



LECTURA Flash Umfrage

Reifen

Über LECTURA

LECTURA ist **seit 1984** der führende Anbieter von Maschinen-Informationen auf dem Markt. Unsere Datenbank enthält Informationen und Daten zu mehr als **145.000 Modellen von Mobilien Maschinen** und über unsere Online-Tools und digitalen Lösungen bieten wir Bewertungen für gebrauchte Maschinen an.

Diese umfangreiche Datenbank mit Geräteinformationen zieht jeden Monat Hunderttausende von Fachbesuchern an, die vor ihrer Kaufentscheidung nach Maschinen suchen.

Unser Portal LECTURA Press bietet die neuesten Nachrichten aus der Maschinen-Industrie, sowie Interviews mit Branchen-Experten und Marktführern und veröffentlicht vierteljährlich das Online-Magazin "DigiMessenger", um unseren Lesern die relevantesten und interessantesten News auf einem Blick zur Verfügung zu stellen.

Inhaltsverzeichnis

ÜBER LECTURA FLASH UMFRAGEN	4
FLASH UMFRAGEN – REIFEN	5
REIFEN: GLOBALE ERGEBNISSE	7
REIFEN: EUROPA – NORDAMERIKA	13
FAZIT (Appendix)	17
INDIVIDUELLE UMFRAGEN	19

Über LECTURA Flash Umfragen

Die Welt der mobilen Maschinen umfasst viele verschiedene Branchen und Unternehmen, die entweder Maschinen oder entsprechende Komponenten herstellen. Darüber hinaus bieten einige Unternehmen auch Dienstleistungen und Lösungen an, die eng mit den Geräten verbunden sind, wie Online-Handelsplattformen.

Flash-Umfragen stellen einen neuen Service von LECTURA dar, mit dem Branchenvertreter die wertvollen Meinungen unserer Besucher - potenzieller Kunden - herausfinden können. Die Umfragen sind schnell (daher "Flash"), da sie nur 1-2 Wochen dauern sollen. Trotzdem zögert unser breites Publikum nicht daran teilzunehmen und wir erhalten durchschnittlich 800 Antworten pro Tag (je nach gewähltem Thema). Dies ist ein optimaler Weg um wichtige Marktinformationen aus allen Bereichen der Bau- und Agrarindustrie zu erhalten.

Woher kommen die Ergebnisse? Unser Webportal LECTURA Specs wird monatlich von mehr als 600.000 Branchenexperten besucht und dient als ultimativer Einkaufsführer. LECTURA Specs ist eine riesige mehrsprachige Online-Datenbank mit fast 150.000 Maschinenmodellen, mit Spezifikationen, Datenblättern und Bildern, die täglich aktualisiert werden. Unser Publikum setzt sich aus Maschinenbesitzern/-käufern, Händlern, Ingenieuren, Bau- und Lohnunternehmen, Landwirten, Reparaturwerkstätten, Dienstleistern und anderen Fachleuten zusammen, die täglich über LECTURA-Dienste nach Informationen suchen.

Flash Umfrage: Reifen

Schwere Geräte erfordern für verschiedene Anwendungen Spezialreifen. Während einige Gerätetypen durchgehende Ketten haben, die für härtere Anforderungen geeignet sind, werden, wenn eine höhere Geschwindigkeit oder Mobilität erforderlich ist, Reifen verwendet. Für die richtige Auswahl ist ein Verständnis darüber erforderlich, für welche Aufgaben der Reifen, während der Lebensdauer, geeignet ist. Die Reifenauswahl kann erhebliche Auswirkungen auf die Produktion und die Stückkosten haben. Ziel der aktuellen Forschung war es daher herauszufinden, wo die Besucher von LECTURA Specs normalerweise ihre Reifen kaufen, von welchen Herstellern / oder welche Marke von Ihnen bevorzugt werden und wann sie der Meinung sind, dass der richtige Zeitpunkt für den Kauf neuer Reifen ist.

Die Umfrage wurde in zwei Durchgängen für jeweils zwei Wochen durchgeführt. Die Daten wurden vom 16. bis 30. November im ersten Durchgang von insgesamt 1.626 gesammelt (die Teilnahme war freiwillig ohne Anreize). Der zweite Durchgang lief vom 14. bis 20. Dezember. Die Gesamtzahl der an der Umfrage teilnehmenden Personen belief sich auf 2.645. Die Umfrage bestand aus drei Fragen:

Wo kaufen Sie Ihre Reifen?

