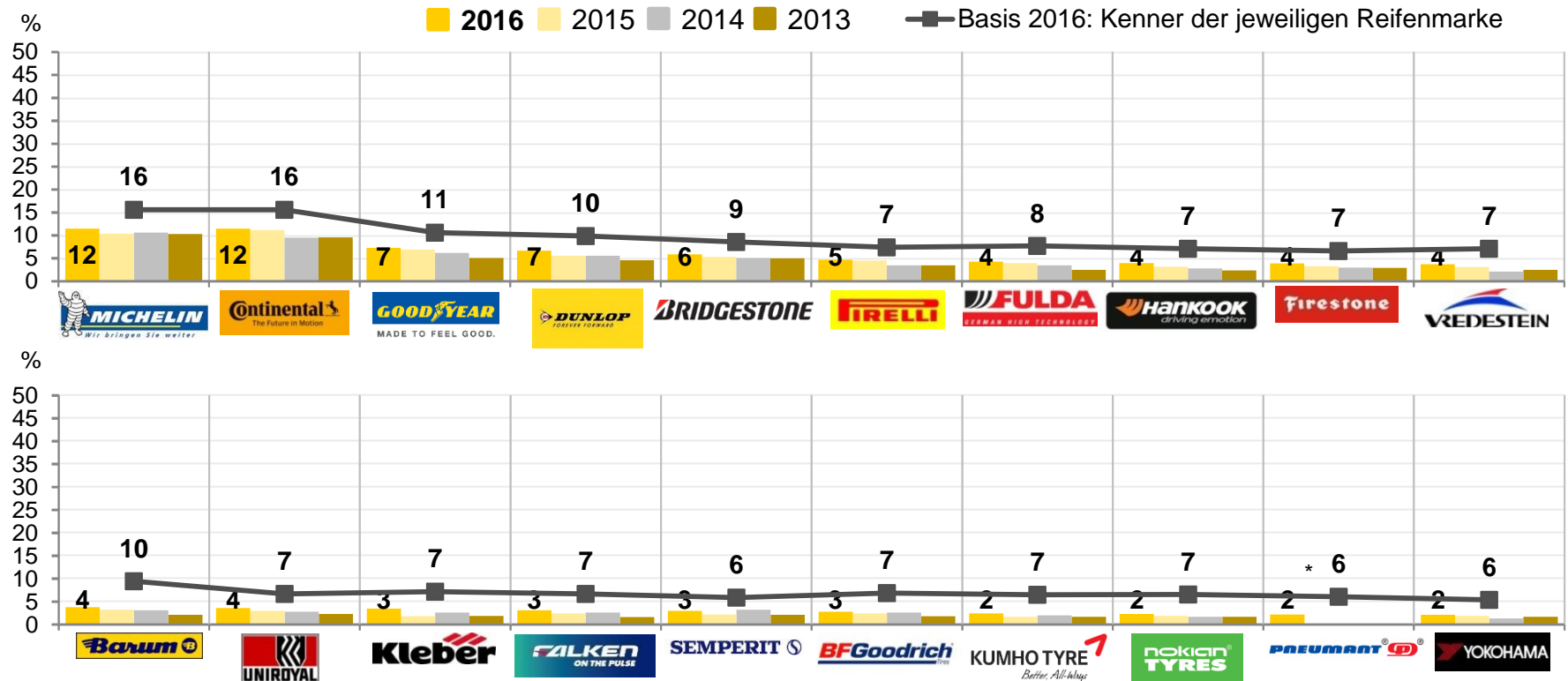
Basis Kenner der jeweiligen Reifenmarke: „n“ zwischen 1.332 und 3.126 (2016) * Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

Markenimage: „hat umweltfreundliche Reifen“

Gemeinsame Führungsposition für Michelin und Continental. Auch bei den Marken-Kennern führen in der Kategorie Umweltfreundlichkeit eindeutig Michelin und Continental

„Auf welche Hersteller trifft Ihrer Meinung nach die Aussage zu: hat umweltfreundliche Reifen“

Angaben in %



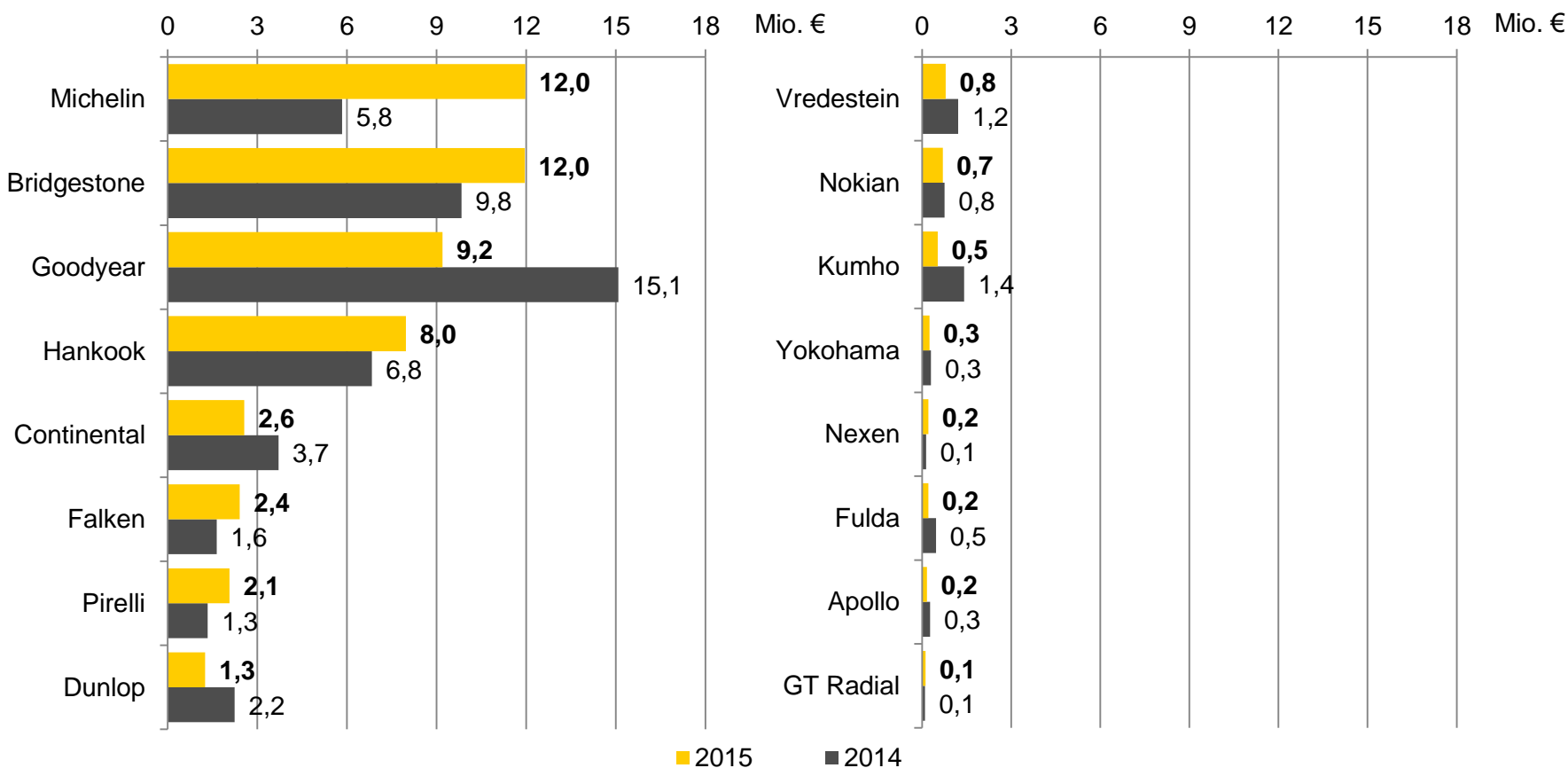
Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n= n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Basis Kenner der jeweiligen Reifenmarke: „n“ zwischen 1.332 und 3.126 (2016) * Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

Werbespendings

Rang 1-16

Michelin und Bridgestone haben Ihre Werbeausgaben deutlich aufgestockt und liegen gleichauf an der Spitze. Goodyear hat deutlich reduziert und fällt von Rang 1 auf Rang 3 zurück



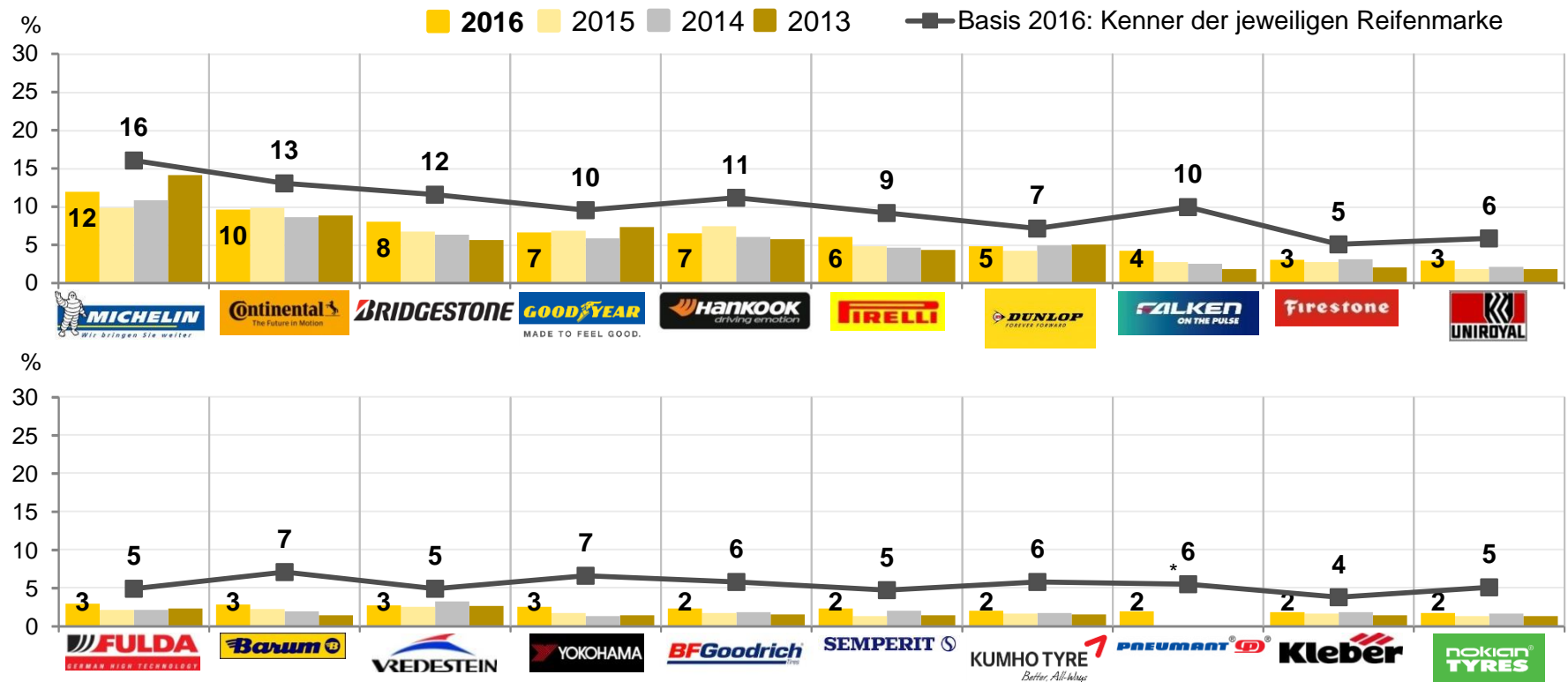
Basis: Bruttowerbespendings nach Nielsen gesamt über alle Medien

Werberecall: Vergleich 2013-2016

Michelin und Continental führen weiterhin, wobei Michelin sich nun an die Spitze gesetzt hat. Falken platziert sind beim Werberecall auf Rang 8 (unter den Markenkennern sogar auf Rang 6)

Werberecall: "Werbung ist mir in letzter Zeit besonders aufgefallen"

Angaben in %



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n= n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Basis Kenner der jeweiligen Reifenmarke: „n“ zwischen 1.332 und 3.126 (2016) * Pneumant ist erst in aktueller Befragung aufgenommen worden

REIFENBESITZ UND EINSTELLUNGEN BEIM REIFENKAUF



REIFENBESITZ UND EINSTELLUNGEN BEIM REIFENKAUF

- Reifenbesitz
- Letzter Reifenkauf
- Zeitpunkt des letzten Reifenkaufs
- Einkaufsstätten
- Entscheidungskriterien
- Kaufplanung
- Aussagen zum Kauf von Reifen

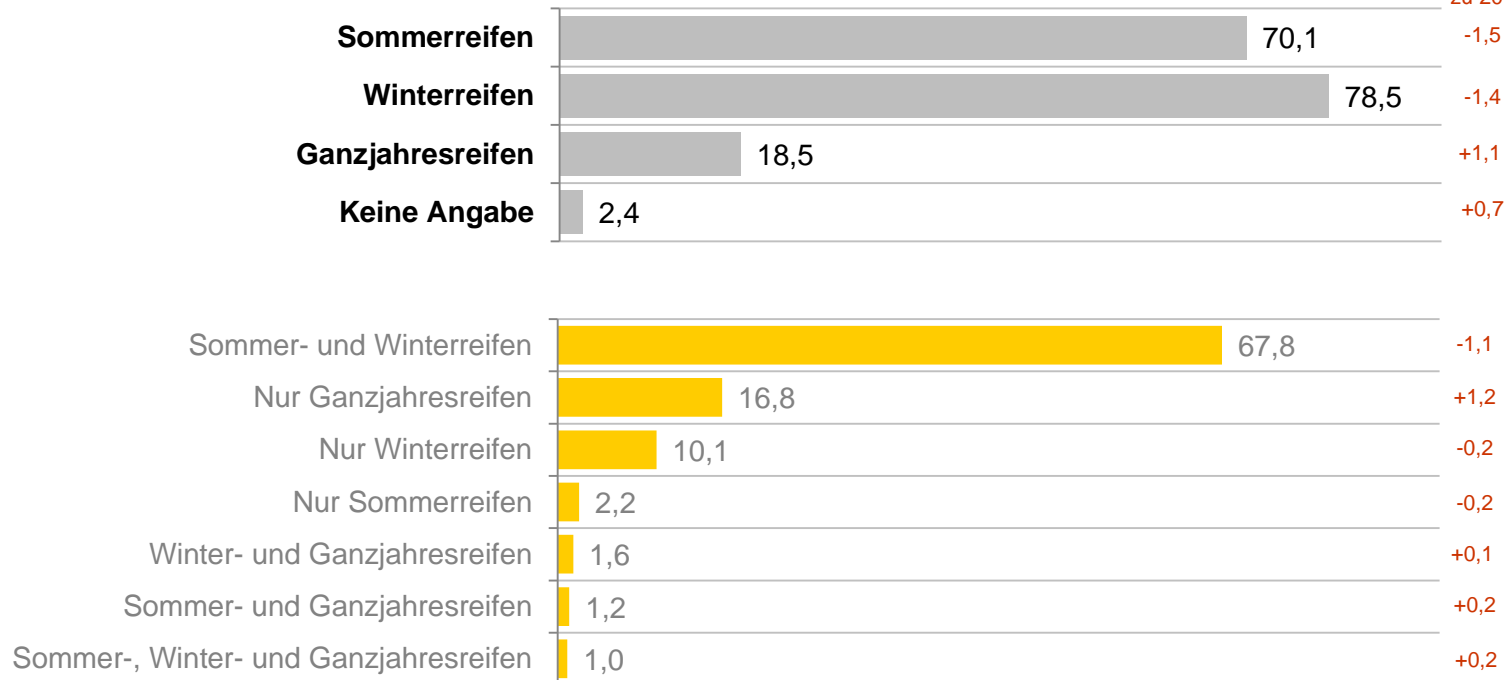
Reifenbesitz für das aktuell genutzte Auto

