

20.05.2008 - 12:54 Uhr

Führender Automobilzulieferer setzt Marketing-Strategie für Pkw-Reifen fort: Continental AG wird ein Offizieller Sponsor und exklusiver Reifenpartner der FIFA WM 2010[TM] Südafrika

Hannover/Zürich (ots) -

Der internationale Automobilzulieferer Continental AG setzt die langfristig angelegte Marketing-Strategie für seine Premium-Reifenmarke Continental konsequent fort und wird Offizieller Sponsor der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010[TM] in Südafrika in der Produktkategorie Reifen. Darüber hinaus hat Continental eine Option auf eine Verlängerung bis zur FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014[TM] in Brasilien. "Mit diesem Top-Sponsoring bleiben wir für unsere Premium-Reifenmarke Continental auch die nächsten drei Jahre auf dem bereits 1995 eingeschlagenen Pfad und setzen weiter auf Fußball als zentrale Kommunikations-Plattform, um die Markenbekanntheit in unseren Kernmärkten weiter zu steigern", erklärte der Continental-Pkw-Reifen-Vorstand Dr. Alan Hippe heute in Zürich. Mit Hilfe der exklusiven Sponsorings der Champions League (1995 - 2000), der FIFA WM 2006 (2003 - 2006) und der UEFA EURO 2008 (2006 - 2008) hat der Automobilzulieferer den Bekanntheitsgrad der Premium-Reifenmarke Continental in wichtigen Absatzmärkten bereits kontinuierlich gesteigert.

Continental hat 2007 mit mehr als 30 Prozent Marktanteil die Position als Marktführer in der europäischen Erstausrüstung mit Pkw-Reifen ausgebaut und ist seit vielen Jahren auch im Geschäft mit Winter- und Tuningreifen Marktführer. Seit der Mehrheitsbeteiligung am Reifengeschäft der slowakischen Continental Matador Rubber s.r.o. im November 2007 ist das Unternehmen mit einem Marktanteil von über 21 Prozent erstmals auch Gesamtmarktführer für Pkw-Reifen in Europa. "Wir sind aber überzeugt davon, dass wir die Markenbekanntheit besonders in den Wachstumsregionen außerhalb West- und Zentraleuropas noch deutlich verbessern können. Wir wollen Continental deshalb mit Hilfe des Fußball-Sponsorings der FIFA WM 2010 auch in Osteuropa, Russland, Asien und Südamerika langfristig zu einer der Top-Drei Premium-Marken im Reifenersatzgeschäft machen. Und dies wollen wir schneller erreichen als es nur mit klassischer Werbung möglich wäre", so Dr. Hippe.

"Natürlich haben auch die sehr positiven Erfahrungen, die wir bei der FIFA WM 2006 gemacht haben, unsere Entscheidung für das Sponsoring der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010 unterstützt", erklärt Dr. Hippe. Aber auch die Fakten sprechen eine deutliche Sprache: Die FIFA WM-Turniere sind mit Abstand die aufmerksamkeitsstärksten Sportwettbewerbe weltweit. Die FIFA WM 2006[TM] hatte kumuliert insgesamt mehr als 26 Milliarden Live-Fernsehzuschauer und hatte darüber hinaus auch bei den Aufrufen der offiziellen Webseite mit über vier Milliarden Seitenaufrufen eindrucksvolle Rekordmarken erreicht. "Daneben passt Fußball aber auch gut zum Reifengeschäft, denn es geht bei beiden Disziplinen um Technik, Präzision, Leidenschaft und Teamarbeit", so Dr. Hippe.