Würden Sie uns bitte drei Marken mitteilen, bei denen Sie normalerweise Reifen kaufen? (offene Frage im ersten Durchgang. Nachdem die beliebtesten Marken untersucht worden waren, wurde das Fragenformat von offenem zu geschlossenem Format geändert.)

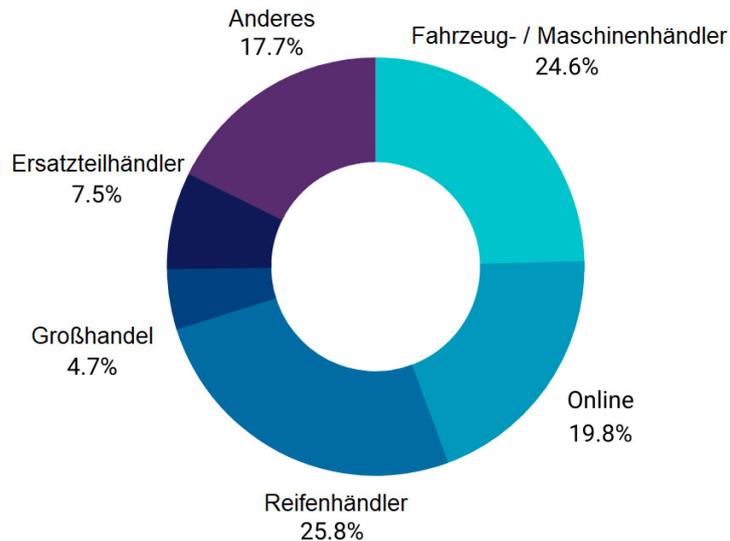
Wie oft kaufen Sie Reifen? (Likert-Skala)

Der aktuelle Umfragebericht enthält die Ergebnisse der allgemeinen Umfrage und den Vergleich der Antworten des Specs-Publikums aus der Europäischen Union und Nordamerika. Im Gegensatz zu früheren Analysen aus der Flash Survey-Reihe konzentriert sich diese auf mögliche Unterschiede zwischen drei Industriesektoren: Bauwesen, Landwirtschaft und Materialtransport.



Reifen: Allgemeine globale Ergebnisse

Die Ergebnisse sind wie folgt dargestellt. Zunächst wird der Service vorgestellt, bei dem normalerweise Reifen gekauft werden. Dann folgt die Rangliste der bevorzugten Reifenmarken und schließlich untersuchen wir, wie oft die Befragten neue Reifen kaufen. Trotz unserer vordefinierten Optionen gaben 17,7% der Befragten an, Reifen anderswo zu kaufen.



WÜRDEN SIE UNS BITTE DREI MARKEN MITTEILEN, BEI DENEN SIE NORMALERWEISE REIFEN KAUFEN?

Anschließend wurden unsere Befragten gebeten, uns drei Marken mitzuteilen, die Sie beim Kauf bevorzugen. Trotz der Tatsache, dass einige von ihnen uns nicht 3 ausgewählte Marken mitgeteilt haben, nach denen wir sie fragten, bestand die Rangfolge aus 54 Marken. Aus diesen haben wir die 7 am häufigsten ausgewählt, die im zweiten Durchgang der Umfrage in einem geschlossenen Frageformat präsentiert wurden. Dieser Ansatz führte uns zu einer tieferen Untersuchung der Präferenz, selbst wenn beliebte Marken berücksichtigt wurden. Insgesamt ist der Rang wie folgt. Unabhängig vom Frageformat hat Michelin definitiv den 1. Platz erobert.

[1. Michelin \(FR\)](#)

[2. GoodYear \(USA\)](#)

[3. Continental \(DE\)](#)

[4. BKT \(IND\)](#)

[5. Bridgestone \(JPN\)](#)

[6. Trelleborg \(SWE\)](#)

[7. Firestone \(USA\)](#)

WIE OFT KAUFEN SIE REIFEN?