68% der Befragten besitzen eine Kombination aus Sommer- und Winterreifen. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Reifenbesitz von Ganzjahresreifen weiter gestiegen

„Bitte geben Sie zunächst an, welche dieser Reifen Sie aktuell für ihr hauptsächlich genutztes Auto besitzen?“

Angaben in %

Veränderung
zu 2015



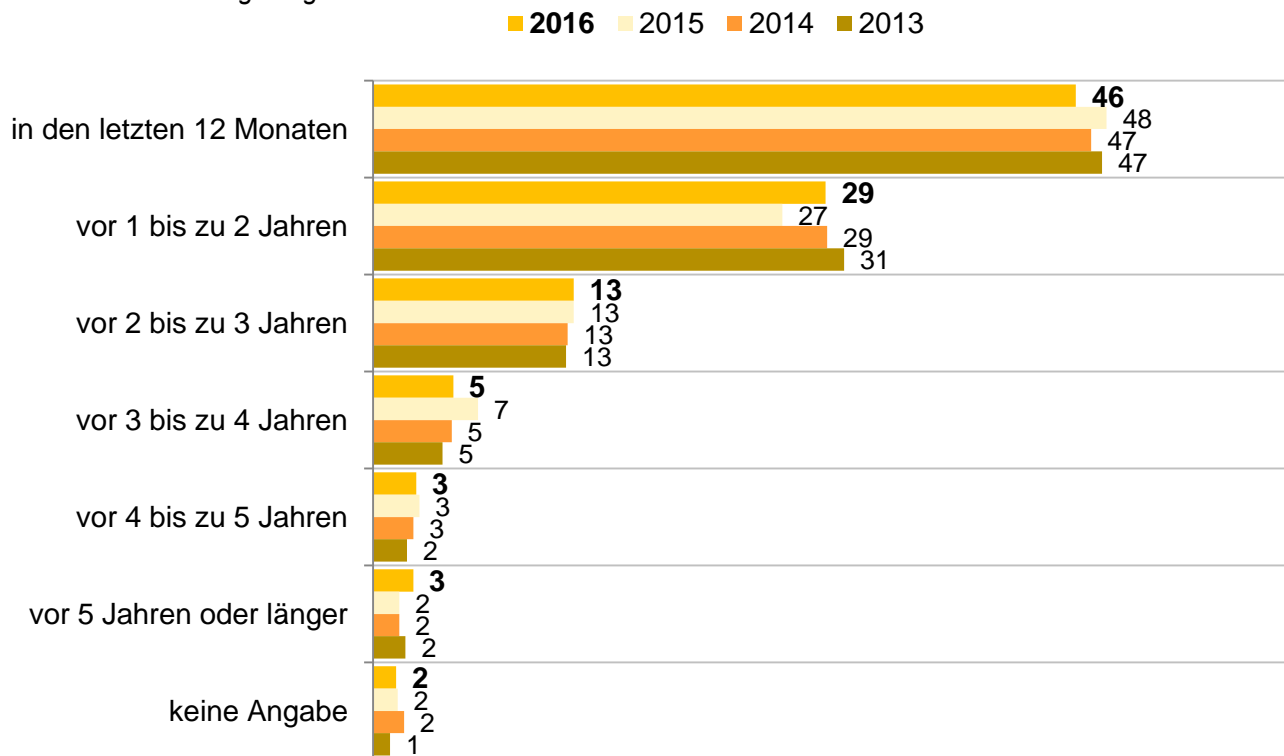
Basis: befragte ADAC Mitglieder, die zurzeit einen PKW fahren: n=4.055 (2016) / n=4.066 (2015)

Zeitpunkt des letzten Reifenkaufs

Etwa jeder Zweite, der für das aktuell genutzte Auto Reifen gekauft hat, hat dies zuletzt innerhalb eines Jahres getan. Nahezu identische Werte in den letzten Jahren

„Wann haben Sie diesen Reifenkauf getätigt?“

Angaben in %



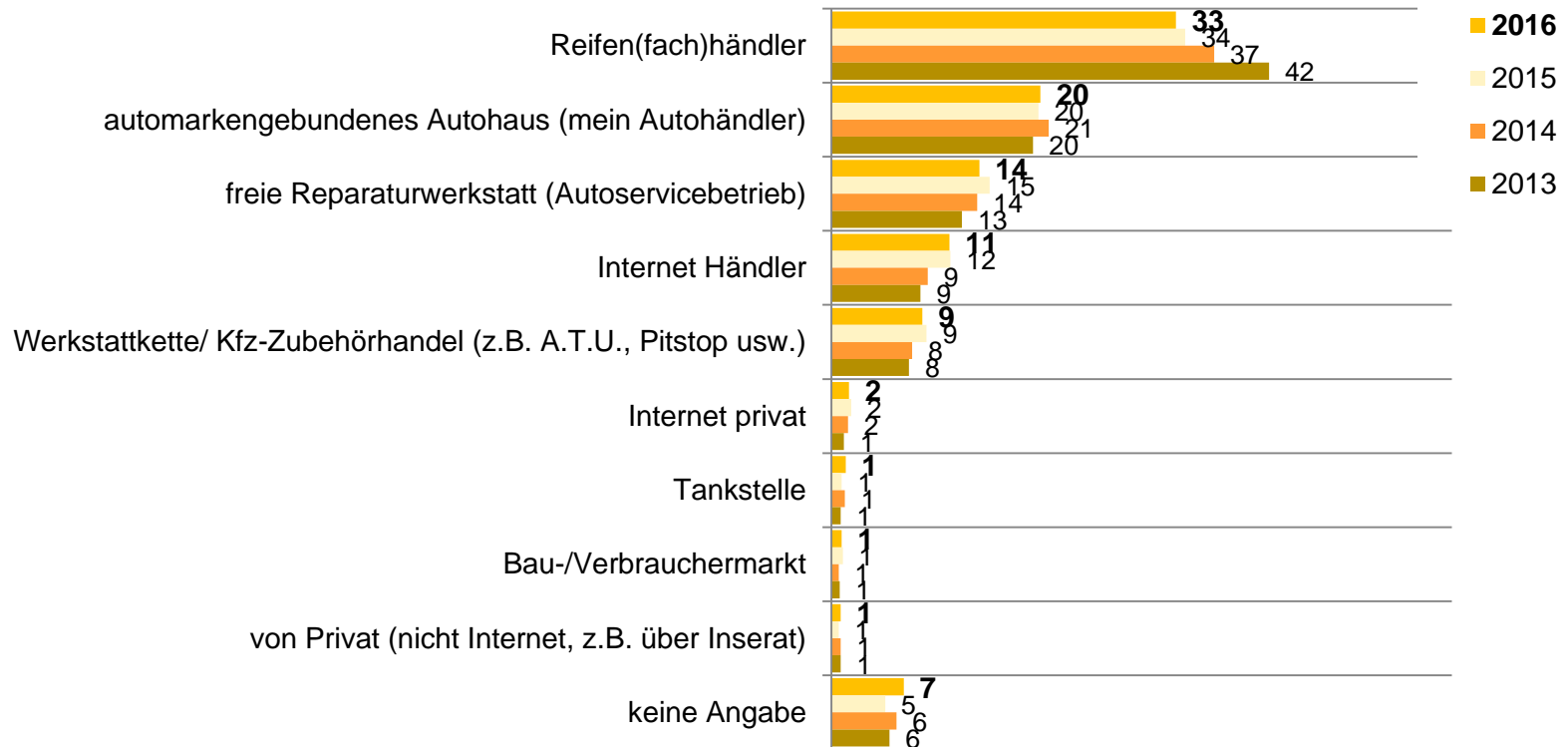
Basis: befragte ADAC Mitglieder, die für das aktuell genutzte Auto Reifen gekauft haben; n=3.135 (2016)/ n=3.295 (2015)/ n=3.305 (2014)/ n=3.223 (2013)

Einkaufsstätte für zuletzt gekauften Reifen des aktuellen Autos

Reifenfachhändler sind die Einkaufsstätte Nr. 1, verlieren jedoch weiterhin Anteile gegenüber den Vorjahren

„Wo haben Sie diesen Autoreifen gekauft?“

Angaben in %



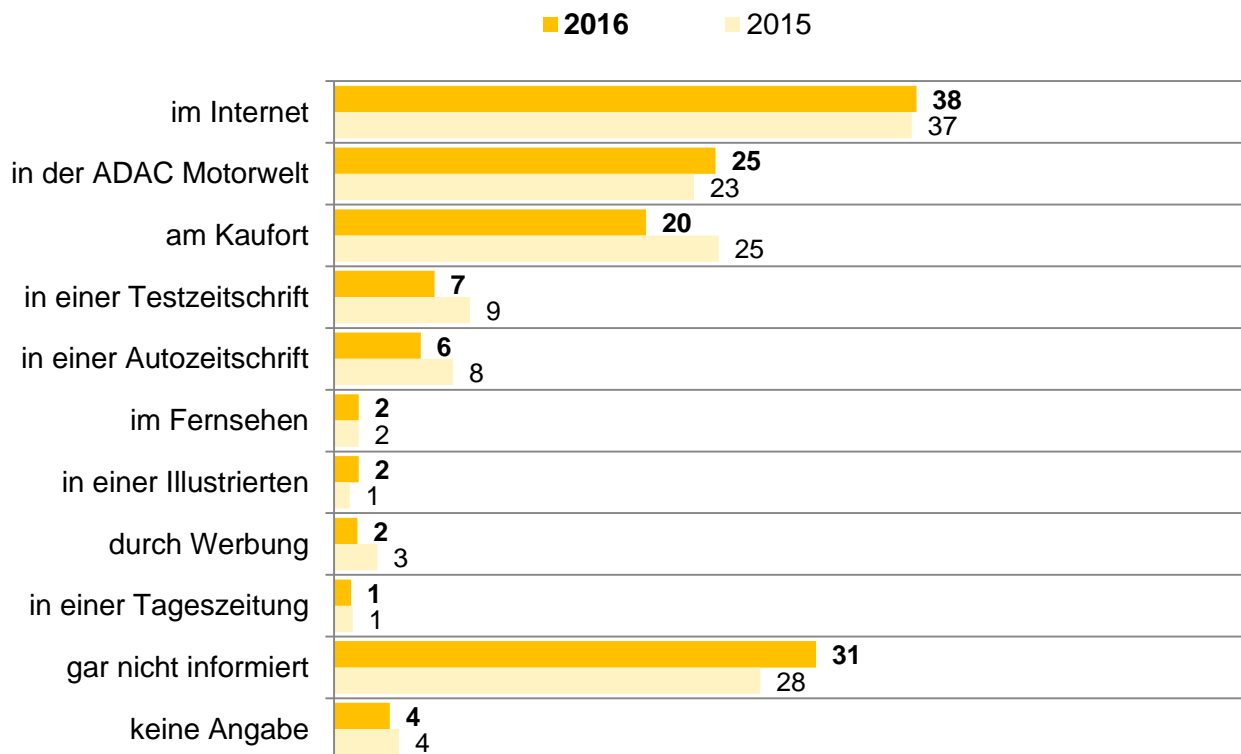
Basis: befragte ADAC Mitglieder, die für das aktuell genutzte Auto Reifen gekauft haben; n=3.135 (2016)/ n=3.295 (2015)/ n=3.305 (2014)/ n=3.223 (2013)

Informationsquellen für den Reifenkauf

Das Internet ist weiterhin die wichtigste Informationsquelle für den Reifenkauf, gefolgt von der ADAC Motorwelt. Der Kaufort verliert (verglichen mit 2015) an Relevanz als Informationsquelle

„Wie haben Sie sich über diesen Reifen vor dem Kauf informiert?“

Angaben in %



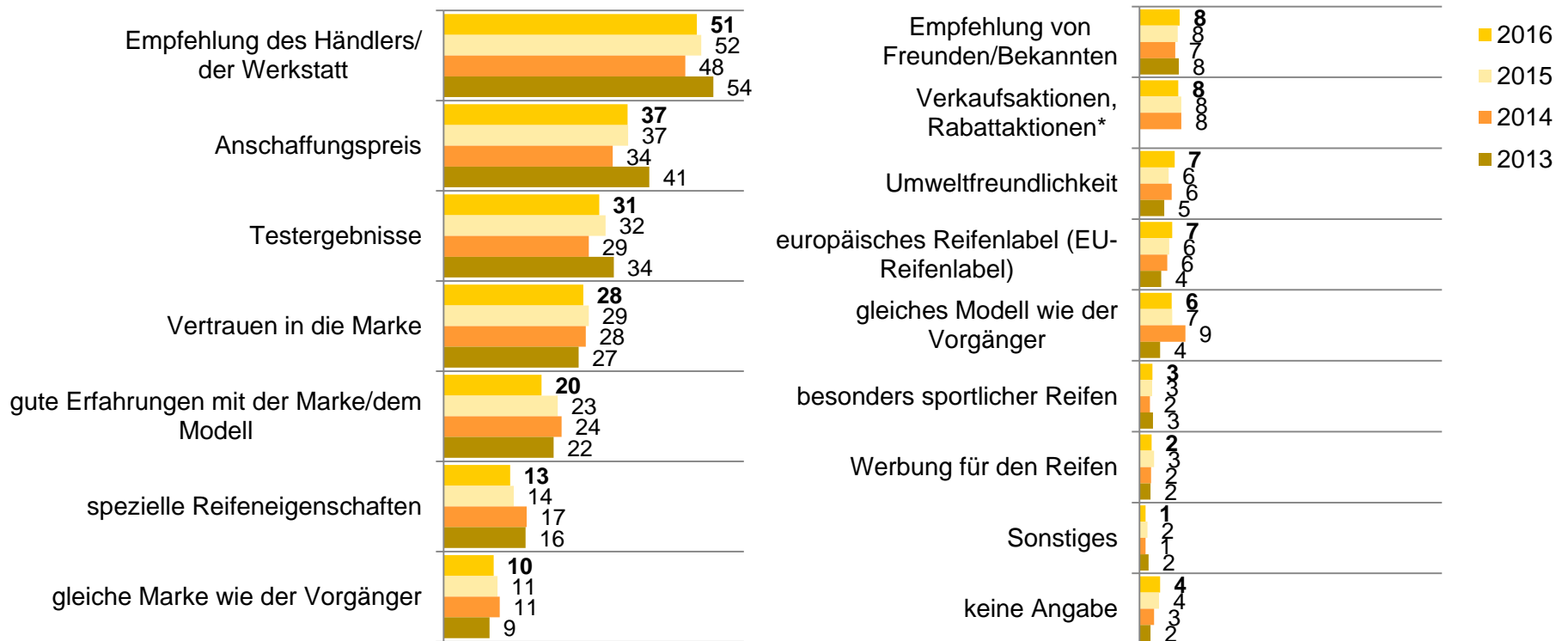
Basis: befragte ADAC Mitglieder, die für das aktuell genutzte Auto Reifen gekauft haben; n=3.135 (2016) / n=3.295 (2015) / n=3.305 (2014) / n=3.223 (2013)

