

04.09.2008 - 15:31 Uhr

Bandenwerbung bei mehr als 170 Qualifikationsspielen in Europa: Continental AG bucht Sponsoring-Paket auf dem Weg zur FIFA WM 2010™ in Südafrika bei Sportfive

Hannover (ots) -

Als Offizieller Sponsor der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010™ in Südafrika in der Produktkategorie Reifen hat sich der internationale Automobilzulieferer Continental AG eine nennenswerte TV-Präsenz im Rahmen der 260 europäischen Qualifikationsspiele gesichert. Bei mehr als 170 Spielen wird Continental mit jeweils vier Banden im Stadion und durch die weltweiten TV-Übertragungen auch auf Millionen von Fernsehbildschirmen präsent sein. Das Bandenmotiv bleibt unverändert das Continental-Logo in Verbindung mit einem Pkw-Reifen. "Dieses Sponsoring-Paket wird uns helfen, unsere Premium-Reifenmarke Continental bis zum Beginn der nächsten Fussball-Weltmeisterschaft im Sommer 2010 die Markenbekanntheit in unseren Kernmärkten weiter zu steigern", erklärte der stellvertretende Vorstandsvorsitzende Dr. Alan Hippe, der auch für die Division Pkw-Reifen verantwortlich ist. Nach der erfolgreichen Aktivierung des Sponsorings der UEFA EURO 2008™ knüpft der Automobilzulieferer nahtlos an die Marketing-Kommunikation der vergangenen Jahre an. Der Bekanntheitsgrad der Premium-Reifenmarke konnte dabei seit 2006 in allen wichtigen Märkten nennenswert gesteigert werden. Bereits im Vorfeld der FIFA WM 2006™ hatten die Hannoveraner ein Sponsoring-Paket mit Bandenwerbung für die europäischen Qualifikationsspiele gebucht.

Continental ist mit einem Marktanteil von 25 Prozent seit Ende 2007 erstmals in der Unternehmensgeschichte Marktführer für Pkw-Reifen in Europa. "Wir wollen die Marke Continental mit Hilfe des Fußball-Sponsorings besonders in den Wachstumsregionen Osteuropa, Russland, Asien und Südamerika zu einer der Top-Drei Premium-Marken im Reifenersatzgeschäft entwickeln", so Dr. Hippe zu dem Hauptziel des Fußball-Sponsorings der FIFA WM 2010™. Die weiteren Marketing-Ziele des Technologie-Konzerns bleiben auch für die nächsten zwei Jahre unverändert:

- Das Image der Premium-Marke Continental soll durch die Verbindung zum weltweiten Profi-Fußball noch stärker emotionalisiert werden,
- die Marke soll durch Produktexklusivität vom Wettbewerb abgegrenzt werden und
- das Fußball-Sponsoring soll eng in die Geschäftskunden-Beziehungen eingebunden werden.

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 jährlich mit insgesamt 1.300 Mitarbeitern rund 2,6 Millionen Reifen produziert und sowohl im Erstausrüstungs- als auch im Ersatzgeschäft verkauft werden. Darüber hinaus bedient Continental mit einem Werk für Nutzfahrzeugreifen am selben Standort in Port Elizabeth den Bedarf südlich der Sahara und damit auch die Nachfrage im Austragungsländ der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010™. Auf der Website www.ContiSoccerWorld.de berichtet Continental umfassend über alle Fußballaktivitäten. Informationen rund um die FIFA

Fussball-Weltmeisterschaft 2010™ sind auch auf der offiziellen Internetseite www.FIFA.com zu finden.

Die Reifen-Divisionen sind ein Offizieller Sponsor der FIFA WM 2010™. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter www.ContiSoccerWorld.de und www.conti-online.com.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Alexander Lührs
Leiter Öffentlichkeitsarbeit Division 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/100010257/100569022> abgerufen werden.