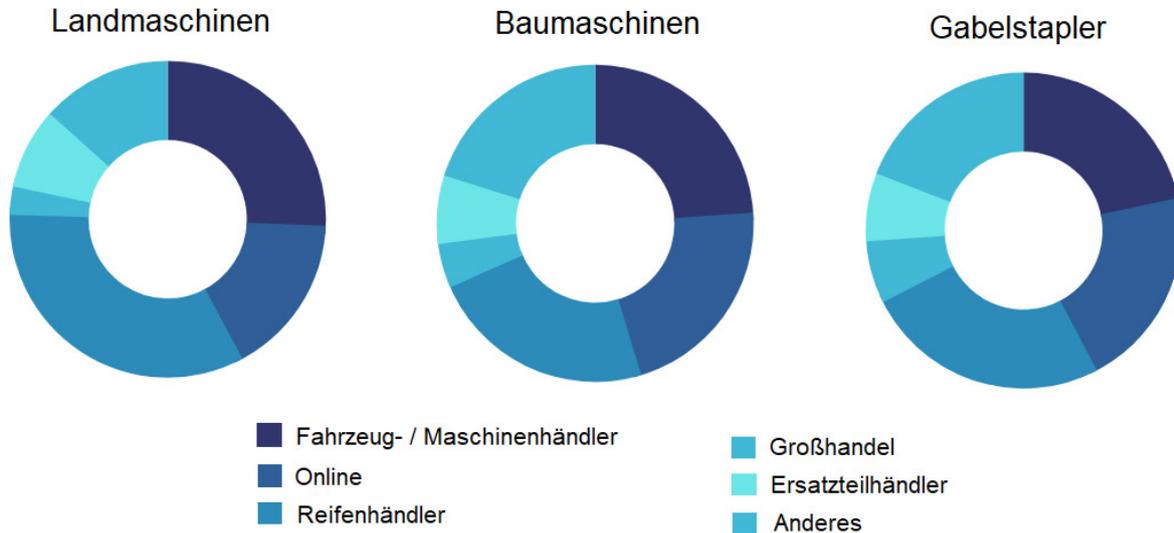
Unsere letzte Frage konzentrierte sich auf eine Situation, in der unsere Befragten normalerweise neue Reifen kaufen. Die Frage selbst wurde als Likert-Skala konzipiert, um festzustellen, ob Menschen normalerweise neue Reifen auf Vorrat kaufen, um einige auf Lager zu haben, oder nur bei Bedarf - zum Beispiel, wenn Mängel aufgetreten. Die Ergebnisse zeigen, dass etwa ein Drittel der Befragten (35,7%) neue Reifen nur bei Bedarf kauft - und 17,2% eher bei Bedarf. Andererseits würden 17,8%, wenn sie mögliche gefährliche Folgen des Fahrens mit alten Reifen in Betracht ziehen, wahrscheinlich neue Reifen im Voraus kaufen und 12,7% eher im Voraus. Schließlich haben 16,7% der Befragten keine konkrete Meinung zum Zeitpunkt des Reifenkaufs - dies hängt wahrscheinlich von anderen Situationen ab.



SPEZIFIKATIONSKATEGORIEN

Unser nächstes Ziel war es zu untersuchen, ob Befragte aus verschiedenen Industriebereichen, beim geplanten Kauf von Reifen über bestimmte Aspekte nachdenken. Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, die Antworten der Befragten, die aus den Bereichen „Landwirtschaftliche Maschinen“, „Baumaschinen“ und „Materialtransport“ (Arbeitsbühne und Gabelstapler) teilgenommen haben, separat zu prüfen. Die Teilnehmer der Umfrage aus dem landwirtschaftlichen Bereich (33,3%) und dem Bereich Materialtransport (25,2%) bevorzugen Reifenfachgeschäfte. Auch Befragte aus der Kategorie Baumaschinen kaufen häufig Reifen in Fachgeschäften (23,1%), obwohl sie Fahrzeug- / Maschinenhändler bevorzugen (23,9%). Es ist wichtig zu beachten, dass selbst Befragte aus beiden verbleibenden Kategorien häufig Reifen von Fahrzeug- / Maschinenhändlern kaufen (Landwirtschaft: 25,7%; Materialtransport: 21,7%). In den folgenden Optionen unterscheiden sich die Antworten je nach Kategorie, aus der die Befragten stammen. Beispielsweise kaufen Befragte aus den Kategorien Materialtransport (20,6%) und Baukategorie (21,4%) häufig Reifen online. Im Gegensatz dazu kaufen nur 16,5% der Befragten aus der Kategorie Landwirtschaft Reifen online. Die übrigen Reifenverkäufer waren weniger beliebt. Bei der Betrachtung des Großhandels würden nur 2,9% der Befragten aus der Kategorie Landwirtschaft, 4,5% der Befragten aus der Kategorie Bau und 6,4% der Befragten aus der Kategorie Materialtransport diese Option wählen. Die Präferenzen waren auch für Teilehändler niedriger, die nur 7% der Befragten aus der Kategorie Bau und Materialtransport und 8,3% der Befragten aus der Kategorie Bau wählen würden. Wir haben unsere Befragten auch gefragt, ob sie lieber andere Reifenverkäufer bevorzugen. Interessanterweise würden fast 20% der Befragten aus der Kategorie Bau und Materialtransport Reifen kaufen und nicht anderswo, verglichen mit 13,4% der Befragten aus der Kategorie Landwirtschaft. Daher gibt es offensichtlich einige Unterschiede zwischen diesen Kategorien, was