Entscheidungskriterien für den letzten Reifenkauf

Beim Reifenkauf folgt fast jeder Zweite den Empfehlungen des Händlers/der Werkstatt. Preis, Testergebnisse und das Vertrauen in die Marke spielen auch eine wichtige Rolle bei der Entscheidung

„Wonach haben Sie sich bei diesem Reifenkauf entschieden?“

Angaben in %



Basis: befragte ADAC Mitglieder, die für das aktuell genutzte Auto Reifen gekauft haben; n=3.135 (2016)/ n=3.295 (2015)/ n=3.305 (2014)/ n=3.223 (2013)/ Gestützte Abfrage

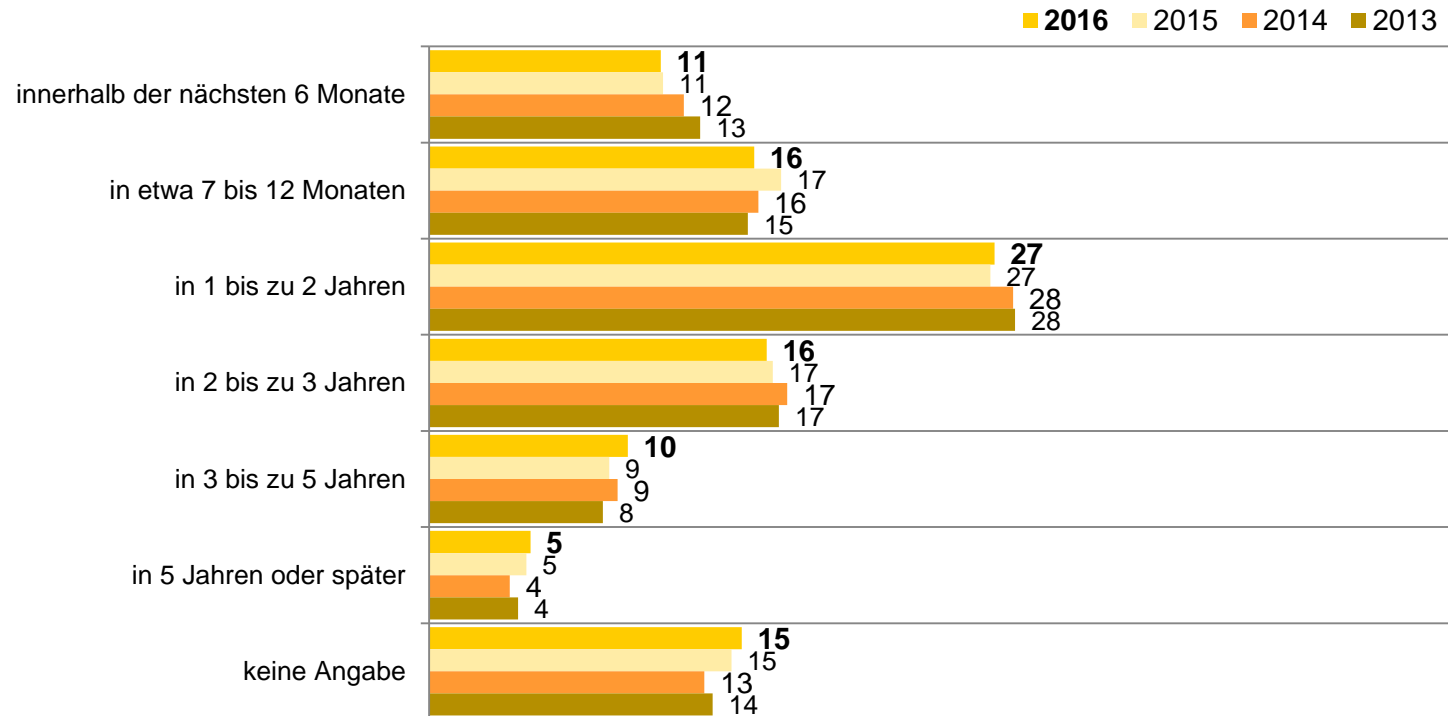
* Nicht in allen Wellen abgefragt

Kaufplan für den nächsten Reifenkauf

Über die Hälfte plant innerhalb der kommenden 2 Jahre den nächsten Reifenkauf. Keine wichtigen Änderungen bei den Kaufplänen für Reifen in den letzten 4 Wellen

„Wann planen Sie in etwa den nächsten Reifenkauf – egal für welchen Reifentyp?“

Angaben in %

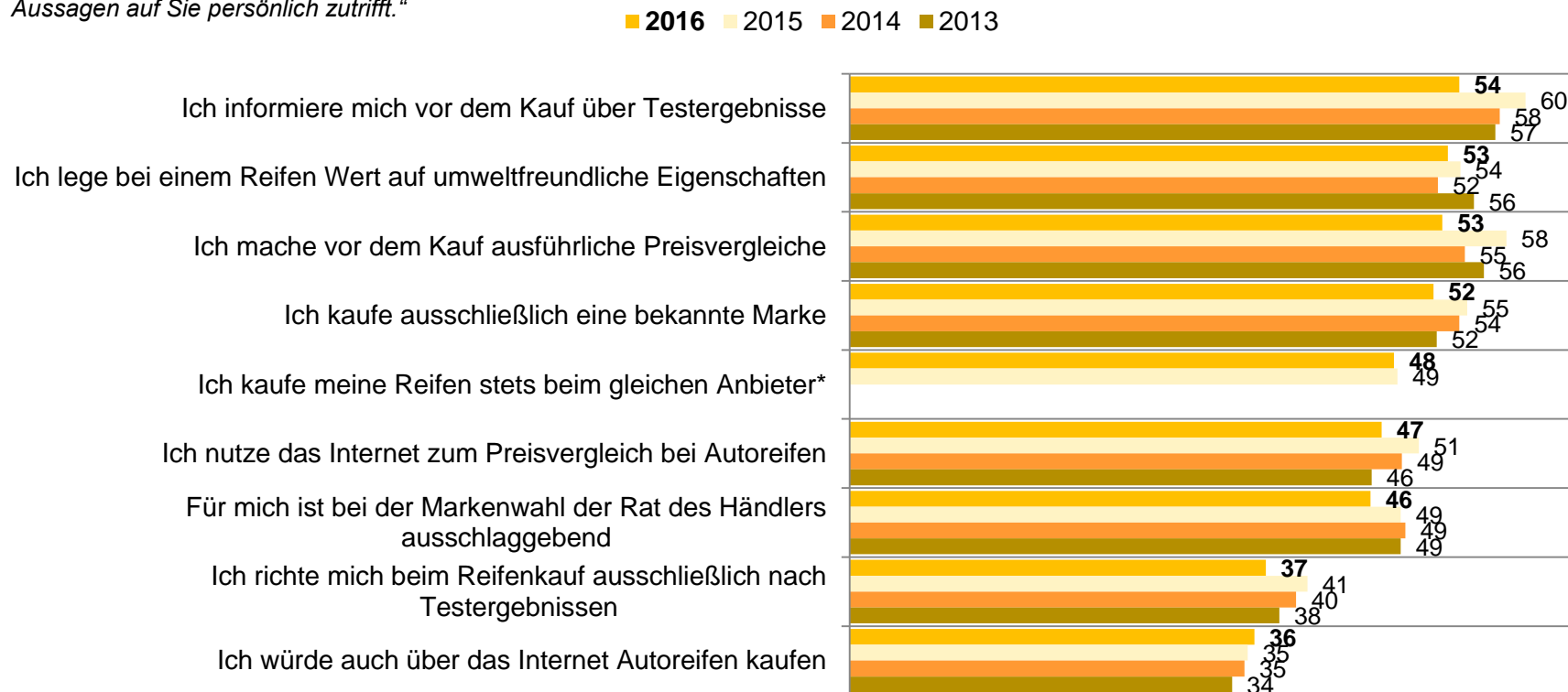


Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n=4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Aussagen zum Reifenkauf – Zustimmung Top2 (1/2)

Die Mehrheit stimmt zu, sich vor dem Reifenkauf über Testergebnisse zu informieren und Preise zu vergleichen. Jedoch sind dies deutlich weniger als in den Vorwahlen

„Im Folgenden sind einige Aussagen zum Kauf von Autoreifen gesammelt. Kreuzen Sie bitte auf der Skala an, wie sehr jede dieser Aussagen auf Sie persönlich zutrifft.“ Angaben in %



Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117

4er-Skala, Skalenwerte 3+4 (Top2), Statements „trifft voll und ganz zu“ und „trifft zu“

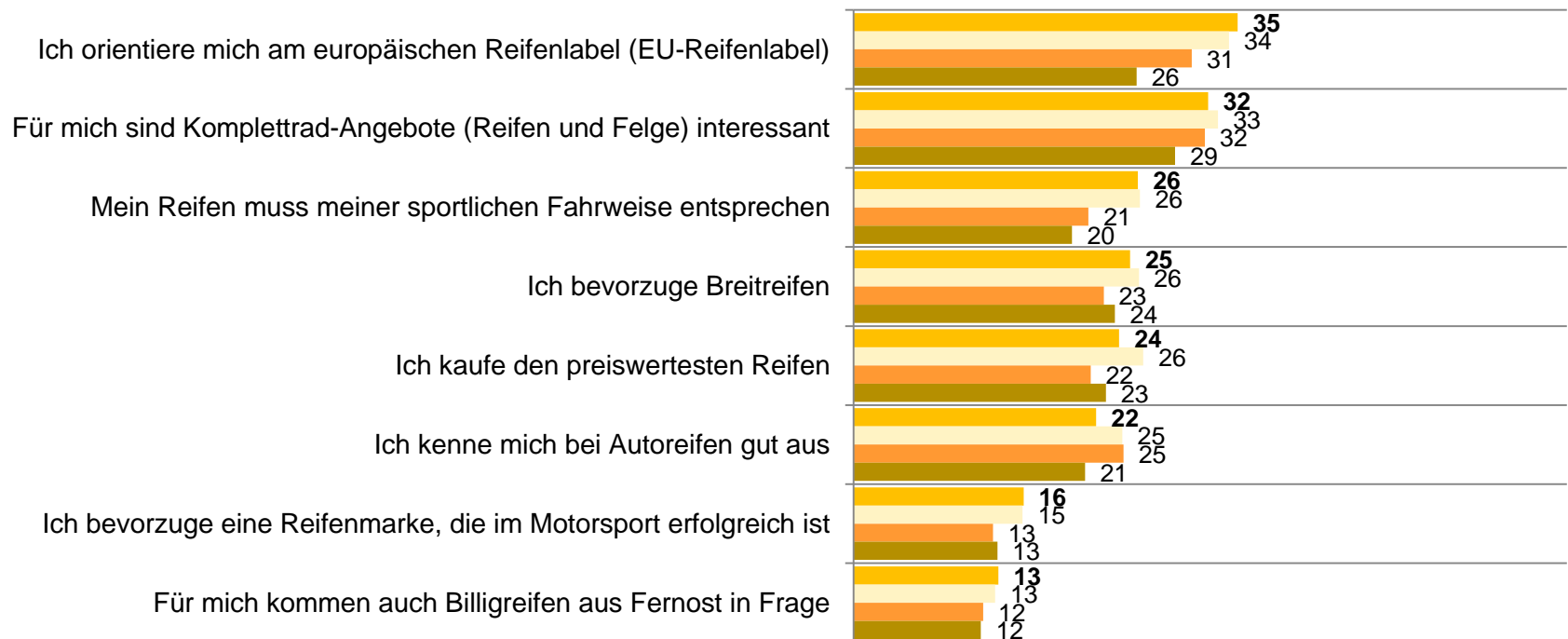
* Neue Aussage 2015

Aussagen zum Reifenkauf – Zustimmung Top2 (2/2)

Komplettad-Angebote (Reifen und Felge) interessieren 32% der Befragten, in etwa gleich viele wie in den Vorwahlen. 24% behaupten sich für den preiswertesten Reifen bei ihrem Kauf zu entscheiden

„Im Folgenden sind einige Aussagen zum Kauf von Autoreifen gesammelt. Kreuzen Sie bitte auf der Skala an, wie sehr jede dieser Aussagen auf Sie persönlich zutrifft.“ Angaben in %

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013



Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117

4er-Skala, Skalenwerte 3+4 (Top2), Statements „trifft voll und ganz zu“ und „trifft zu“

GANZJAHRESREIFEN



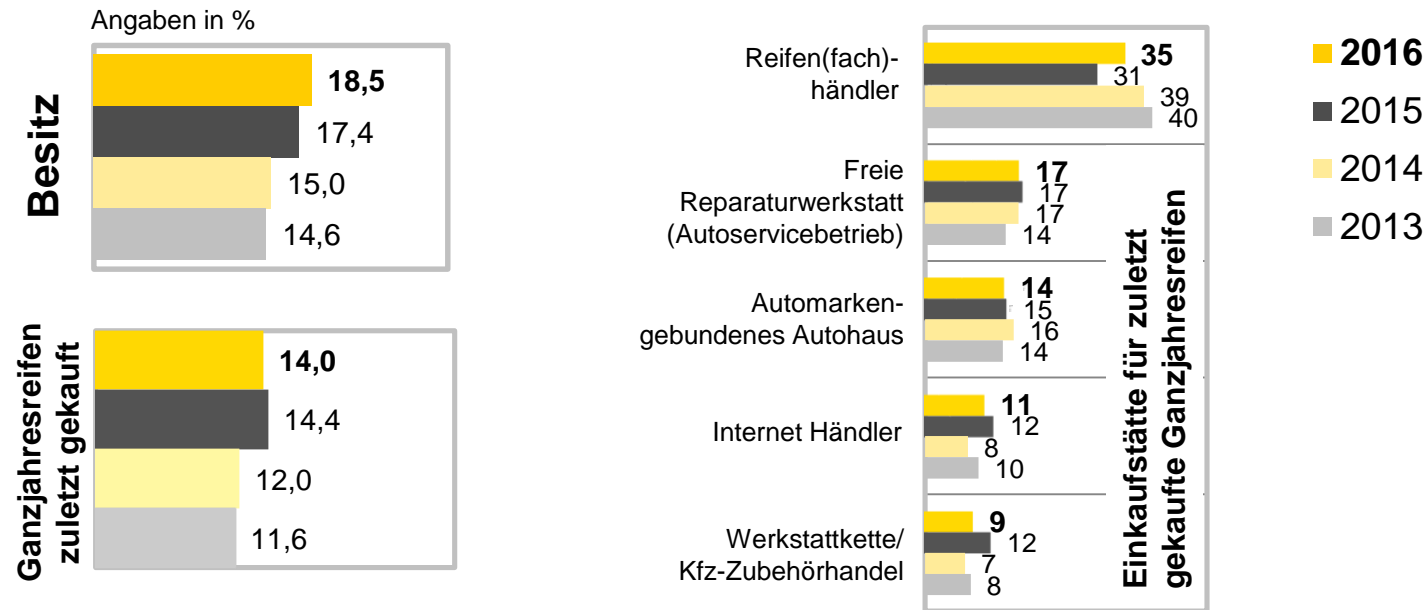
Ganzjahresreifen für das aktuell genutzte Auto

Positive Tendenz seit 2013 beim Besitz von Ganzjahresreifen.

