

KÜS Trend-Tacho

Deutsche setzen auf Premiumreifen

Deutsche Autofahrer sind zu 70 Prozent auf Reifen von Premiumherstellern unterwegs. Im Vorjahr waren es nur 66 Prozent. Das Qualitysegment ist im Jahresvergleich von 31 auf 28 jetzt Prozent gesunken. Nur zwei Prozent der Befragten wählten Budgetreifen (2016: drei Prozent). Das ergab die im Juni veröffentlichte Umfrage zum KÜS Trend-Tacho, den die Marktforscher der BBE Automotive im Auftrag der Prüf- und Überwachungsorganisation KÜS regelmäßig erheben.

Bei den Premium-Herstellern wurde zu 32 Prozent Continental gekauft, 20 Prozent entschieden sich für Michelin und 19 Prozent für Goodyear. Im mittleren Qualitysegment führt Hankook mit 26 Prozent an, es folgen Fulda mit 15 Prozent und Vredestein mit 12 Prozent. Im Budgetbereich wählten 39 Prozent der im April telefonisch und online befragten 1.000 Pkw-FahrerInnen Reifen der Marke Barum, 36 Prozent Nexen und 15 Prozent Goodride.

Von den Befragten wussten 23 Prozent nicht, welche Reifenmarke aktuell auf ihren Felgen montiert ist. Ebenso viele gaben an, keine Präferenz beim kommenden Reifenkauf zu haben. Autofahrer, die eine Präferenz für einen Hersteller angaben, tendierten stark zum Premiumsegment. 17 Prozent würden beim nächsten Reifenkauf Continental wählen. 13 Prozent ziehen Pneus von Michelin vor, Goodyear kann

12 Prozent überzeugen. Es folgen Dunlop mit 7 Prozent und Bridgestone mit 6 Prozent.

Den geplanten Kauf des neuen Reifens wollen 28 Prozent beim Reifenfachhandel tätigen. 21 Prozent der Befragten möchten die freien Werkstätten bemühen, 18 Prozent online shoppen und 14 Prozent planen ein Autohaus ihrer Fahrzeugmarke anzusteuern. Die freien Werkstätten sind der Anlaufpunkt für die Montage der im Netz gekauften Reifen. 45 Prozent der Internetkäufer wollen dort die Pneu auf die Felge ziehen lassen. 17 Prozent erledigen das selbst, 12 Prozent innerhalb des Freundes- und Bekanntenkreises. Weitere 12 Prozent im Autohaus der gefahrenen Marke und nur 9 Prozent wollen dem Trend-Tacho zufolge den Reifenfachhandel bemühen. Wobei sich hier aus Sicht des BRV die Frage stellt, inwieweit die Verbraucher angesichts zunehmender Diversifizierung des Reifenhandels in Richtung Kfz-Service viele Reifenexperten mittlerweile einfach als freie Werkstatt wahrnehmen.

Beim letzten Reifenkauf wussten nur 35 Prozent der Autofahrer im Vorhinein, welche Marke gekauft werden soll. Die Wahl eines geeigneten Reifens wird von 51 Prozent der Befragten innerhalb einer halben Stunde getroffen. Expertenempfehlungen und der Preis sind dabei die wichtigsten Entscheidungskriterien.

Großhändler Bohnenkamp

Erster Kleinreifenkatalog erschienen



Die Vielfalt bei Kleinreifen ist groß. Damit Bohnenkamp-Kunden schnell den richtigen Reifen finden, hat der Osnabrücker Reifengroßhändler aus dem gesamten Markt die wichtigen Marken und Produkte herausgefiltert und auf über 170 Seiten in seinem neuen Kleinreifenkatalog übersichtlich zusammengestellt. Alle Produkte für die Landwirtschaft, den Garten- und Landschaftsbau, Transportgeräte und Karren sowie für Trailer und die Freizeit – vom AS-Kleinreifen und Heumaschi-

nenreifen über Rasen- und Slickreifen bis hin zu Trailer- und ATV-Reifen – sind darin detailliert beschrieben. Schläuche, Ventile, Felgen, Montagezubehör und Reparaturmaterial runden das Programm ab.

Der Katalog bietet nicht nur alle technischen Informationen zu über 2.500 Produkten von 3 bis 24 Zoll und über 20 Marken, sondern vermittelt auch viel technisches Hintergrundwissen rund um Reifen und Räder. Zu finden ist das Nachschlagewerk auf der Website www.bohnenkamp.de unter dem Menüpunkt Service & Aktuell > Download Übersicht.

Das Kleinreifensortiment vervollständigt als Drittes im Bunde – neben dem „Gesamtsortiment Agrar“ und dem „Gesamtsortiment Erdbewegung und Industrie“ – das Angebot von Bohnenkamp als Komplettanbieter rund um Reifen und Räder im Off-Road-Bereich.

Abb.: Bohnenkamp

Produktübersicht und technisches Hintergrundwissen: der neue Kleinreifenkatalog von Bohnenkamp.