durch unsere statistische Analyse bestätigt wurde, die darauf hinweist, dass diese Unterschiede statistisch signifikant sind.



Darüber hinaus haben wir uns auf Unterschiede bei den Reifenherstellern zwischen Befragten aus verschiedenen Industrie Kategorien konzentriert. Allen Kategorien gemeinsam ist die Beliebtheit von Michelin. Bei anderen Marken bestehen jedoch einige Unterschiede. Beispielsweise würden Befragte aus der Kategorie Bau und Materialtransport Reifen bevorzugen, die von Continental hergestellt werden. Befragte aus der Kategorie Landwirtschaft würden BKT-Reifen oder Trelleborg-Reifen bevorzugen (was bei den übrigen Kategorien verloren ging). Mit Ausnahme von Michelin bevorzugen unsere Befragten jedoch unabhängig von der Industrie Kategorie auch Goodyear-Reifen. Der Rang der Einstellungen wird unten erneut dargestellt. Die nachfolgenden Analysen sind im Anhang dargestellt.

LANDMASCHINEN

1. Michelin (FR)
2. BKT (IND)
3. GoodYear (USA)
4. Trelleborg (SWE)
5. Continental (DE)
6. Firestone (USA)
7. Bridgestone (JPN)

BAUMASCHINEN

1. Michelin (FR)
2. GoodYear (USA)
3. Continental (DE)
4. Bridgestone (JPN)
5. BKT (IND)
6. Firestone (USA)
7. Trelleborg (SWE)

GABELSTAPLER

1. Michelin (FR)
2. GoodYear (USA)
3. Continental (DE)
4. Bridgestone (JPN)
5. BKT (IND)
6. Firestone (USA)
7. Trelleborg (SWE)

Am Ende haben wir die Einstellung unserer Befragten zum Zeitpunkt des Reifenkaufs verglichen. Es wurden keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den Befragten aus verschiedenen Kategorien gefunden. Offensichtlich kaufen Befragte aus der Kategorie Landwirtschaft jedoch eher bei Bedarf als im Voraus neue Reifen. Die Befragten aus der Kategorie Bau und Materialtransport sind etwas vorausdenkender.

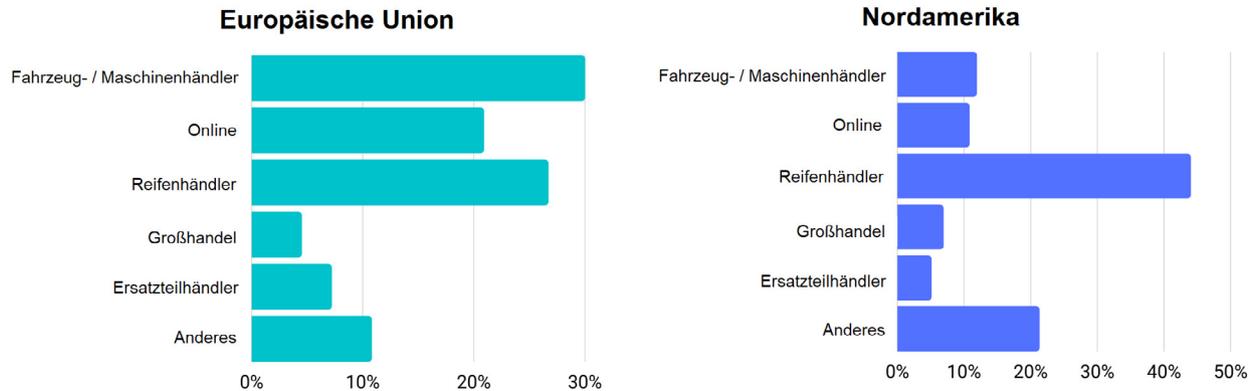


REIFEN: Unterschied EU/NA

Bisher wurden nur die allgemeinen globalen Ergebnisse diskutiert. Wie aus früheren Umfragen hervorgeht, bestehen jedoch in der Regel einige Nuancen zwischen den Meinungen der europäischen und amerikanischen Befragten.