Reifen(fach)händler werden am häufigsten für Ganzjahresreifenkäufe genutzt

Besitz: „Bitte geben Sie zunächst an, welche dieser Reifen Sie aktuell für ihr hauptsächlich genutztes Auto besitzen?“

Einkaufsstätte: „Wo haben Sie diesen Autoreifen gekauft?“, **Marken:** „Von welcher Reifenmarke war(en) diese® Reifen?“

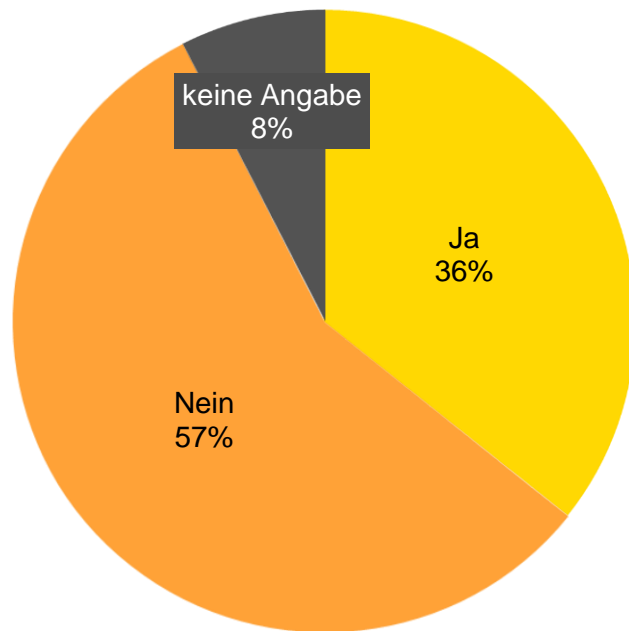


Basis besitz: befragte ADAC Mitglieder, die zurzeit einen PKW fahren, n liegt zwischen 3.963 und 4.055; Basis zuletzt gekauft: befragte ADAC Mitglieder, mit Angabe zum Reifenbesitz, n liegt zwischen 3.878 und 3.991; Basis Einkaufsstätten und Marken: befragte ADAC Mitglieder, die Ganzjahresreifen zuletzt gekauft haben, n liegt zwischen 484 und 589
Befragungen fanden im Dezember 2015, 2014, 2013, 2012 statt;

Grundsätzliche Vorstellung Ganzjahresreifenkauf beim nächsten Kauf

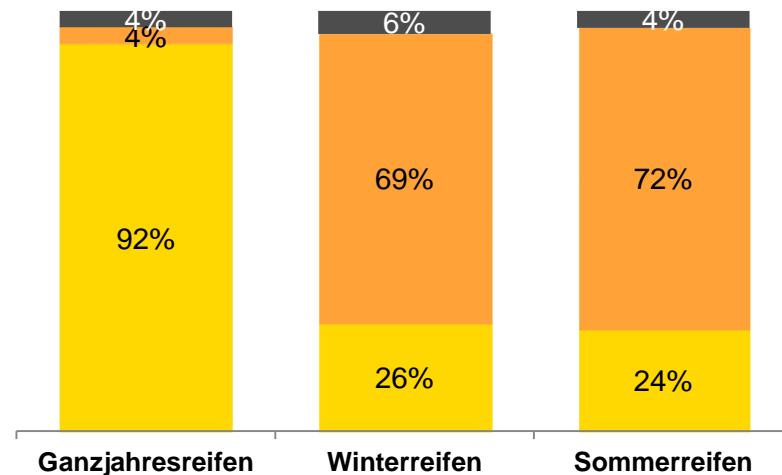
Jeder Dritte Befragte kann sich Ganzjahresreifen beim nächsten Kauf vorstellen. 9 von 10 Befragten, die zuletzt Ganzjahresreifen gekauft haben, können sich beim nächsten Reifenkauf wieder Ganzjahresreifen vorstellen

„Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, bei Ihrem nächsten Reifenkauf (wieder) Ganzjahresreifen/ Allwetterreifen zu kaufen?“



Nach letztem Reifenkauf

„Welche dieser Reifen für Ihr hauptsächlich genutztes Auto haben Sie zuletzt gekauft?“



Basis: befragte ADAC Mitglieder, die die jeweiligen Reifentypen gekauft haben; Ganzjahresreifen n=589/ Winterreifen n=1.838/ Sommerreifen n=708

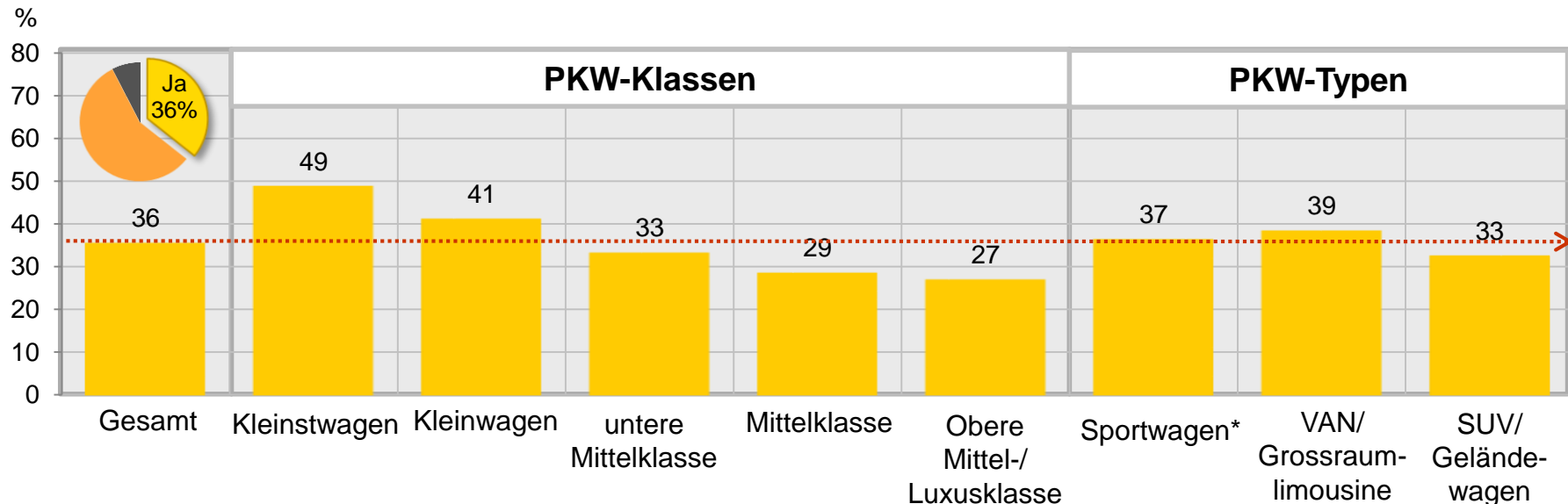
Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117

Grundsätzliche Vorstellung Ganzjahresreifenkauf beim nächsten Kauf **nach derzeit gefahrener PKW-Klasse/ gefahrenem PKW-Typ**

Je höher die PKW-Klasse desto weniger können sich die Befragten-Gruppen grundsätzlich vorstellen, bei Ihrem nächsten Reifenkauf (wieder) Ganzjahresreifen/ Allwetterreifen zu kaufen

„Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, bei Ihrem nächsten Reifenkauf (wieder) Ganzjahresreifen/ Allwetterreifen zu kaufen?“

Befragte, die mit „Ja“ geantwortet haben....



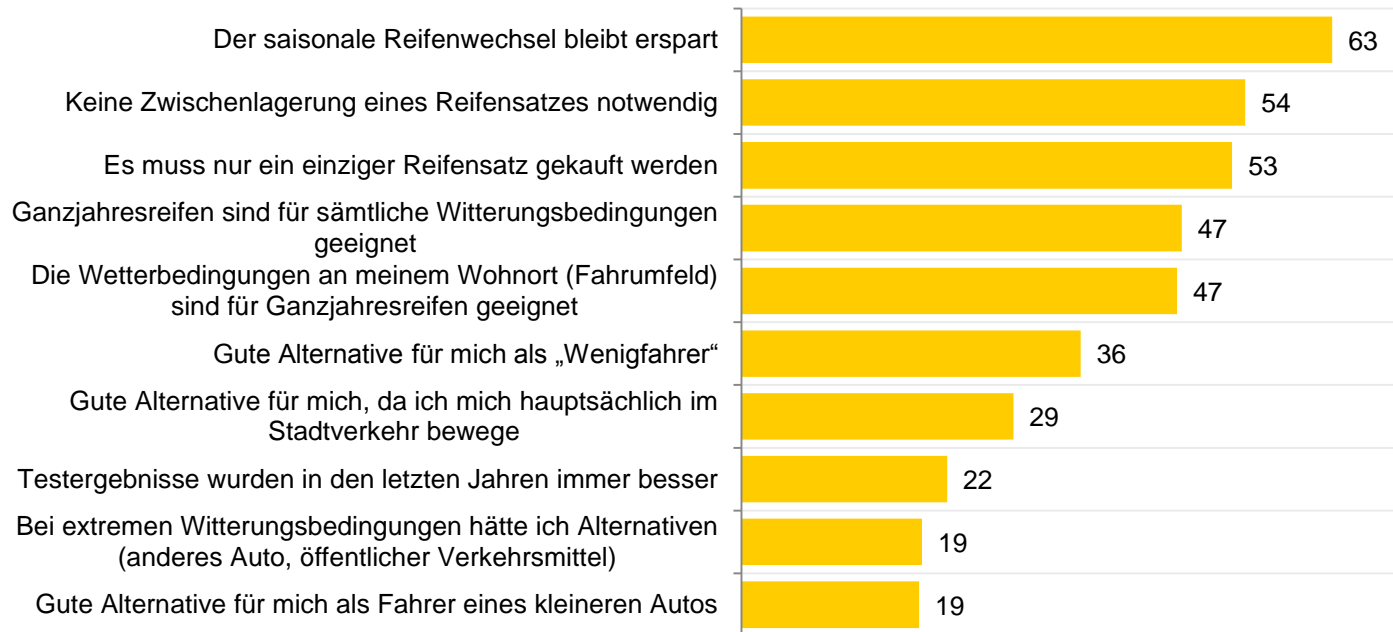
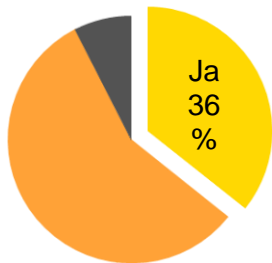
Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt n=4.117; befragte ADAC Mitglieder, die derzeit einen PKW dieser Klasse bzw. ein Fahrzeug dieses Typs fahren (objektive Modellzuordnung): Kleinstwagen n=180; Kleinwagen n=709; untere Mittelklasse n=1.044; Mittelklasse n=620; obere Mittelklasse/Luxusklasse n=168; SUV/Geländewagen n=397; VAN/Großraumlimousine n=594; Sportwagen n=42*; Abweichungen zu 100% sind rundungsbedingt; k.A.= keine Angabe; *Achtung geringe Basis

Gründe für Ganzjahresreifenkauf beim nächsten Kauf

Hauptgründe für einen möglichen Ganzjahresreifenkauf sind Ersparnis des saisonalen Reifenwechsels und die Zwischenlagerung und der Kauf nur eines Reifensatzes

„Aus welchen Gründen können Sie sich den Kauf von Ganzjahresreifen vorstellen?“

Angaben in %



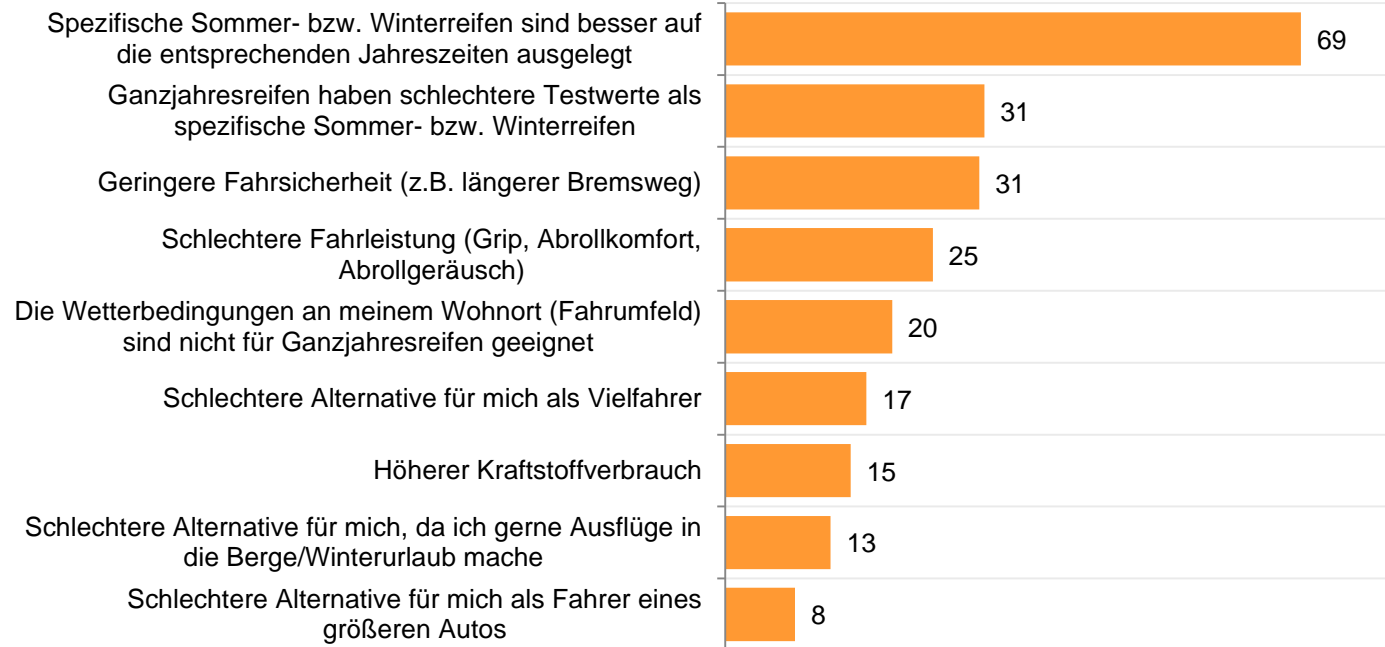
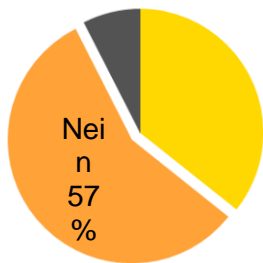
Basis: befragte ADAC Mitglieder, die sich grundsätzlich vorstellen können, beim nächsten Reifenkauf Ganzjahresreifen zu kaufen; n=1.513/ Gestützt, Mehrfachantworten möglich

Gründe gegen Ganzjahresreifenkauf beim nächsten Kauf

Ca. 70% der Gegner von Ganzjahresreifen behaupten, dass spezifische Sommer-/Winterreifen besser auf die entsprechenden Jahreszeiten ausgelegt sind als Allwetterreifen

„Aus welchen Gründen können Sie sich den Kauf von Ganzjahresreifen nicht vorstellen?“