Continental hat die Rechte erworben, das Sponsoring der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010[TM] weltweit zu vermarkten und wird diese nutzen, um die Produkt-Kommunikation mit dem Sponsoring zu

verknüpfen. Daneben stehen auch wieder ein nennenswertes Ticket-Kontingent und Premium Hospitality zur Verfügung, die sich für Continental als wesentliche Eckpfeiler der Aktivierungsstrategie etabliert haben. "Wir freuen uns, Continental im Kreis der FIFA WM-Sponsoren zu begrüßen. Continental unterstützt den Fußball seit Jahren. Alle Beteiligten können sich glücklich schätzen, ein solch renommiertes Unternehmen an Bord zu haben. Das Engagement von Continental zeigt eindrucksvoll, welchen Stellenwert die erste FIFA Fussball-Weltmeisterschaft in Afrika in der Weltwirtschaft genießt. Wir freuen uns auf eine enge und erfolgreiche Zusammenarbeit", erklärte FIFA-Präsident Joseph S. Blatter.

Neben dem Hauptziel, den Bekanntheitsgrad der Premium-Reifenmarke international weiter zu steigern, zählen zu den weiteren Marketing-Zielen des Technologie-Konzerns aus Hannover laut Dr. Hippe auch:

- das Image der Premium-Marke Continental durch die Verbindung zum weltweiten Profi-Fußball noch stärker zu emotionalisieren,
- die Marke durch Produktexklusivität vom Wettbewerb abzugrenzen und
- das Fußball-Sponsoring eng in die Geschäftskunden-Beziehungen einzubinden.

Die Division Pkw-Reifen der Continental AG arbeitet bereits an Kommunikations-Konzepten für die Premium-Reifenmarke Continental für die Zeit bis zur FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010[TM] und wird im Anschluss an die UEFA EURO 2008[TM] mit deren Umsetzung beginnen. Im südafrikanischen Ersatzgeschäft nimmt der Reifenhersteller mit einem Marktanteil an lokal produzierten Reifen von mehr als 20 Prozent ebenfalls die führende Marktposition ein. In Port Elizabeth, Südafrika, verfügt Continental über ein Werk für Pkw-Reifen, wo 2007 mit insgesamt 1.600 Mitarbeitern rund 2,6 Millionen Reifen produziert und sowohl im Erstausrüstungs- als auch im Ersatzgeschäft verkauft wurden. Darüber hinaus bedient Continental mit einem Werk für Nutzfahrzeugreifen - ebenfalls in Port Elizabeth - den Bedarf südlich der Sahara und damit auch die Nachfrage im Austragungsländ der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010[TM].

Continental wird auf dem Weg zur FIFA WM 2010[TM] wieder zahlreiche Ticket-Promotion-Aktionen durchführen, durch die sowohl Geschäftskunden als auch Endverbraucher in den Genuss von Spielbesuchen kommen werden. Auf der Website www.ContiSoccerWorld.de berichtet Continental umfassend über alle Aktionen zur UEFA EURO 2008[TM] und sämtliche anderen Fußballaktivitäten. Alle Informationen rund um die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010 finden Sie auf der offiziellen Webseite www.FIFA.com.

Der Continental-Konzern gehört mit einem Jahresumsatz von mehr als 25 Milliarden Euro (Basis 2006) weltweit zu den fünf führenden Automobilzulieferern. Als Anbieter von Reifen, Bremssystemen, Systemen und Komponenten für Antrieb und Fahrwerk, Instrumentierung, Infotainment-Lösungen, Fahrzeugelektronik und technischen Elastomer-Produkten trägt das Unternehmen zu mehr Fahrsicherheit und zum Klimaschutz bei. Continental ist darüber hinaus ein kompetenter Partner in der vernetzten, automobilen Kommunikation. Das Unternehmen beschäftigt derzeit rund 150.000 Mitarbeiter an mehr als 200 Standorten in 36 Ländern.

Die Reifen-Divisionen sind ein Offizieller Sponsor der UEFA EURO 2008[TM] und - seit heute auch - der FIFA WM 2010[TM]. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter www.ContiSoccerWorld.de, www.conti-online.com und www.ContiFanWorld.com.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Alexander Lührs
Leiter Öffentlichkeitsarbeit Pkw-Reifen
Continental AG
Büttnerstr. 25, 30165 Hannover
Tel: 0511-938-2615, Fax: -2455
E-Mail: alexander.luehrs@conti.de
www.contisoccerworld.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010257/100561963> abgerufen werden.