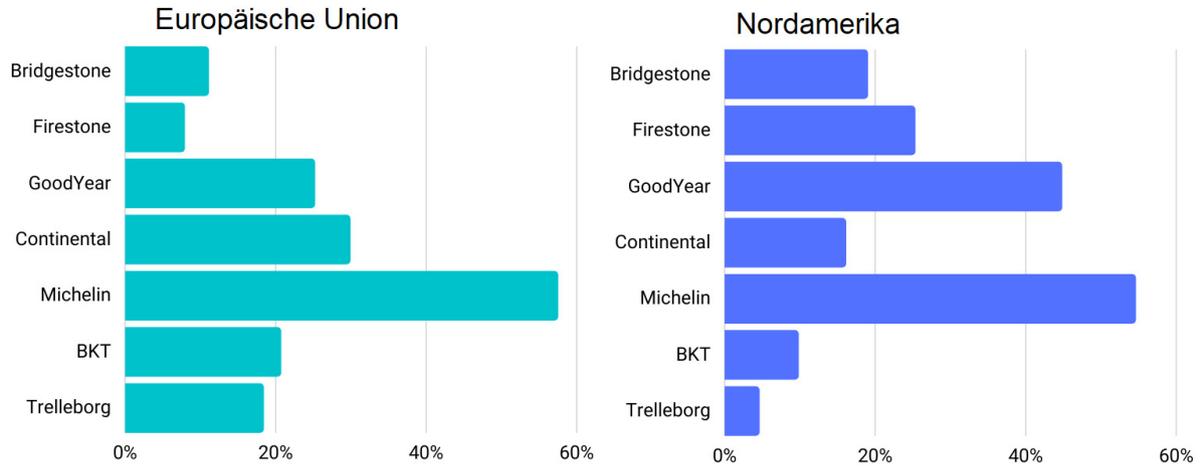
WO KAUFEN SIE IHRE REIFEN?

Vor diesem Hintergrund haben wir analysiert, ob sich Europäer und Amerikaner in ihren Präferenzen gegenüber Reifenanbietern unterscheiden. Die Ergebnisse zeigen, dass Europäer beispielsweise häufiger Fahrzeug- oder Maschinenhändler (30,0% gegenüber 11,9%), Online-Shops (20,9% gegenüber 10,8%) und Teilehändler (7,2% gegenüber 5,1%) bevorzugen. Die Amerikaner hingegen würden lieber neue Reifen in Fachgeschäften (44% gegenüber 26,7%) und im Großhandel (6,9% gegenüber 4,5%) kaufen. Wenn möglich, würden die Amerikaner wahrscheinlich eine andere Option wählen als die Optionen, die wir in unserer Umfrage definiert haben. Dank weiterer Analysen haben wir außerdem festgestellt, dass unsere Ergebnisse bei mittlerer Effektgröße statistisch signifikant sind. Das lässt uns zu dem Schluss kommen, dass die Amerikaner und Europäer tatsächlich bestimmte Verhaltensmuster haben, wenn sie über den Kauf neuer Reifen nachdenken. Auf der anderen Seite können die Ergebnisse mit Ausnahme des Verhaltens der Menschen auch von den Marktbedingungen beeinflusst werden - zum Beispiel von der Verfügbarkeit der Dienste.



WÜRDEN SIE UNS BITTE DREI MARKEN MITTEILEN, BEI DENEN SIE NORMALERWEISE REIFEN KAUFEN?