Angaben in %



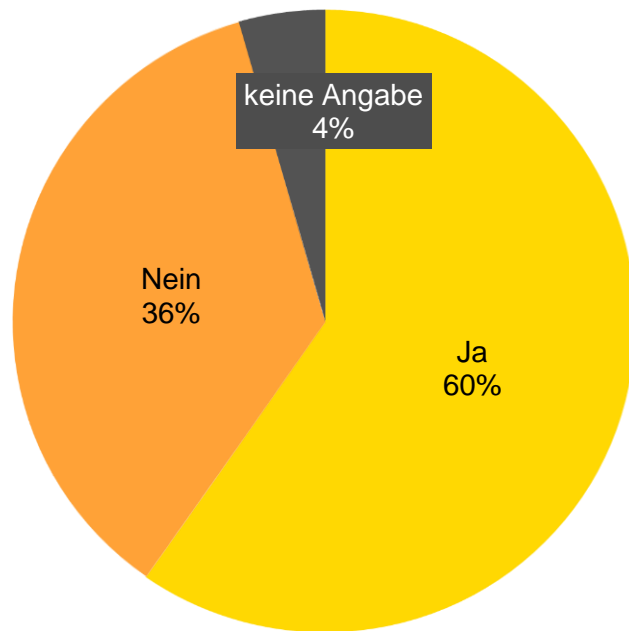
REIFENDRUCKKONTROLLSYSTEME (RDKS)



Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) Bekanntheit

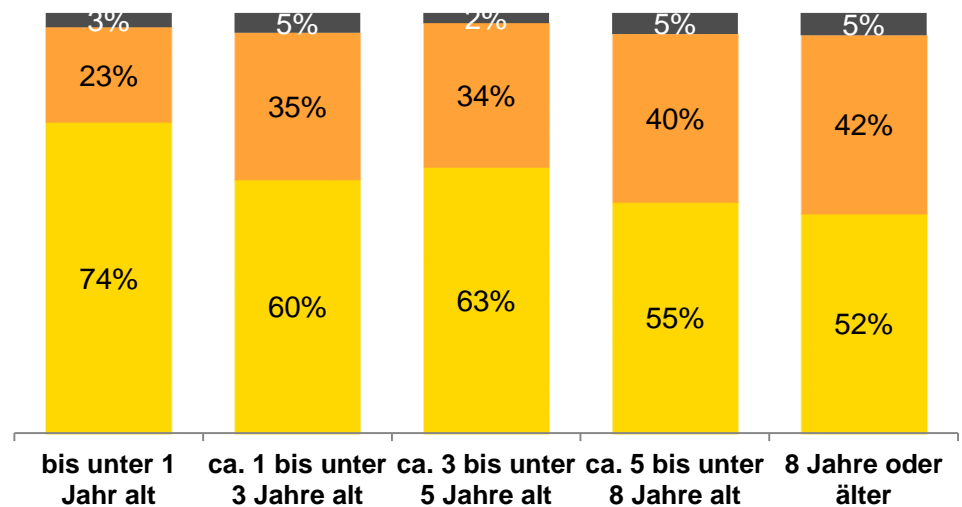
60% der Befragten haben von Reifendruckkontrollsystemen bereits gehört. Die Bekanntheit der RDKS ist bei Befragten mit PKWs, die unter einem Jahr alt sind, am höchsten mit 74%

„Seit November 2014 sind Reifendruckkontrollsysteme (RDKS) in Neufahrzeugen Pflicht. Diese Systeme kontrollieren automatisch den Reifendruck und zeigen einen Druckverlust rechtzeitig über das Display oder durch eine Warnleuchte an. Haben Sie von diesen Reifendruckkontrollsystemen (RDKS) bereits gehört?“



Nach Kaufdatum des aktuellen PKWs

„In welchem Jahr (bitte möglichst auch Kaufmonat) wurde dieser PKW gekauft?“



Basis: Befragte ADAC Mitglieder, die zurzeit einen PKW fahren und ihren PKW innerhalb der jeweiligen Zeiträume gekauft haben; n liegt zwischen ca. 600 und 1.000

Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117

REIFENHANDEL



REIFENHANDEL

- Bekanntheit
- Eigene Einkaufserfahrung
- Image & Vertrauen
- Preisgestaltung
- Wahrnehmung als Autoservice-Anbieter
- Werberecall

Gestützte Abfrage in Textform von Reifen-(Fach)handelsunternehmen bzw. Online-Reifenhändler. *Mehrfachnennungen möglich.*

17 REIFENHANDELSMARKEN


































*POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Reifenhandel im Überblick

A.T.U. belegt bei allen betrachteten Kategorien den ersten Rang

„...Aussagen, die Ihrer Meinung nach zutreffen ...“








































Reifenhandel	1. Platz	2. Platz	3. Platz	4. Platz	5. Platz
Bekanntheit	 (1)	 (2)	 (4)	 (3)	 (5)
Eigene Einkaufserfahrung	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
Gutes Image	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
Vertrauenswürdig beim Reifenkauf	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (6)
besonders preiswerte Reifen	 (1)	 (3)	 (2)	 (4)	 (5)
hat attraktive Rabattaktionen	 (1)	 (2)	 (4)	 (5)	 (3)
Wahrnehmung als Autoservice-Anbieter	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
Werberecall	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)

Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117, Zahlen in Klammern=Rangplatz 2015

Reifenhandel im Überblick - auf Basis Bekanntheit des jeweiligen Reifenhändlers

Basierend auf den Kennern des jeweiligen Reifenhändlers übernimmt Vergölst Rang 1 bei „vertrauenswürdig beim Reifenkauf“. Poppom liegt bei diesem Item neu auf Rang 2

„...Aussagen, die Ihrer Meinung nach zutreffen ...“

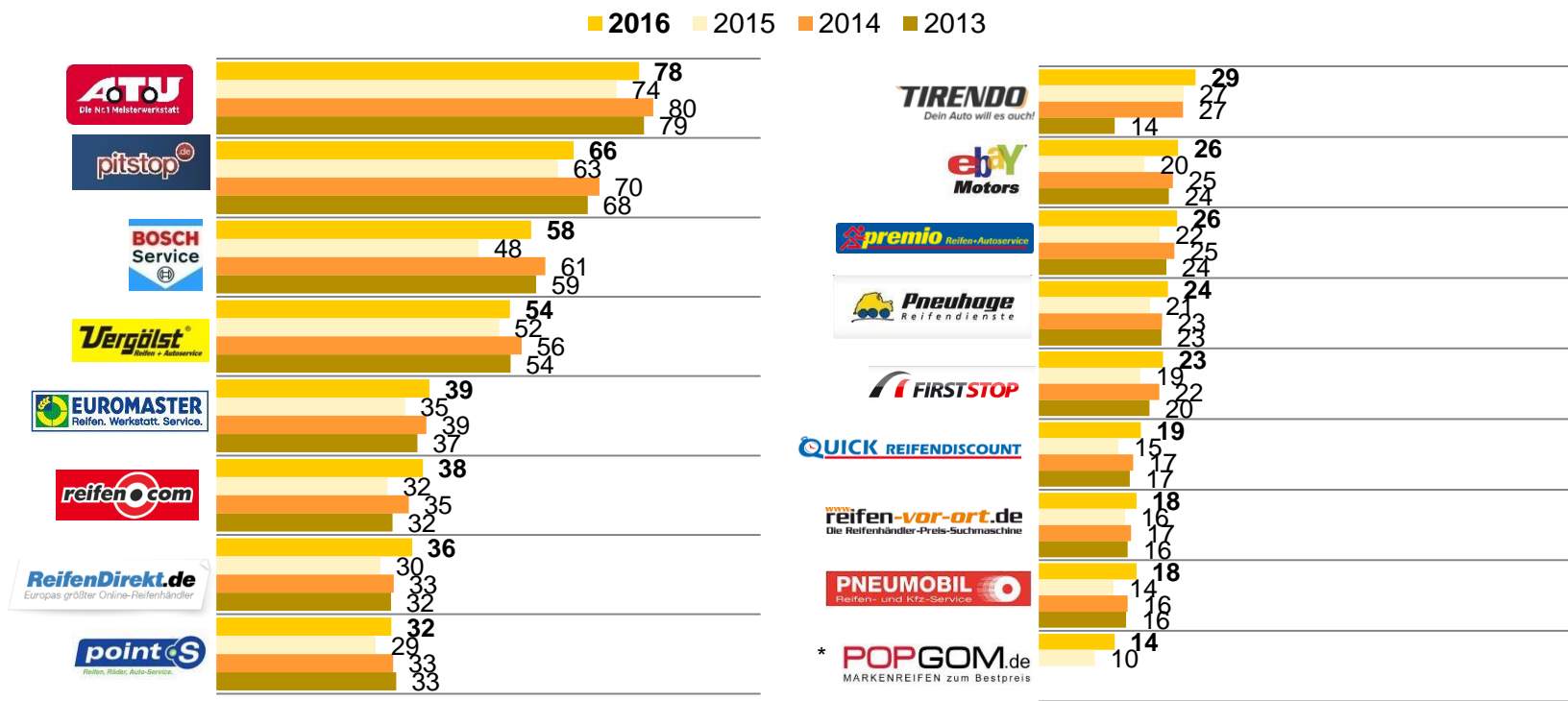
Reifenhandel	1. Platz	2. Platz	3. Platz	4. Platz	5. Platz
Eigene Einkaufserfahrung	 (1)	 (2)	 (6)	 (3)	 (5)  (4)
Gutes Image	 (1)	 (2)	 (3)	 (4)	 (5)
Vertrauenswürdig beim Reifenkauf	 (2)	 (15)	 (3)	 (1)	 (7)
besonders preiswerte Reifen	 (1)	 (2)	 (4)  (3)	 (5)	 (6)
hat attraktive Rabattaktionen	 (1)	 (4)	 (2)	 (14)	 (5)  (3)
Wahrnehmung als Autoservice-Anbieter	 (1)	 (2)	 (3)	 (8)	 (4)
Werberecall	 (1)	 (2)	 (3)	 (5)	 (4)  (6)

Basis: befragte ADAC Mitglieder, Kenner des jeweiligen Reifenhändlers. „n“ zwischen 580 und 3.253, Zahlen in Klammern=Rangplatz 2015

Reifenhandel: Bekanntheit

A.T.U., Pit-Stop, Bosch Service und Vergölst sind die bekanntesten Reifenhändler. Vergölst stabil gegenüber der Vorwelle, sonst gewinnen fast alle Reifenhändler an Bekanntheit und erholen sich etwas von den Verlusten in 2015

„Ist mir bekannt/ habe schon davon gehört“; Angaben in %



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

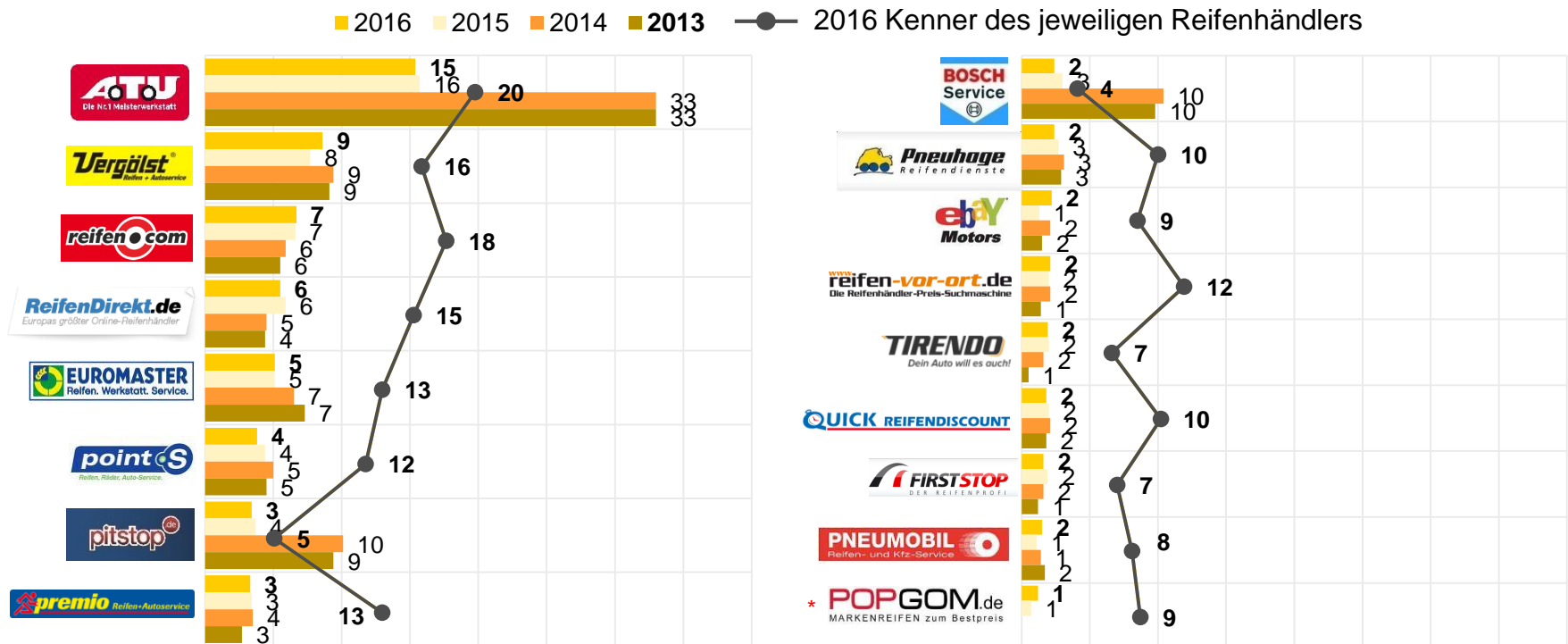
*POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Reifenhandel: Eigene Einkaufserfahrung

Bei den großen Reifenhändlern kaum Veränderung: A.T.U. weiterhin auf Rang 1 gefolgt von Vergölst auf Rang 2. Bei den kleineren Händlern steigt ebayMotors auf Rang 11

2013/2014: „dort war ich schon Kunde“; 2015/2016 „dort habe ich schon Reifen gekauft“

Angaben in %



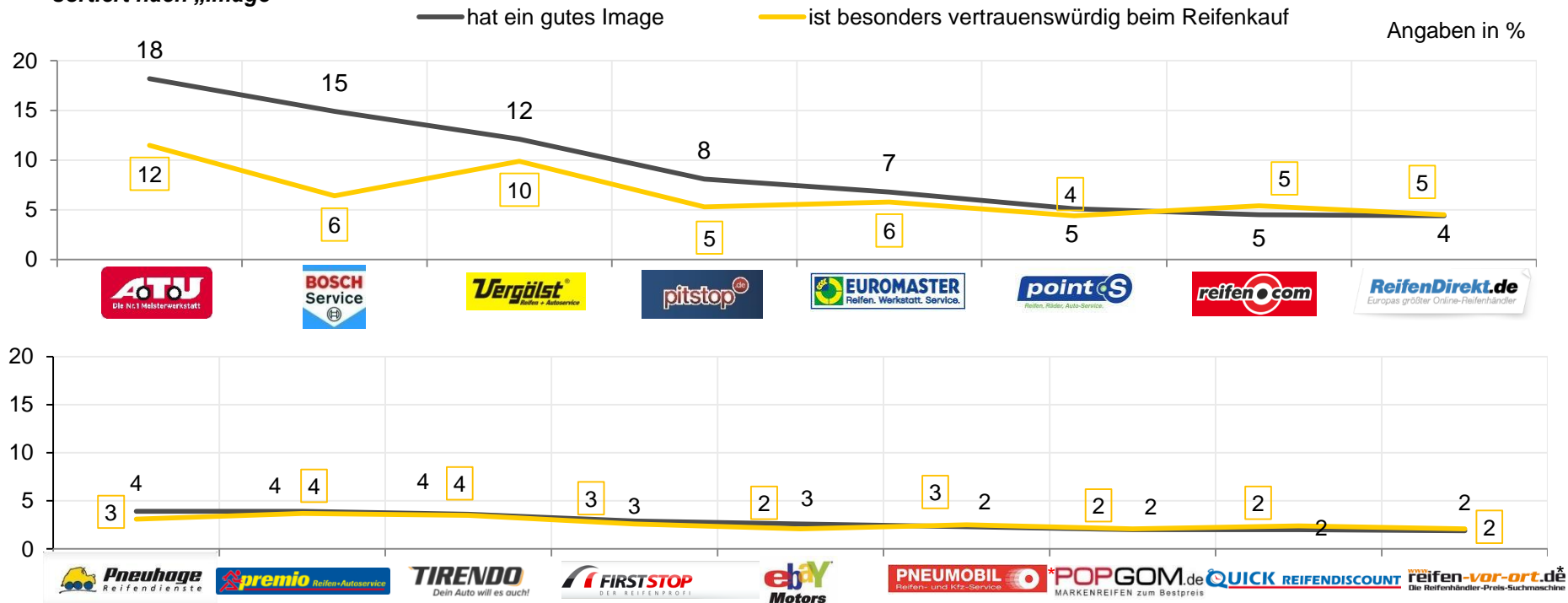
Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Basis Kenner des jeweiligen Reifenhändlers: „n“ zwischen 580 und 3.253 (2016) / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Reifenhandel: Image & Vertrauen

