

20.11.2007 - 08:30 Uhr

UEFA EURO 2008: Offizieller Sponsor Continental setzt konsequent auf Verbesserung der Sicherheit im Strassenverkehr - Höhepunkt der Aktivitäten während der K.O-Runde geplant



Hannover/Zürich (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100007848> -

In fast genau 200 Tagen ertönt der Anpfiff zur UEFA EURO 2008, die in Österreich und der Schweiz ausgetragen wird. Am 7 Juni 2008 wird die Schweizer Nationalmannschaft im St. Jakob Park Stadion in Basel das Eröffnungsspiel der Fussball-Europameisterschaft bestreiten. Einer, der diesem Tag ganz besonders entgegen fiebert, ist Ricardo Cabanas, Mittelfeldspieler vom Grashopper Club Zürich, der sich zurzeit von einer Innenband- und Kapselverletzung erholt, die er sich am Ende der vergangenen Saison am 26. August beim Meisterschaftsspiel in Thun zugezogen hatte. Schliesslich will der 27-jährige Werbepartner der Continental Suisse SA, Zürich rechtzeitig topfit sein, um das Schweizer Nationalteam im Mittelfeld nach Kräften zu unterstützen. Auf der deutschen Seite steht nach dem Gewinn der deutschen Meisterschaft und dem Wechsel zum FC Valencia seit Monaten National-Torhüter Timo Hildebrand unter besonderer Beobachtung. Hildebrand hat sein Engagement als Werbepartner für Reifen von Continental nach der FIFA WM 2006 bis 2008 verlängert. Im Rahmen des international geschalteten TV-Spots "Goalkeeper" ist er derjenige, der Fussball und Reifen unter dem Motto "Alles eine Frage der Technik" verbindet.

"Nach dem sehr erfolgreichen Sponsoring der FIFA WM 2006 ist Continental seit Anfang 2006 auch Offizieller Sponsor der UEFA-Fussball-Europameisterschaft. Diese Partnerschaft nutzen wir als strategische Kommunikationsplattform, um die folgenden Ziele zu erreichen:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades der Premium-Marke Continental,
- Emotionalisierung und Schärfung des Markenimages hinsichtlich Sicherheit und Bremsperformance,
- klare Abgrenzung vom Wettbewerb durch Exklusivität im Fussballumfeld,
- Intensivierung der Geschäftskunden-Beziehungen und
- langfristige Steigerung des Reifenabsatzes der Premium-Marke Continental",

so Projektleiter Michael Kohl, der gleichzeitig auch für das Pkw-Reifen-Marketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich ist. Continental ist schon seit über zehn Jahren Partner des europäischen Profi-Fussballs und hat als Sponsor der UEFA Champions League (1995 - 2000) und nicht zuletzt durch das Engagement bei der FIFA WM 2006 (2003 - 2006) vielfältige Erfahrungen sammeln können, die jetzt im Rahmen des Sponsorings der UEFA EURO 2008 zum Tragen kommen.

