

Bad Homburg, Mai 2016

DriveGuard: Bridgestone mit Markteinführung zufrieden Feedback des Handels positiv



Vorstellung des Bridgestone DriveGuard in Baden-Baden

Foto: N. Kazakov

Das Interesse von Autofahrern und Händlern an der DriveGuard Technologie von Bridgestone ist noch größer als im Vorfeld erwartet. Bereits heute vertreiben mehr als 1.000 Händler in Deutschland, Österreich und der Schweiz die Innovation des Weltmarktführers für Reifen und andere Gummierzeugnisse. Im Juni 2016 wird eine Winterversion auf den Markt kommen. Der neue Reifen ermöglicht auch im Pannenfalle eine Weiterfahrt von maximal 80 km bei bis zu 80 km/h und passt dabei auf nahezu jeden Pkw mit Reifendruckkontrollsystem (RDKS).¹

Bridgestone hat seine neue Technologie erstmals im Januar ausgewählten Journalisten und Reifenhändlern aus ganz Europa in Südfrankreich präsentiert. Bereits während der dortigen Tests äußerten sich die anwesenden Experten optimistisch zum Marktpotential des DriveGuard. „Ich bin begeistert“, berichtet Mag. Johanna Bruckmüller, Geschäftsleiterin von Reifen Bruckmüller. „Man konnte bereits in der Theorie erahnen, was das Produkt mehr kann, als ein anderer Reifen. Ich kann mir gut vorstellen, dass DriveGuard am Markt funktioniert.“ Auch Michael Peschek, Geschäftsführer von Point S Österreich, äußert sich positiv: „Der Fahrkomfort ist Spitze. Wir werden das Produkt unseren Kunden empfehlen.“ Ähnlich äußert sich Uwe Burkhardt, Geschäftsführer von Burkhardt Reifen und Fahrzeugservice aus Deutschland: „Ich hatte die Möglichkeit, den Unterschied zwischen DriveGuard und einem konventionellen Reifen zu spüren. Es besteht praktisch kein Komfortunterschied. Ich bin überzeugt von dem Produkt.“

Die Technik hat auch bei den anschließenden Einführungsveranstaltungen die fast 700 geladenen Händler und Pressevertreter aus Deutschland und Österreich durchweg überzeugt:

¹ Derzeit nicht für Transporter und SUV verfügbar. Nur für Fahrzeuge, die mit Reifendruckkontrollsystem (RDKS) ausgestattet sind. Für weitere Informationen besuchen Sie uns auf: www.bridgestone.de/driveguard.

Etwa 95 Prozent der befragten Teilnehmer haben DriveGuard als Revolution für die Reifenindustrie bezeichnet. „60 Prozent der anwesenden Gäste haben im Monat mehr als 20 Kunden mit einem Reifenschaden, hauptsächlich verursacht durch Bordsteinkanten, Nägel oder andere scharfe Objekte“, so Sebastian Grimm, Manager Technical Services von Bridgestone. „Auch mit solchen Schäden bringt DriveGuard die Fahrer noch zu einem Händler im Umkreis von 80 km. Hier kann der Reifen dann sicher ersetzt oder repariert werden.“

Endverbraucher an DriveGuard interessiert

Inzwischen liefert Bridgestone DriveGuard an den Handel aus. Der Abverkauf wird durch eine europaweite Medienkampagne unterstützt und sorgt für großes Interesse unter Autofahrern: Zur Stunde haben etwa 275.000 Internetnutzer allein den deutschsprachigen Werbespot auf YouTube angesehen, der im Kino sowie im Abendprogramm von RTL, SAT.1 und VOX zu sehen ist.

Eine ähnliche Reaktion zeigen Internetnutzer auf eine weitere Aktion des Reifenherstellers: Bridgestone bietet fünf Fahrern die Möglichkeit, den neuen DriveGuard kostenlos zu testen. Etwa 1.200 Internetnutzer haben sich auf der Testplattform konsumentenregieren.de für die Teilnahme registriert. Eine weitere Testaktion findet am 14. Mai auf dem Hockenheimring statt: Im Zuge des „Family Safety Drive“ können zehn Familien den DriveGuard in der Praxis kennenlernen.

„Wir freuen uns, dass unsere neue Technologie auf ein so reges Interesse bei den Händlern und Endverbrauchern trifft. Bridgestone arbeitet stetig an fortschrittlichen Innovationen, um den Straßenverkehr weltweit sicherer zu machen. Mit DriveGuard haben wir einen wichtigen Schritt getan,“ erklärt Peter Gulow, Director Consumer Products von Bridgestone.

Die Vertriebsgesellschaften Bridgestone Deutschland GmbH (BSDL) mit Sitz in Bad Homburg vor der Höhe, Bridgestone Austria GmbH in Wien und die Bridgestone Schweiz AG in Spreitenbach bei Zürich sind als DACH-Region zusammengefasst und werden zentral von Deutschland aus gesteuert. Als Central Region decken sie den wichtigsten europäischen Markt ab. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen in den DACH-Ländern mehr als 320 Mitarbeiter. Bridgestone Europe (BSEU) hat seinen Sitz in Brüssel, Belgien, und ist eine wichtige regionale Tochtergesellschaft der Bridgestone Corporation, dem weltweit größten Hersteller von Reifen und anderen Gummierzeugnissen mit Sitz in Tokio, Japan. Bridgestone Europe betreibt ein F&E-Zentrum, neun Produktionsanlagen und Büros in mehr als 30 europäischen Ländern mit rund 12.500 Mitarbeitern. Premium-Reifen von BSEU werden sowohl in Europa als auch weltweit verkauft.

Besuchen Sie unser Mediacenter auf www.bridgestonenewsroom.eu.

Weitere Informationen finden Sie auch auf www.bridgestone.de sowie auf [Facebook](https://www.facebook.com/bridgestone).

Pressekontakt Bridgestone

Deutschland, Österreich, Schweiz:

Alexandra Kimmich
0049-6172 408 405
alexandra.kimmich@bridgestone.eu

Agenturkontakt

Deutschland, Österreich, Schweiz:

P.U.N.K.T. PR
Benjamin Kolthoff, Arne Kouker
0049-40 85 37 60 13
arne.kouker@bridgestone.eu