Die allgemeinen globalen Ergebnisse zeigten, dass die beliebtesten Marken unter unseren Befragten Michelin, Goodyear, Continental, BKT, Firestone, Bridgestone und Trelleborg sind. Daher haben wir die Präferenzen für diese Marken an europäischen und amerikanischen Stichproben verglichen. Wenn wir uns nur auf die aktuellen Marken konzentrieren, haben wir statistisch signifikante Unterschiede in ihren Präferenzen festgestellt. Während die Befragten unabhängig von der Herkunftsregion Michelin bevorzugen, haben sie unterschiedliche Meinungen zu den übrigen Reifenherstellern. Während die deutsche Marke Continental die zweitbeliebteste Marke in der europäischen Stichprobe war, bevorzugten die Amerikaner Goodyear. Wiederum war die zweite amerikanische Marke Firestone bei den Amerikanern beliebter, und der schwedische Trelleborg und der italienische Pirelli wurden häufiger bei den Europäern ausgewählt. Die Ränge und grafisch visualisierten Einstellungen werden unten dargestellt.



EUROPÄISCHE UNION

1. Michelin (FR)
2. Continental (DE)
3. GoodYear (USA)
4. BKT (IND)
5. Trelleborg (SWE)
6. Bridgestone (JPN)
7. Firestone (USA)

NORDAMERIKA

1. Michelin (FR)
2. GoodYear (USA)
3. Firestone (USA)
4. Bridgestone (JPN)
5. Continental (DE)
6. BKT (IND)
7. Trelleborg (SWE)

WIE OFT KAUFEN SIE REIFEN?

Dann haben wir auch die Kaufmuster überprüft, wann unsere Befragten jeweils neue Reifen kaufen. Es wurden jedoch keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen Europäern und Amerikanern festgestellt. Von beiden Befragten Gruppen kaufen die meisten eher bei Bedarf neue Reifen. Obwohl die Ergebnisse unserer Stichprobe zeigten, dass die Europäer häufiger berichteten, dass sie im Voraus neue Reifen kaufen.



Fazit

Diese Umfrage lieferte uns interessante Informationen darüber, welche Faktoren bei der Kaufentscheidung für Reifen wichtig sind. Heutzutage können die Kunden Reifen von vielen Anbietern kaufen und jeder von ihnen hat einige Vor- und Nachteile. Unabhängig von der Spezialisierung und Herkunftsregion der Befragten würden die meisten Menschen jedoch neue Reifen bei Fahrzeug- / Maschinenhändlern oder Reifenfachgeschäften kaufen. Auf der anderen Seite war der Großhandel, gefolgt von Teilehändlern, der am wenigsten bevorzugte Ort, um neue Reifen zu kaufen.

Im LECTURA Specs Guide sind viele der größten Reifenhersteller aufgeführt. Die Beliebtheitswerte stimmen normalerweise mit Michelin, Continental, GoodYear oder Bridgestone überein, gefolgt von kleineren Herstellern. Die Ergebnisse unserer Umfrage bestätigten sogar die Beliebtheit dieser Marken. Lokale Rankings können sich jedoch in gewisser Weise von globalen Zahlen unterscheiden, beispielsweise aufgrund der Zugänglichkeit der Dienstleistungen der Hersteller oder aufgrund von Tendenzen zur Unterstützung der lokalen Wirtschaft. Andererseits ermöglicht die Globalisierung sogar lokalen Marken, globale Märkte zu erreichen, weshalb die Unterschiede zwischen den Regionen nicht so ausgeprägt wären wie erwartet. Überraschenderweise war nur Michelin bei Amerikanern so beliebt wie bei Europäern. Unsere Ergebnisse zeigen immer noch statistisch signifikante Unterschiede zwischen der Europäischen Union und Nordamerika.

Das letzte Thema, auf das wir uns konzentrierten, war der Zeitpunkt des Reifenkaufs. Reifen sind eine große Ausgabe für jedes Projekt. Es sollte sorgfältig überlegt werden, um übermäßigen Verschleiß oder Beschädigungen zu vermeiden. Viele Anzeichen

können dem Maschinenbediener mitteilen, dass die Reifen ausgetauscht werden müssen - zum Beispiel die Gewindetiefe, die Profilverschleiß-Anzeigeleiste, Risse in der Seitenwand, Ausbuchtungen und Blasen am Reifen und zu viele Vibrationen. Daher hat unsere Umfrage diese Problematik ganz einfach dadurch eröffnet, dass wir uns darauf konzentrierten, ob unsere Befragten neue Reifen im Voraus kaufen, sie im Falle eines erforderlichen Ersatzes auf Lager haben oder nur bei Bedarf (d.h. wenn sie ein Zeichen oder einen Indikator sehen, dass der Reifen zu alt ist). Obwohl wir uns nicht darauf konzentriert haben, welche Indikatoren die Befragten zum Kauf neuer Reifen anleiten, kaufen die meisten unserer Befragten neue Reifen normalerweise nur bei Bedarf.