Das zahlt sich aus: Bereits im Zuge der Fussball-Weltmeisterschaft erreichte die Premium-Reifenmarke Continental in den wichtigsten europäischen Märkten signifikante Zuwachsraten bei der Markenbekanntheit. "Durch das Sponsoring der UEFA EURO 2008 wollen wir die Markenbekanntheit nicht nur in den Ausrichterländern Österreich und Schweiz weiter steigern, wo wir bereits Marktführer im Pkw-Ersatzgeschäft sind. Auch in den unmittelbaren Nachbarländern, in den Wachstumsregionen Zentral- und Osteuropa sowie Asien und Südamerika ist die Aufmerksamkeit für das weltweit zweitgrösste Turnier sehr hoch", so Kohl weiter. Sein Kern-Projektteam, das 15 Mitarbeiter aus der Zentrale und wichtigen europäischen Märkten umfasst, ist seit August 2006 kontinuierlich im Dialog mit allen Vertriebs- und Konzerneinheiten weltweit, um den Verantwortlichen gezielte Unterstützung zu leisten. "Viele unserer Mitarbeiter engagieren sich mit grosser Begeisterung für den Fussball. Dadurch können wir die schönste Nebensache der Welt sehr erfolgreich für den Dialog mit unseren Geschäftspartnern nutzen und erleben Fussball gemeinsam. Das verbindet", ergänzt Kohl. "Alle Aktivierungsmassnahmen für das Fussball-Sponsoring sind in eine Gesamtstrategie eingebettet, die wie zur Fussball-Weltmeisterschaft global angelegt ist und inhaltlich die Verbesserung der Verkehrssicherheit in den Mittelpunkt stellt. Wir betonen dabei den konkreten Nutzen unserer Produkte, wie zum Beispiel die sehr gute Bremsleistung." Entsprechend ist die Produkt-Kommunikation für die Premium-Reifenmarke Continental konsequent auf allen Ebenen mit dem Sponsoring der UEFA EURO 2008 verknüpft.

Auf der Internet-Seite www.ContiSoccerWorld.de finden Fussballfans exklusive Informationen und Hintergrundberichte zu den Stars, Teams und Trainern, zur UEFA EURO 2008 und der Qualifikation dafür sowie zu allen Fussball-Aktivitäten des Premium-Reifen-Herstellers. Daneben bietet die Online-Spiele-Plattform www.ContiFanWorld.com in sechs Sprachen regelmässig wechselnde Online-Fussballspiele und zahlreiche Interaktionsmöglichkeiten, bei denen bis zu vier Spieler sogar in Echtzeit gegeneinander spielen können. Nicht nur dabei besteht regelmässig die Möglichkeit, Tickets für ein Spiel bei der UEFA-Fussball-Europameisterschaft zu gewinnen. Auch auf den Leitmesse in Frankfurt (IAA) und Genf (Auto-Salon) verlost Continental täglich Tickets und hat prominente Fussballexperten zu Gast, die Einblicke in das aktuelle Fussballgeschehen geben, sowie die offiziellen Maskottchen Trix und Flix. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Ticket-Promotion-Aktionen in Kooperation mit renommierten Automobil-Zeitschriften wie beispielsweise ADAC Motorwelt, auto motor und sport oder Touring Club Schweiz.

"Der absolute Höhepunkt unserer Aktivitäten wird dann die ContiSafetyExperience sein, bei der Geschäftspartner der Continental AG die Möglichkeit erhalten werden, in Wien oder Basel das breite

Spektrum des Automotive-Konzern-Produktportfolios kennenzulernen und die aktuellen und zukünftigen Reifen und Regelsysteme selbst zu erfahren", begeistert sich Kohl. Natürlich steht dabei auch der Besuch eines Spiels in der K.O.-Runde auf dem Programm. Das Massnahmenbündel des Offiziellen Sponsors Continental ist also längst geschnürt, wenn in 200 Tagen die UEFA EURO 2008 angepiffen wird - mit Sicherheit!

Langversion der Pressemitteilung unter www.ContiSoccerWorld.de!

Kontakt:

Alexander Lührs
Leiter Öffentlichkeitsarbeit Pkw-Reifen
Continental AG
Büttnerstrasse 25,
30165 Hannover
Telefon: +49/511/938-2615, Fax: -2455
E-Mail: alexander.luehrs@conti.de

Medieninhalte



Nationaltorwart Timo Hildebrand vom FC Valencia ist seit 2004 Werbepartner der Continental AG und Hauptakteur im international eingesetzten TV-Spot "Goalkeeper". Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "ots/Continental AG" Titel der Meldung: UEFA EURO 2008. Offizieller Sponsor Continental setzt konsequent auf Verbesserung der Sicherheit im Strassenverkehr - Höhepunkt der Aktivitäten während der K.O.-Runde geplant Stichwörter: Sponsoring, Verkehr, Euro 2008

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010257/100549675> abgerufen werden.