A.T.U. wird das beste Image und das höchste Vertrauen zugeschrieben

Auf welche Firmen trifft Ihrer Meinung nach die Aussage zu: „hat ein gutes Image“ / „ist besonders vertrauenswürdig beim Reifenkauf“;
sortiert nach „Image“



Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

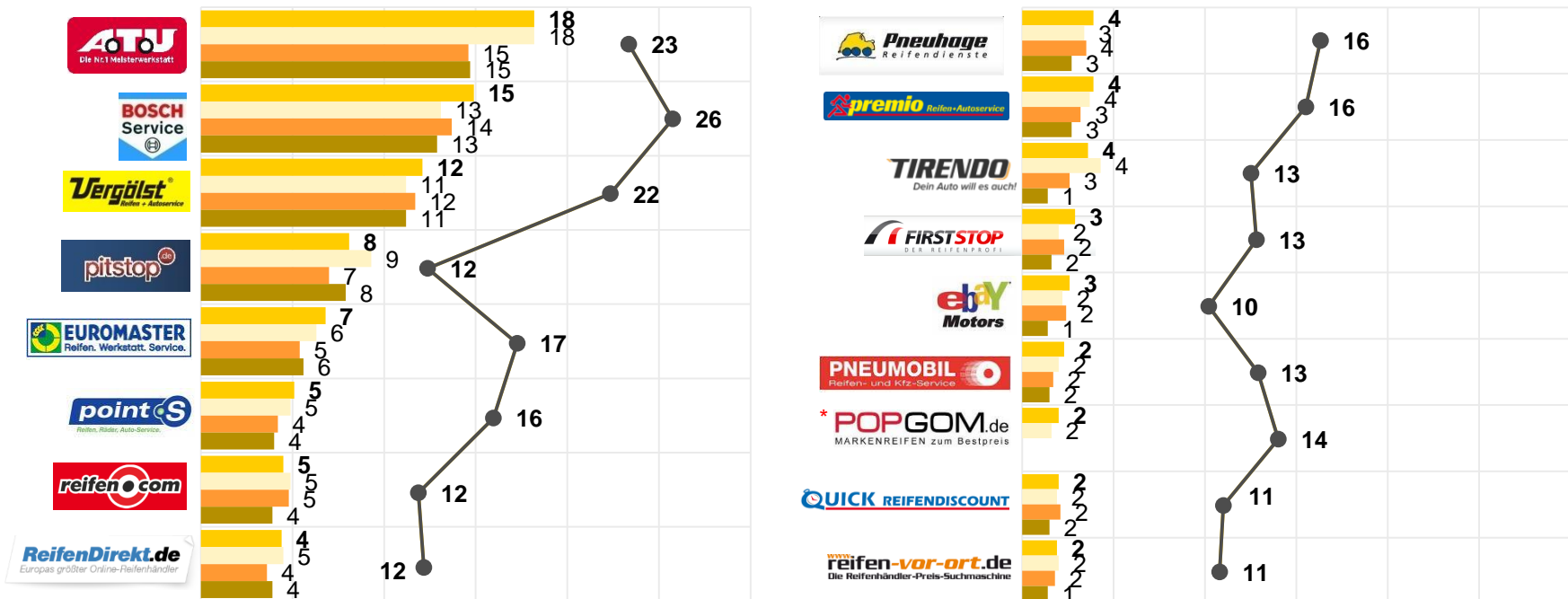
Reifenhandel: Image

A.T.U. , Bosch Service und Vergölst belegen sowohl insgesamt als auch bei deren „Kennern“ die ersten 3 Rangplätze beim Image. Bosch Service hat eine höhere Zustimmung beim Item „gutes Image“ als im Vorjahr

„hat ein gutes Image“

Angaben in %

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ● 2016 Kenner des jeweiligen Reifenhändlers



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Basis Kenner des jeweiligen Reifenhändlers: „n“ zwischen 580 und 3.253 (2016) /* POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

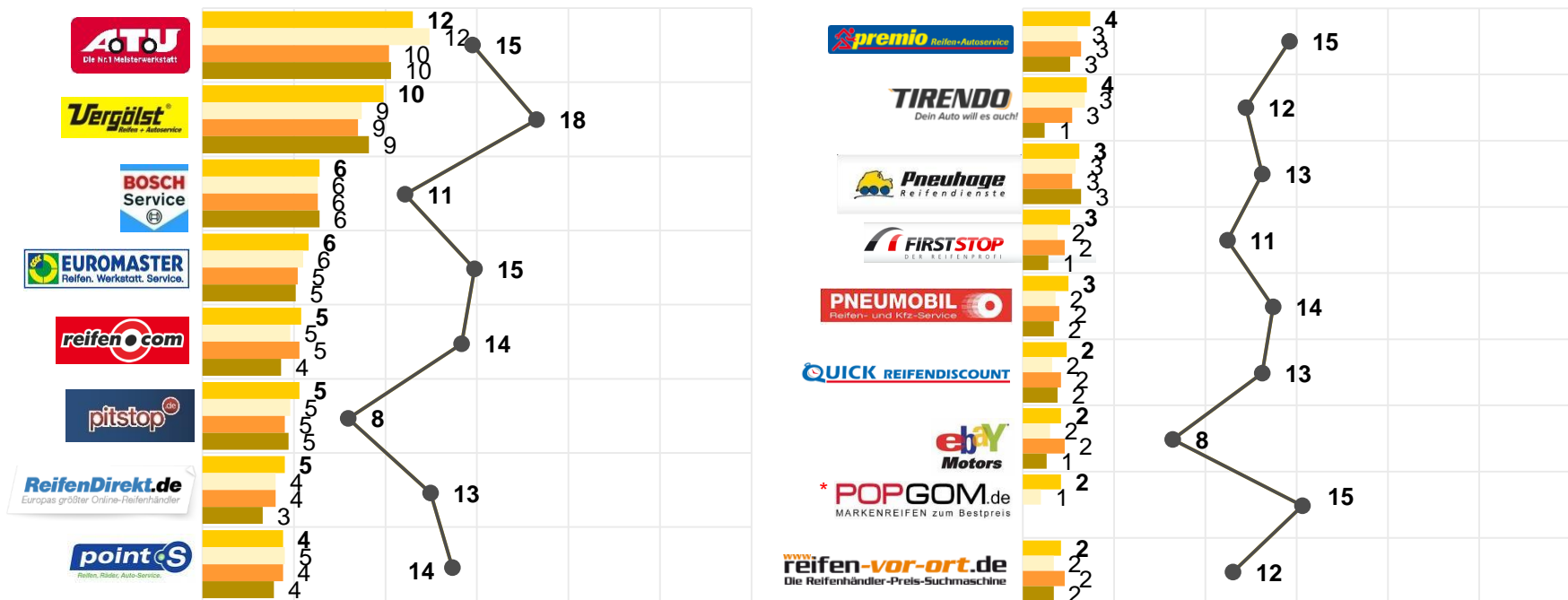
Reifenhandel: Vertrauen

A.T.U. genießt weiterhin das höchste Vertrauen. Vergölst liegt noch auf Rang 2. Von den Kennern der jeweiligen Reifenhändler bekommt Vergölst das höchste Vertrauen zugesprochen, gefolgt von Popgom

„ist besonders vertrauenswürdig“

Angaben in %

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ● 2016 Kenner des jeweiligen Reifenhändlers



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

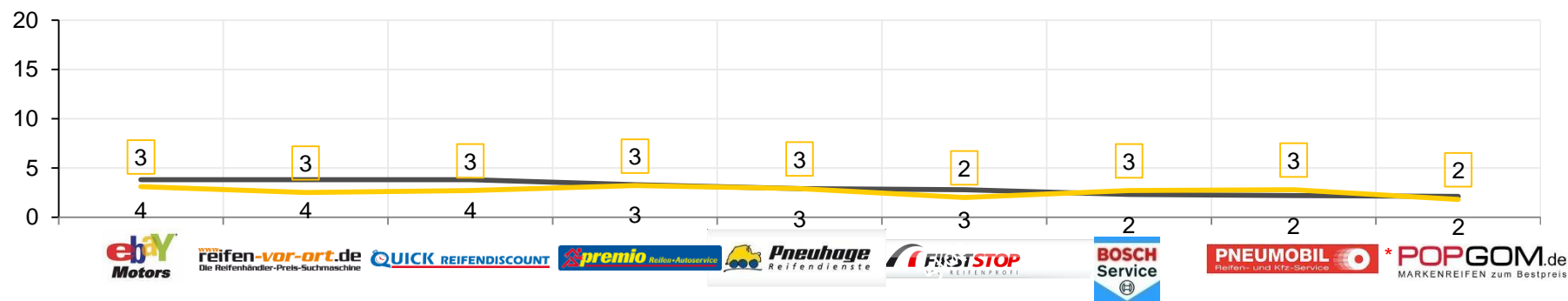
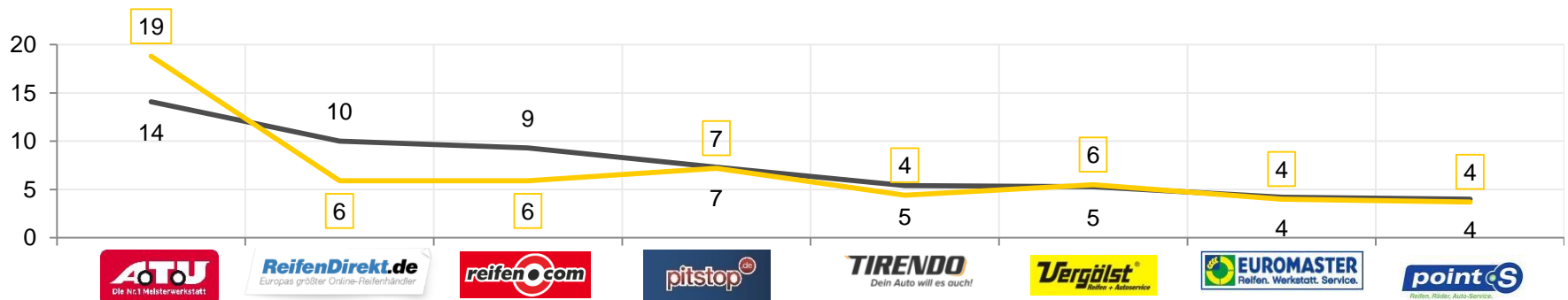
Basis Kenner des jeweiligen Reifenhändlers: „n“ zwischen 580 und 3.253 (2016) / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Reifenhandel: Preisgestaltung

A.T.U. wird mit deutlichem Abstand als der Reifenhändler mit den attraktivsten Rabattaktionen und preiswertesten Reifen wahrgenommen. ReifenDirekt.de liegt auf Rang 2 vor reifen.com

Auf welche Firmen trifft Ihrer Meinung nach die Aussage zu: „bietet besonders preiswerte Reifen“ / „hat attraktive Rabattaktionen“
sortiert nach „preiswerte Reifen“

Angaben in %



Basis: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Reifenhandel: Preis

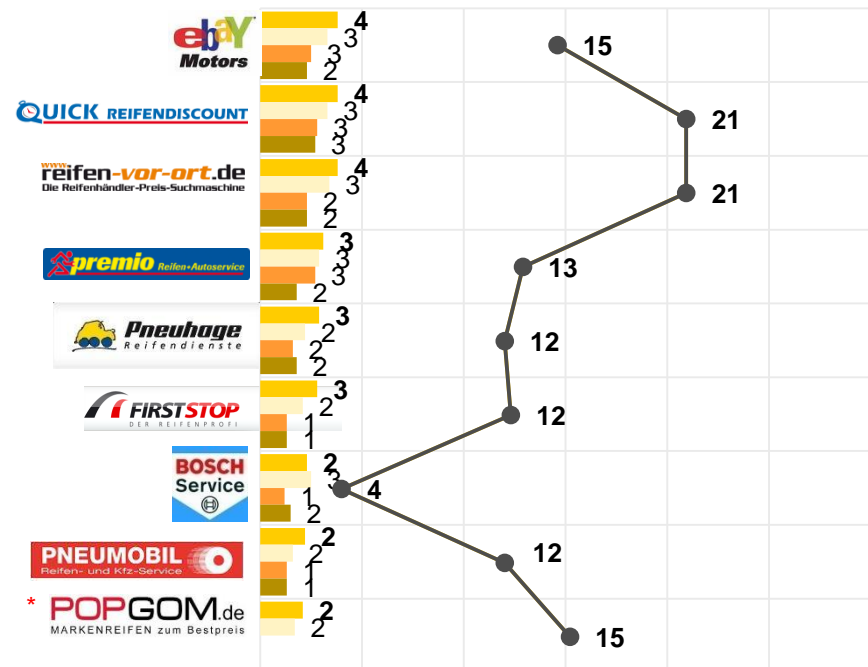
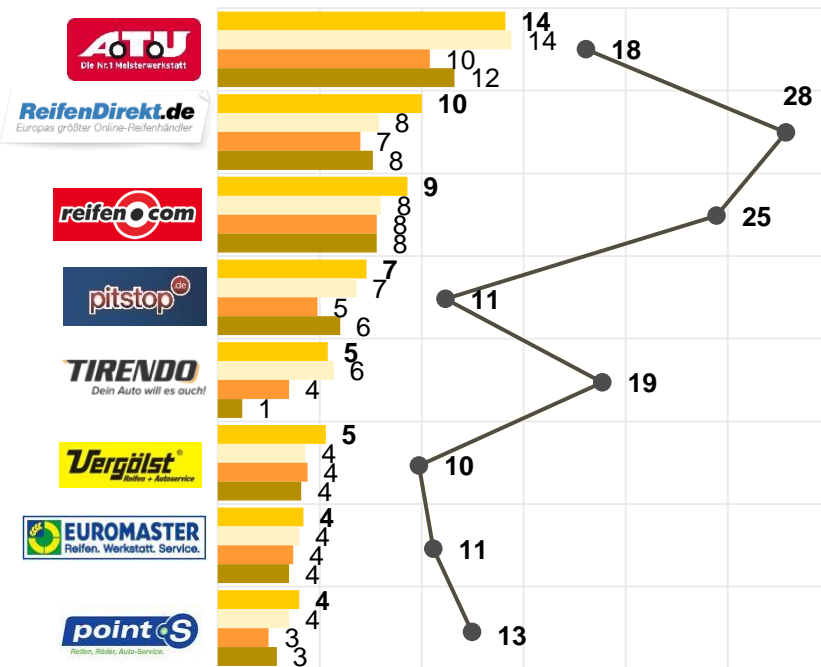
A.T.U. wird als der Händler mit den preiswertesten Reifen wahrgenommen.