APPENDIX

[Finden Sie die ausgearbeiteten Datenanalysen und Ergebnisse \(EN\).](#)

Interessiert an Ihrer individuellen Umfrage?

Wann immer Sie Ihr Unternehmen verbessern und ausbauen möchten, kann die Durchführung einer Umfrage hilfreich sein. Trotz der Tatsache, dass es viele Forschungsmethoden oder -strategien gibt, um das Verhalten Ihrer Kunden zu verstehen, ist es am einfachsten, Informationen über Personen zu erhalten, indem Sie sie einfach fragen. Wenn Sie die Perspektive und Bedürfnisse Ihrer Kunden verstehen, erhalten Sie die wichtigsten Informationen über die zukünftige Entwicklung Ihres Unternehmens und legen somit die Prioritäten seiner Ausrichtung fest. Darüber hinaus hilft die kontinuierliche Kommunikation mit Ihren Kunden und der Nachweis des Interesses an deren Bedürfnissen, ihre Loyalität aufrechtzuerhalten.

LECTURA kann Ihre Umfrage mit Hunderttausenden von Branchenexperten durchführen - Ihren potenziellen Kunden aufgrund unseres großen Publikums. Mehr als 600.000 Fachbesucher recherchieren jeden Monat nach Geräten in unserem ultimativen Einkaufsführer LECTURA Specs. Darüber hinaus beteiligen sie sich aktiv an unseren Umfragen. Insbesondere beträgt Beteiligungsrate etwa 4%, was zu ca. 800 täglichen Antworten führt. Wir haben unseren Kunden bereits Umfragen zur Verfügung gestellt, bzgl. Bewertung von Telematik, Ersatzteilen oder Ausrüstung, bei denen wir Zehntausende von Antworten gesammelt haben.

Wenn das Ergebnis für Sie unklar ist, kann LECTURA die Antworten anhand vordefinierter Kriterien analysieren: Region / Herkunftsland, Branche und Art des Geschäfts. Um die Kriterien zu erreichen, können wir Ihre Umfrage nur auf bestimmten Webseiten platzieren oder Ihnen 8 Sprachversionen zur Verfügung stellen - Englisch, Deutsch, Spanisch, Französisch, Italienisch, Niederländisch,

Polnisch und Russisch (für Englisch, Deutsch, Spanisch, Französisch und Polnisch auch mit Übersetzung).

Darüber hinaus bieten wir unsere Umfrage in zwei Formaten an. Im ersten Fall können wir die Fragen in einem Widget anzeigen, das unten auf der Seite "guckt". Im zweiten Format werden die potenziellen Befragten mit einer URL versehen, die sie direkt bekommen, z. B. indem sie in eine Newsletter-E-Mail aufgenommen werden. Ersteres halten wir jedoch für unauffälliger. Die endgültige Entscheidung hängt jedoch von Ihren Überlegungen ab. Konkret ist der Prozess für die Durchführung einer Umfrage mit LECTURA wie folgt:

Als erstes werden die Ziele der Umfrage festgelegt - für wen, warum, welche Informationen möchten Sie durch die Umfrage erhalten. Anschließend erstellen Sie die Fragen, die wir auf die Webseiten stellen. Nach Ablauf der Umfrage entscheiden Sie, ob Sie die gesammelten Daten analysieren möchten (wir können Ihnen die Rohdaten im XLS-, SAV- oder CSV-Format zur Verfügung stellen), oder das LECTURA Team analysiert es für Sie und liefert Ihnen einen umfassenden Ergebnisbericht. Mehr über LECTURA Umfragen: <https://www.lectura.de/surveys/>.

ANDERE UMFragen VON LECTURA

- **COVID Umfrage in Zusammenarbeit mit CECE and ERA**
- **Flash Umfrage: Motoren**
- **Flash Umfrage: Finanzen & Leasing**

Alle veröffentlichten Umfragen auf [LECTURA Press](#) finden Sie im Bereich [reports](#).

KONTAKT

Patrik Eder
Editor
p.eder@lectura.de