

Reifenkaufverhalten in Deutschland: Kunden kaufen weiterhin häufig im Handel

- **Continental und forsa haben nachgefragt: So werden Reifen im Jahr 2023 gekauft**
- **Verbraucher informieren sich sowohl online als auch beim Händler, gekauft wird eher stationär**
- **Die Bedeutung von Ganzjahresreifen nimmt langsam aber stetig zu**

Hannover, 10. Oktober 2023. Wo informieren sich Autofahrer vor dem Kauf über ihre neuen Reifen? Welche Faktoren sind bei der Entscheidung für ein bestimmtes Modell wichtig? Welche Rolle spielt der stationäre Handel gegenüber dem Onlinekauf? Der Reifenhersteller Continental untersucht gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa kontinuierlich das Reifenkaufverhalten in Deutschland. Diese Umfrage findet jährlich sowohl im Sommer als auch im Winter statt. Dazu wurden zuletzt im Juni 2023 1.000 Autofahrer gefragt, die in den letzten drei Monaten neue Reifen gekauft hatten. Die Ergebnisse zeigen den Weg des Reifenkaufs vom Erkundigen, über die entscheidenden Faktoren bei der Reifenauswahl bis zum Erwerb der Reifen.

Reifenkäufer informieren sich online – aber auch in der persönlichen Beratung

Informationen zum Thema Reifen sammeln Käufer sowohl im digitalen, als auch im analogen Raum. 13 Prozent der Befragten gaben an, über eine Suchmaschine Informationen zu sammeln. Weitere neun Prozent greifen jeweils auf Online-Reifeshops und Verbrauchs- sowie Vergleichsportale zurück. Während sieben Prozent Internetangebote von Auto- und Testzeitschriften, Automobilclubs oder ähnlichen Veröffentlichungen durchstöbern und ebenfalls sieben Prozent Internetangebote von Reifenherstellern sichten. Neben den vielen Möglichkeiten, sich im Internet über Reifen zu informieren, vertrauen noch 38 Prozent der Befragten auf die persönliche Beratung, etwa in der Werkstatt oder im Reifenhandel. 14 Prozent fragen Freunde, Bekannte, Verwandte und/oder Kollegen um Rat. Somit sind die direkte Meinung und der Austausch mit Experten sowie anderen Vertrauenspersonen weiterhin von hoher Bedeutung.

Sicherheit bei der Entscheidung für Reifen an erster Stelle

Wenn die nötigen Informationen gesammelt sind, müssen sich Reifenkäufer für ein Produkt entscheiden. 96 Prozent halten dabei die Fahrsicherheit für einen wichtigen oder sehr wichtigen Faktor. Eine weitere Priorität hat das Preis-Leistungsverhältnis mit 87 Prozent. Die Nachhaltigkeit von Reifen ist für zwei Drittel der Umfrageteilnehmer wichtig. Reifenentwickler Andreas Schlenke von Continental begrüßt den Fokus auf die Fahrsicherheit bei der Reifenkaufentscheidung: „Autofahrer sollten sich konstant mit dem Thema Fahrsicherheit auseinandersetzen. Das beginnt bei der Entscheidung für den passenden Reifen zum Beispiel mit Blick auf Reifengröße, Last- und Geschwindigkeitsindex und Jahreszeit. Im Alltag sollte dann regelmäßig geprüft werden, ob die Reifen noch genug Restprofil sowie Druck aufweisen und ob die Reifen aufgrund von Schäden oder des Alters erneuert werden müssen.“

Zunehmende Bedeutung von Ganzjahreslösungen

Immer häufiger fällt die Entscheidung der Endverbraucher laut der Umfrage auf Ganzjahresreifen. Mit 28 Prozent im Frühjahr und 27 Prozent im Herbst kaufen mittlerweile jeweils fast fünfzig Prozent mehr Befragte Ganzjahreslösungen als noch vor vier Jahren. Dementsprechend gehen die Verkaufszahlen von Sommer- und Winterreifen leicht zurück. Möglich machen das verbesserte Technologien, die auch im Winter die nötige Fahrsicherheit bieten. Der AllSeasonContact 2 von Continental sorgt zum Beispiel mit seinem innovativen Mix aus Profilgestaltung, Gummimischung und Konstruktion für noch besseres Handling und verkürzte Bremswege auf nassen sowie trockenen Fahrbahnen.

Der stationäre Handel dominiert klar gegenüber dem Online-Handel

Über die Hälfte (56 Prozent) der Befragten kaufen ihre Neureifen im Reifenfachhandel oder einer freien Werkstatt. Zusammen mit weiteren stationären Händlern wie Autohäusern, Vertragswerkstätten oder dem Kfz-Zubehör-Handel ist der stationäre Handel mit 78 Prozent im Vergleich zu dem Online-Handel weiterhin der Ort, an dem Kunden neue Reifen bevorzugt kaufen.

Beim Kauf von Reifen gilt: Vertrauen ist wichtiger als Kontrolle. Eine zusätzliche Point-of-Sale-Feldstudie von Continental im vergangenen Winter mit rund 200 Kunden unterstreicht die bleibende Bedeutung des stationären Handels und der persönlichen Verbindung. 43 Prozent der Stammkunden haben sich vor dem Reifenkauf nicht selbst informiert, sondern dem Händler „blind“ vertraut.

Continental entwickelt wegweisende Technologien und Dienste für die nachhaltige und vernetzte Mobilität der Menschen und ihrer Güter. Das 1871 gegründete Technologieunternehmen bietet sichere, effiziente, intelligente und erschwingliche Lösungen für Fahrzeuge, Maschinen, Verkehr und Transport. Continental erzielte 2022 einen Umsatz von 39,4 Milliarden Euro und beschäftigt aktuell rund 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 57 Ländern und Märkten.

Der **Unternehmensbereich Tires** verfügt über 24 Produktions- und Entwicklungsstandorte weltweit. Continental ist einer der führenden Reifenhersteller und erzielte im Geschäftsjahr 2022 in diesem Unternehmensbereich mit 57.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz in Höhe von 14 Milliarden Euro. Continental ist einer der Technologieführer im Bereich der Reifenproduktion und bietet eine breite Produktpalette für Personenkraftwagen, Nutz- und Spezialfahrzeuge sowie Zweiräder an. Durch kontinuierliche Investitionen in Forschung und Entwicklung leistet Continental einen wichtigen Beitrag zu sicherer, wirtschaftlicher und ökologisch effizienter Mobilität. Das Portfolio des Reifenbereichs umfasst dazu Dienstleistungen für den Reifenhandel und für Flottenanwendungen sowie digitale Managementsysteme für Reifen.

Pressekontakt

Patrick Erdmann
Pressesprecher Pkw- / Transporter-Reifen
Replacement Tires EMEA
Telefon: +49 151 42130265
E-Mail: patrick.erdmann@conti.de

Website:	www.continental-tires.com
Presseportal:	www.continental.de/presse-reifen
Mediathek:	www.continental.de/mediathek