Bei den Kennern des jeweiligen Reifenhändlers liegen reifen.com und reifendirekt.de auf Rang 1 und 2

„bietet besonders preiswerte Reifen“

Angaben in %

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ● 2016 Kenner des jeweiligen Reifenhändlers



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

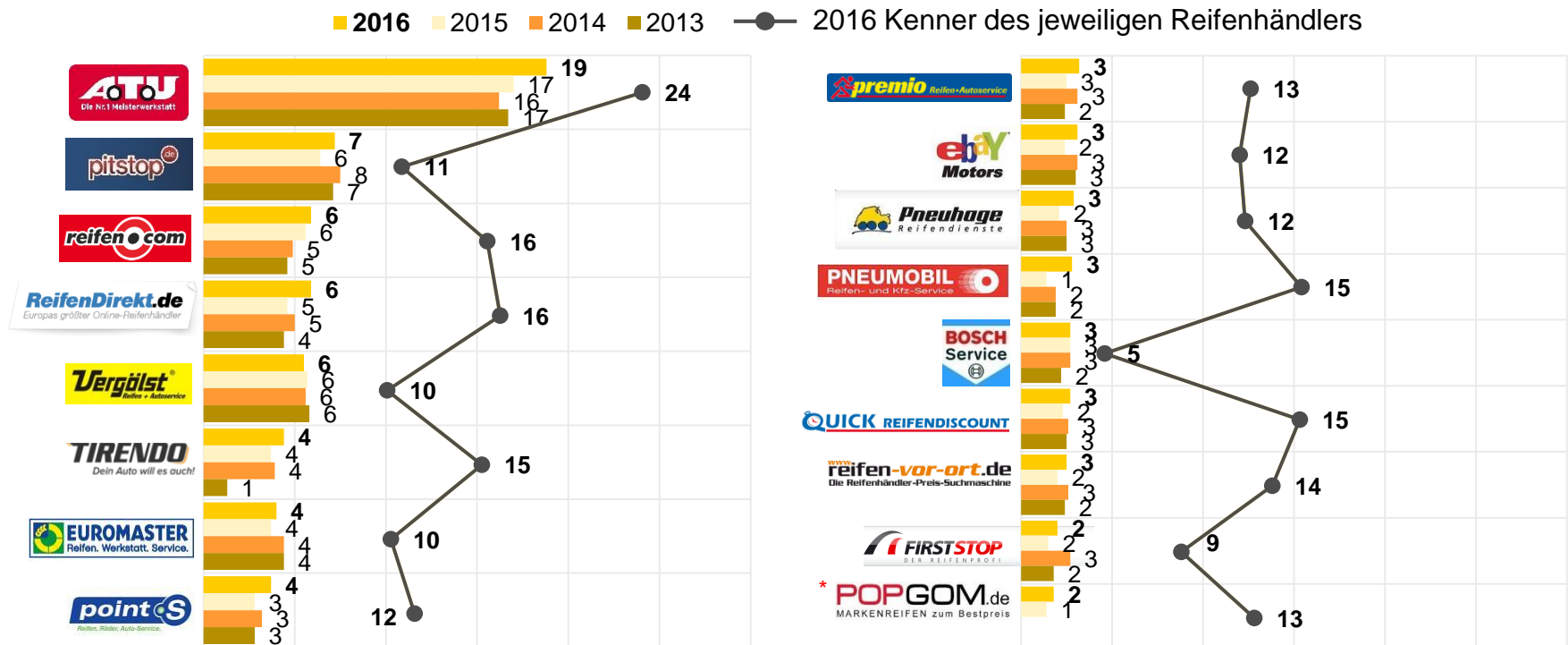
Basis Kenner des jeweiligen Reifenhändlers: „n“ zwischen 580 und 3.253 (2016) / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Reifenhandel: Rabattaktionen

A.T.U über dem Niveau der Vorjahre, liegt sowohl insgesamt als auch bei den Kennern mit Abstand auf Rang 1

„hat attraktive Rabattaktionen“

Angaben in %



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Basis Kenner des jeweiligen Reifenhändlers: „n“ zwischen 580 und 3.253 (2016) / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

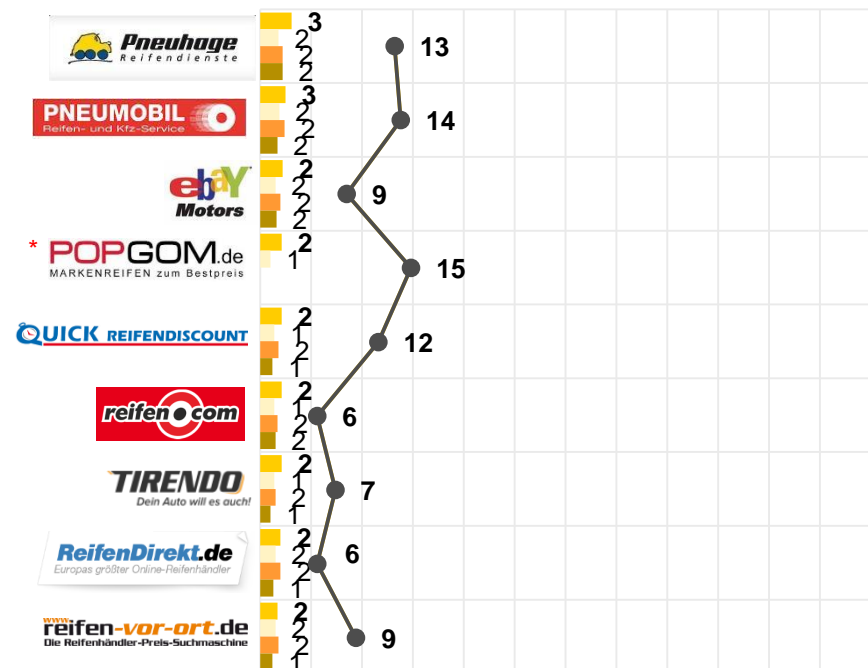
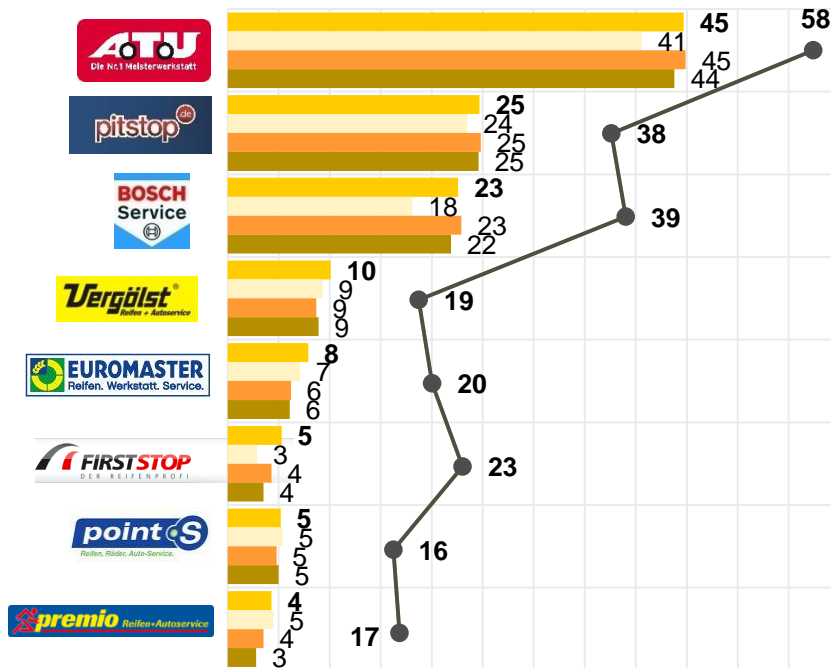
Reifenhandel: Wahrnehmung als Autoservice-Anbieter

A.T.U kann zulegen und ist weiterhin mit großem Abstand auf Rang 1 vor den anderen Reifenhändlern bei „bietet auch Autoreparaturen / Autoservice“

„bietet auch Autoreparatur / Autoservice“

Angaben in %

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ● Kenner des jeweiligen Reifenhändlers



Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Basis Kenner des jeweiligen Reifenhändlers: „n“ zwischen 580 und 3.253 (2016) / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

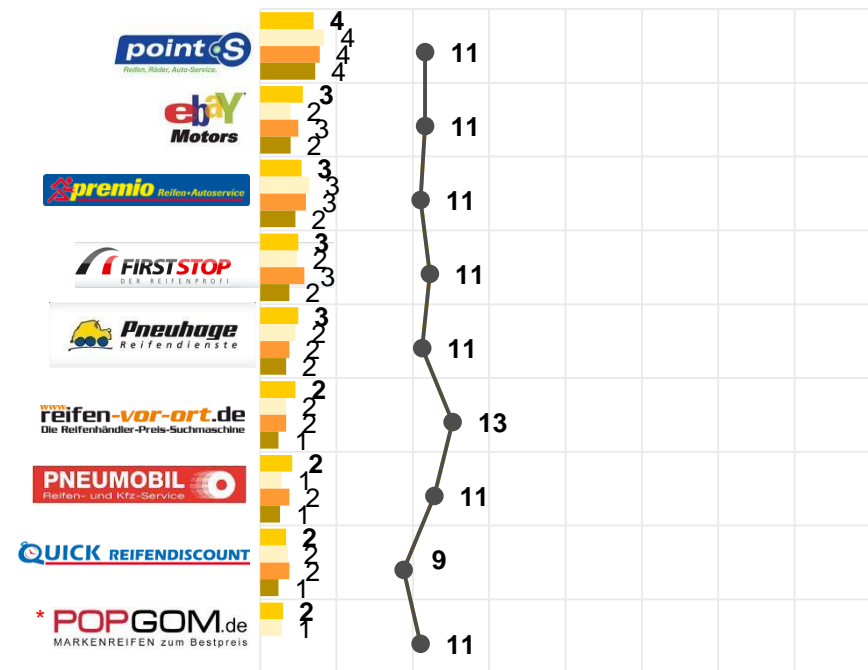
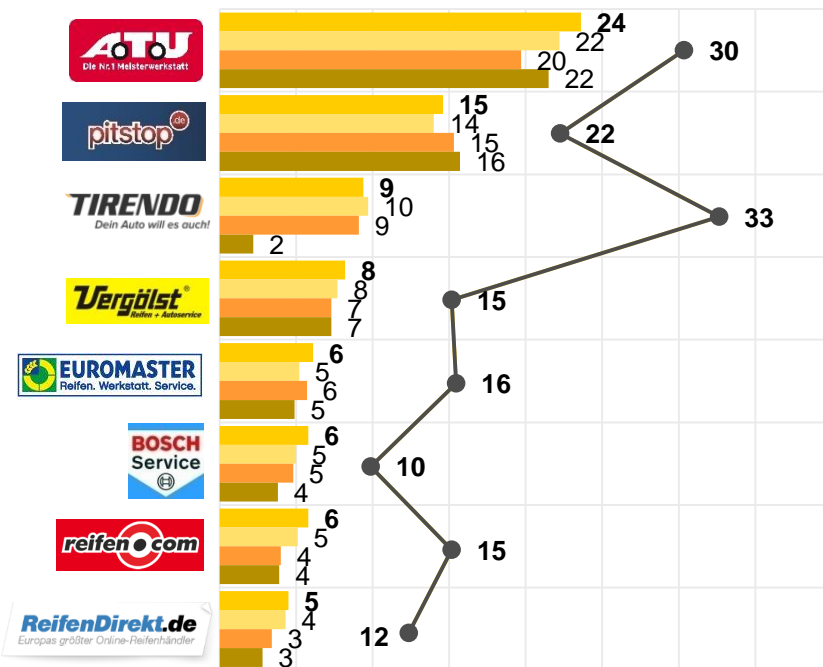
Reifenhandel: Werberecall

Vor allem Werbung von A.T.U. und Pit-Stop wird weiterhin wahrgenommen. Kennern von Tirendo fällt Werbung dieses Reifenhändlers besonders auf

„ist mir durch Werbung besonders aufgefallen“

Angaben in %

■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ● 2016 Kenner des jeweiligen Reifenhändlers

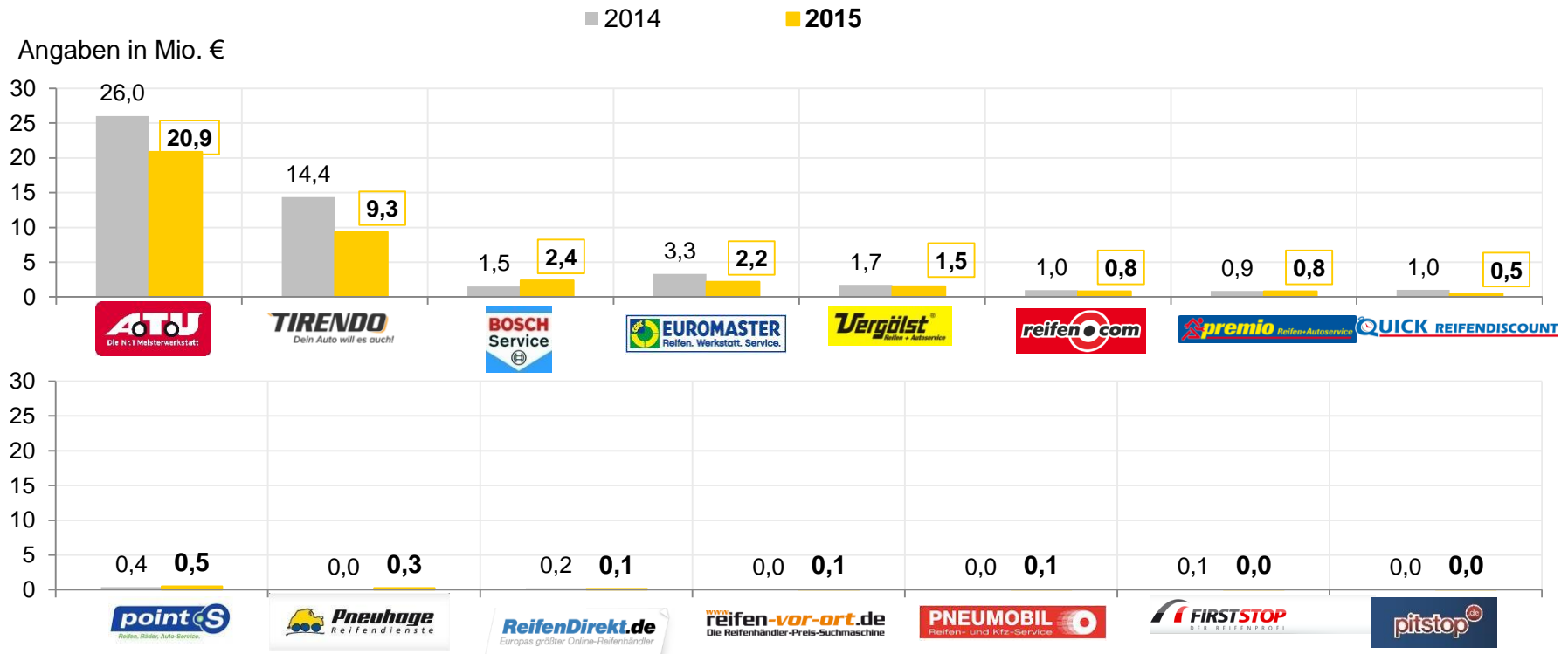


Basis Zeitreihe: befragte ADAC Mitglieder Gesamt; n=4.117 (2016) / n= 4.174 (2015) / n=4.086 (2014) / n=4.030 (2013)

Basis Kenner des jeweiligen Reifenhändlers: „n“ zwischen 580 und 3.253 (2016) / * POPGOM.de seit Dez. 2014 erstmalig abgefragt

Werbespendings

A.T.U. und Tirendo trotz reduziertem Werbebudget weiterhin auf Rang 1 und Rang 2, deutlich vor der Konkurrenz. Bosch Service mit erhöhtem Werbebudget im Vergleich zum Vorjahr schiebt sich auf Rang 3 vor Euromaster und Vergölst



Basis: Bruttowerbespendings nach Nielsen gesamt über alle Medien

ADAC MOTORWELT

UNSERE WELT BEWEGT.



