

24.02.2010 - 16:00 Uhr

Continental AG wird exklusiver Reifenpartner und ein Offizieller Sponsor der FIFA WM 2014 in Brasilien

Hannover/Zürich/Sao Paulo (ots) -

- * Reifenhersteller setzt langfristige Marketing-Strategie für Pkw-Reifen fort
- * Positionierung der Premium-Marke Continental soll weiter gestärkt werden
- * Tickets und Hospitality bleiben wichtige Eckpfeiler der Aktivierung
- * Sponsoring der Major League Soccer bietet Chancen in Nordamerika

Die Continental AG wird die erfolgreiche langfristige Marketing-Strategie für ihre Premium-Reifenmarke Continental mit dem Sponsoring der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014TM in Brasilien in der Produktkategorie Reifen konsequent weiter fortsetzen. "Während die Vorbereitungen für die Aktivierung unseres Sponsorings der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010TM in Südafrika auf Hochtouren laufen, haben wir mit der Verlängerung der FIFA-Partnerschaft bis 2014 bereits die Weichen für die weltweite Marketing-Kommunikation der nächsten Jahre gestellt. Der Profi-Fußball hat sich für uns als zentrale Kommunikations-Plattform hervorragend bewährt, um die Markenbekanntheit in unseren Kernmärkten kontinuierlich zu steigern und unsere Positionierung der Premium-Marke Continental weiter zu stärken. Brasilien verspricht als schillernde Fußballnation und Ausrichter der nächsten FIFA Fussball-WeltmeisterschaftTM schon heute ein einzigartiges Fest der Begeisterung und Leidenschaft zu werden und diese Attribute passen hervorragend zu unseren Produkten", erklärte der Continental-Pkw-Reifen-Vorstand Nikolai Setzer.

Continental ist heute der weltweit viertgrößte Hersteller von Pkw-Reifen. Die Hannoveraner haben sich eine gefestigte Position als Technologieführer erarbeitet, die durch den mit über 30 Prozent sehr hohen Marktanteil in der europäischen Erstausrüstung untermauert wird. Continental ist in Europa seit Ende 2007 auch Gesamtmarktführer (Erstausrüstung & Ersatzgeschäft) für Pkw-Reifen und seit vielen Jahren weltweit führend im Geschäft mit Pkw-Winter-Reifen. "Wir sind überzeugt davon, dass wir unsere Markenbekanntheit mit Hilfe des Fußball-Sponsorings der FIFA WM 2014 besonders in den aktuellen Wachstumsregionen Südamerika und Asien noch deutlich verbessern können. Hinzu kommt, dass wir mit dem Sponsoring der Major League Soccer erstmals ab diesem Jahr auch in Nordamerika Profi-Fußball als nationale Kommunikations-Plattform nutzen können. Wir wollen Continental in den weltweit wichtigsten Märkten langfristig zu einer der Top-Premium-Marken im Ersatzgeschäft machen und das Fußball-Sponsoring so intensiv wie möglich in unsere Geschäftsbeziehungen einbinden", so Setzer weiter.

Continental hat die Rechte erworben, das Sponsoring der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014^(TM) weltweit zu vermarkten und wird diese nutzen, um die gesamte Marketing-Kommunikation eng mit dem Sponsoring zu verknüpfen. Daneben werden auch wieder ein nennenswertes Ticket-Kontingent und Premium-Hospitality zur Verfügung stehen, die sich für Continental als wichtige Eckpfeiler der Aktivierungsstrategie etabliert haben. Im Herbst 2010 wird die Division Pkw-Reifen von Continental ein neues Marketing-Konzept für

die Premium-Reifenmarke Continental für die Zeit bis zur FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014(TM) entwickeln. Im brasilianischen Ersatzgeschäft nimmt der Reifenhersteller mit einem Marktanteil von mehr als 10 Prozent schon heute eine substantielle Position ein. In Camacari, Brasilien, verfügt Continental über ein Werk für Pkw- und Nfz-Reifen, wo die 1.057 Mitarbeiter 2009 insgesamt mehr als vier Millionen Reifen produziert haben. Der Bedarf für das Erstausrüstungs- und Ersatzgeschäft in Südamerika wird maßgeblich von dort gedeckt.

Mit Hilfe der exklusiven Sponsorings der Champions League (1995 - 2000), der FIFA WM 2006, der UEFA EURO 2008 und der FIFA WM 2010 hat der Automobil-zulieferer den Bekanntheitsgrad der Premium-Reifenmarke Continental in wichtigen Absatzmärkten kontinuierlich gesteigert. Unter www.ContiSoccerWorld.de berichtet Continental auf dem Weg zur FIFA WM 2010 in zahlreichen Einblicken, Portraits und Interviews sowohl umfassend über die Teams und Stars als auch über Land und Leute sowie sämtliche eigenen Aktivitäten im Fußballumfeld. Darüber hinaus gibt Continental hier als exklusiver Reifen-Partner des Projektes "Road to South Africa" (www.road-to-south-africa.de) von Anfang April bis zum FIFA WM-Eröffnungsspiel am 11. Juni 2010 in Johannesburg mit Videos, Bildern und Texten auch exklusive Einblicke in die Kultur, Lebensweise und Landschaften von mehr als 25 afrikanischen Ländern.

Continental gehört mit einem Umsatz von ca. 20 Mrd Euro im Jahr 2009 weltweit zu den führenden Automobilzulieferern. Als Anbieter von Bremssystemen, Systemen und Komponenten für Antriebe und Fahrwerk, Instrumentierung, Infotainment-Lösungen, Fahrzeugelektronik, Reifen und technischen Elastomerprodukten trägt Continental zu mehr Fahrsicherheit und zum globalen Klimaschutz bei. Continental ist darüber hinaus ein kompetenter Partner in der vernetzten, automobilen Kommunikation. Continental beschäftigt derzeit rund 134.500 Mitarbeiter in 46 Ländern.

Die Division Pkw-Reifen entwickelt und produziert Pkw-Reifen für Kompakt-, Mittel- und Oberklasse-Fahrzeuge sowie Reifen für 4x4, Van und Kleintransporter. Gefertigt werden Reifen der Marken Continental, Uniroyal (mit Ausnahme der NAFTA-Region, Kolumbiens und Perus), Semperit, Barum, General Tire, Euzkadi, Viking, Gislaved, Mabor, Matador, Sime Tyres und - in Malaysia, Singapur und Brunei - Dunlop. Zur Division Pkw-Reifen gehören auch die Zweiradaktivitäten (Motorrad- und Fahrradreifen) sowie Handelsgesellschaften mit mehr als 2.200 Reifensch- und Franchisebetrieben in 13 Ländern.

Pressekontakt:

Alexander Lührs
Leiter Öffentlichkeitsarbeit Pkw-Reifen
Continental AG
www.continental-corporation.com

E-Mail: Alexander.Luehrs@conti.de
Tel.: +49 (0)511 / 938 26 15
Fax: +49 (0)511 / 938 24 55
www.ContiSoccerWorld.de

Mediendatenbank unter www.mediacenter.continental-corporation.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010257/100598730> abgerufen werden.