A man with grey hair and glasses, wearing a dark blue jacket over a blue and white striped shirt, is looking towards the right. He is holding a magazine. The background shows a wooden wall with a bulletin board covered in various papers and notices.

ADAC MOTORWELT

DAS MOBILITÄTSMAGAZIN

„Die ADAC Motorwelt ist das zentrale und wichtigste Kommunikationsinstrument des ADAC für den kontinuierlichen Dialog mit den mehr als 19 Mio. Mitgliedern.

Im Zuge der umfassenden Neuorganisation des ADAC wurde eine grundlegende Neuausrichtung der ADAC Motorwelt umgesetzt. Journalistisch fundiert, unabhängig und auf die Interessen der Leser optimiert.

Mit einer Vielzahl von Automobil-Themen, spannenden Reiseberichten, nützlichen Servicetipps und attraktiven Reportagen bietet die ADAC Motorwelt Ihren Lesern ein reichhaltiges Spektrum aus der Welt der Mobilität.“

Martin Kunz, Chefredakteur

Mit seinem breiten Themenspektrum und als fundierte Informationsquelle zur Mobilität ist das Magazin konkurrenzlos.

Die ADAC Motorwelt ist aber nicht nur ein gerne und regelmäßig gelesenes Magazin, sondern eines der reichweitenstärksten Einzelmedien in Europa und ein äußerst wirtschaftlicher Werbeträger.

Leistungstark:

- 14,89 Mio. lesen das Magazin. Eine annähernd vergleichbare Reichweite erzielen lediglich die erfolgreichsten TV-Formate.
- 13,9 Mio. Autofahrer lesen die ADAC Motorwelt
- 13,7 Mio. Exemplare beträgt die verkaufte Auflage

A red Volkswagen Beetle convertible is driving away from the viewer on a paved road that curves to the left. The car has a black top and a license plate that reads 'M NJ 101H'. In the background, there are large, rugged mountains under a clear blue sky. The overall scene is bright and sunny.

ADAC MOTORWELT

LESERORIENTIERT

Die ADAC Motorwelt besticht durch ihre Glaubwürdigkeit und das Vertrauen, das die Leser dem ADAC und seiner Clubzeitschrift entgegenbringen.

Relevanz ist das wichtigste Kriterium bei der Auswahl der Themen für die jeweilige Ausgabe der ADAC Motorwelt.

Leserorientiert

- Die Mitglieder- und Leserinteressen stehen im Mittelpunkt
- Die Redaktion arbeitet unabhängig und nach höchsten journalistischen Standards
- Der Verbraucherschutz ist einer der wichtigsten Aufgaben des ADAC und der ADAC Motorwelt



ADAC MOTORWELT

UNABHÄNGIG

Der ADAC und damit die ADAC Motorwelt hat sich der Initiative „Regeln der guten fachlichen Praxis des Testens“ des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz angeschlossen.

Unabhängig:

- informierender Auftrag bei kontroversen Themen
“moderierende, aufklärende Rolle”
- journalistisch unabhängig, überparteilich und objektiv. Bildet die Mitglieder-Meinung neben wissenschaftlichen Fakten und ADAC Standpunkten ab
- hohe Compliance Standards, z. B. Redaktion trägt Reisekosten grundsätzlich selbst
- Klare Trennung von redaktionellen Themen und Werbung, z.B. bei Tests

Die Gestaltung der ADAC Motorwelt ist vom Cover über die Inhaltsseite und die Ressorts bis zur letzten Seite leseroptimiert. Das Leseverhalten der Mitglieder wird damit zum Maßstab der optischen Gestaltung gemacht. Nicht nur die Optik und die Themenauswahl wurden überarbeitet, sondern auch der Redaktionsanteil erhöht.

- Jedes Titelbild wird vor Veröffentlichung in einem Online-Panel auf Gefallen und Themeninteresse getestet
- Jahreszeitlich relevante und nutzwertige Service-Reports, Reise- und Unterhaltungsthemen aus allen Bereichen der Mobilität
- 10 Ausgaben, statt bisher 12 pro Jahr (Doppelausgaben Sommer und Winter)
- Höherer Redaktionsanteil 60:40
- Mehrseitiger Regionalteil

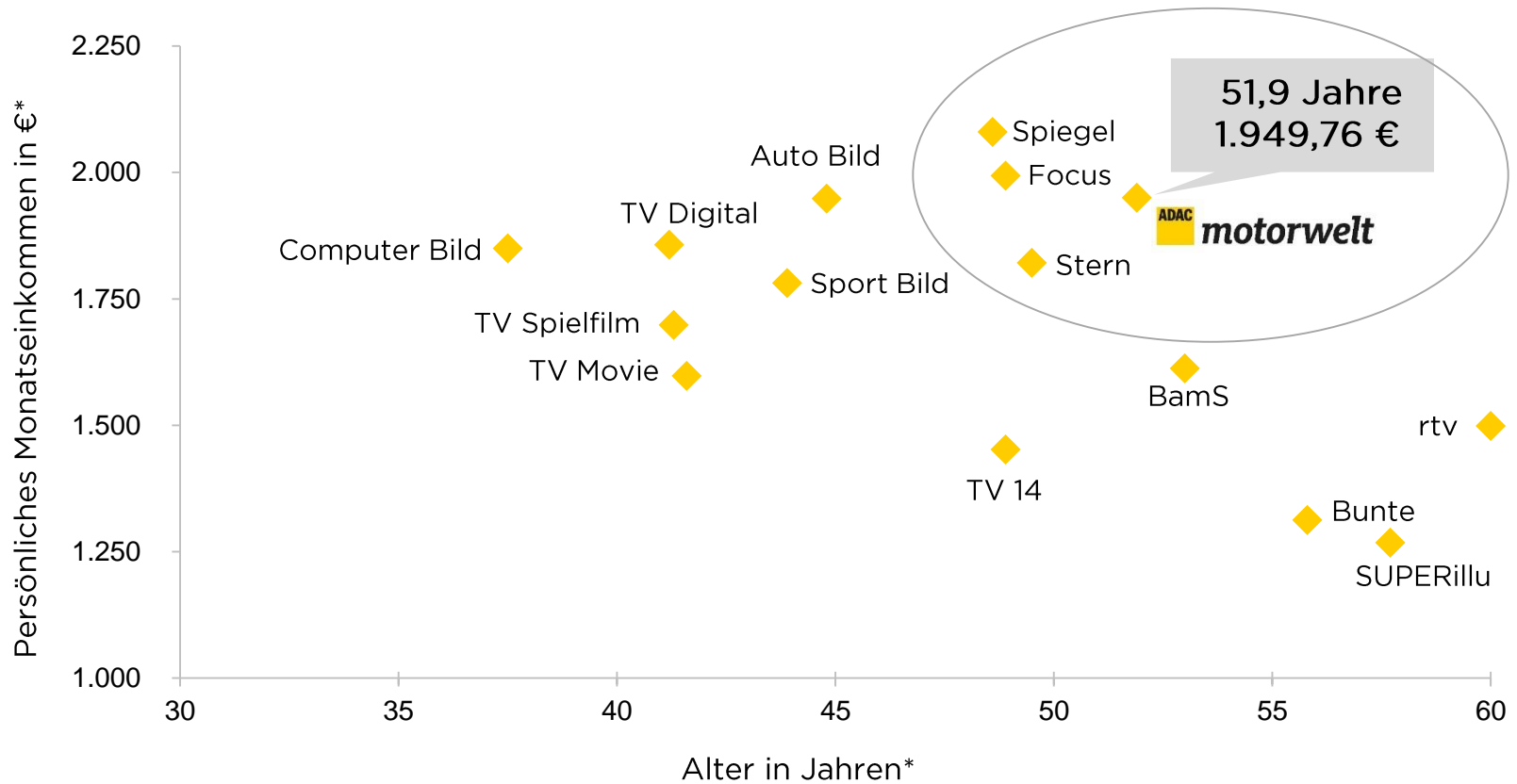


Doch nicht nur die Lesestruktur wurde optimiert, sondern auch das Anzeigenkonzept. Mit hochkarätigen Anzeigenflächen und einem attraktiven Werbeumfeld bietet die ADAC Motorwelt ein ideales Umfeld für Anzeigen.

Das 1. Heftviertel ist exklusiv reserviert für Imageanzeigen.

- Vorzugsplatzierungen, wie z.B.
 - Opening Spread
 - 1/3 Seite neben Editorial
 - Erste rechte Seite
- Premium Anzeigenumfelder
- Individuelle Advertorialformate



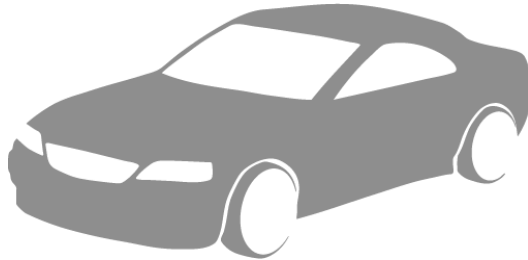


*Durchschnittswerte

LEISTUNGSSTARK IN ZIELGRUPPEN

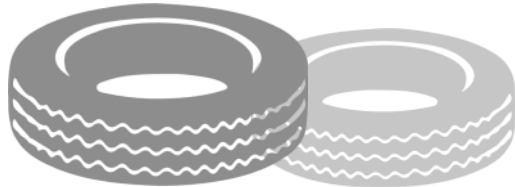
AUTOMOTIVE

ADAC Motorwelt erreicht....



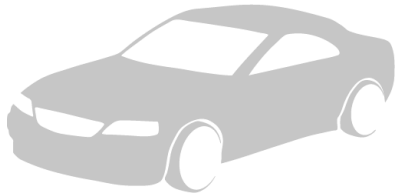
28% der PKW-Fahrer in Deutschland (13,24 Mio.)

32% der Menschen, die sehr große Autofans sind (7,19 Mio.)



28% derjenigen, die einen Neuwagenkauf in naher Zukunft planen (5,79 Mio.)

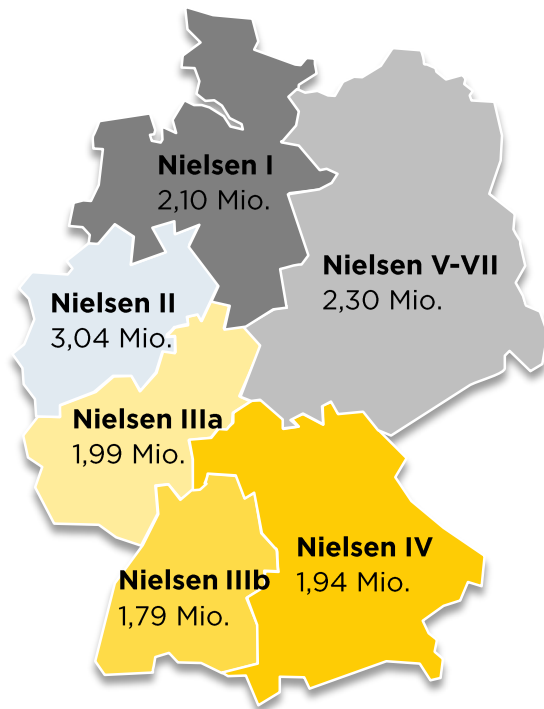
28% der Entscheider wenn es um den Kauf eines PKWs im Haushalt geht (5,58 Mio.)



24% für die Sicherheit das wichtigste Kriterium beim Autokauf ist (10,39 Mio.)

Quelle: best4planning 2015 III | Deutschsprachige Gesamtbevölkerung 14 Jahre und älter (Basis: 69,24 Mio.)

REGIONAL AUSSTEUERN



Ca.-Druckauflage

Nicht nur mit der richtigen Marke, sondern auch regional stark kommunizieren - das garantieren wir mit der Teilbelegung von Nielsen-Belegungsgebieten.

Format:

Mindestformat 1/1 Seite

Unser Angebot für 1/1 Seite:

Nielsen I	27.160 € brutto
Nielsen II	39.820 € brutto
Nielsen IIIa	25.580 € brutto
Nielsen IIIb	22.900 € brutto
Nielsen IV	24.910 € brutto
Nielsen V - VII	31.750 € brutto

Geringfügige Abweichungen von den Gebietsgrenzen sind aus vertriebstechnischen Gründen nicht ausgeschlossen. Anzeigenpreise 2016

DIE BESTSELLER

AUS DEM ADAC VERLAG



ADAC Motorwelt
 Leser: 15,10 Mio.
 Auflage: 13,7 Mio.*
 1/1 Seite, 4c
 1/1 Seite: 124.000,- €



ADAC Freizeit Mobil
 Auflage: 380.000 Ex.
 EVT: Jan./Sept.
 1/1 Seite 4c
 15.950,- €



ADAC
 Reisemagazin
 Leser:
 1,4 Mio.
 Auflage:
 83.141*
 1/1 Seite
 20.300,- €



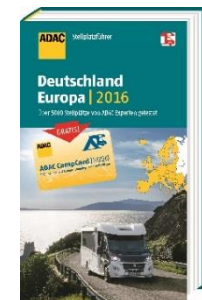
ADAC Campingwelt Online
 ~ 21,5 Mio. Pls
 ~ 2,2 Mio. Besucher
 (2015)



ADAC Campingführer
 Auflage: 120.000 Ex.



ADAC Camping-
 und Stellplatzführer
 Auflage: 45.000 Ex.



ADAC Stellplatzführer
 Auflage: 50.000 Ex.

*IVW III/2015 – II/2016

IHRE

ANSPRECHARTNER

Für Fragen oder weitere Auswertungswünsche stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung
ADAC Verlag GmbH & Co. KG:

Olaf Zwingenberger, Leiter Anzeigenmarketing
Tel. 089/76766055
E-Mail: olaf.zwingenberger@adac.de

Josef Eisenberger, Stellv. Gesamtanzeigenleiter
Tel. 089/76766035
E-Mail: josef.eisenberger@adac.de

Besuchen Sie uns für mehr Informationen im Internet: media.adac.de