

## Continental richtet die Markenpositionierung im europäischen Pkw-Reifen-Ersatzgeschäft neu aus

- **Bekanntheitsgrad der Premium-Marke Continental konnte durch Fußball-Sponsoring in allen wichtigen Märkten Europas deutlich gesteigert werden**
- **Deutsche Expertise in Sachen Reifen- und Fahrzeugtechnologie steht ab sofort im Mittelpunkt von Marketing und Kommunikation**
- **Neue Kampagne startet im Februar 2017 unter dem Motto „Mobilität weiterentwickelt mit deutscher Technologie“**
- **Mit der Website [www.VisionZeroWorld.de](http://www.VisionZeroWorld.de) begleitet Continental das Thema Vision Zero mit einem breiten Spektrum an multimedialen Inhalten**

Hannover, 1. Februar 2017. Im Nachgang zur UEFA EURO 2016™ blickt Reifenhersteller Continental gerne auf die vergangenen 21 Jahre zurück, in denen sowohl die sechs weltweit beliebtesten Fußball-Events FIFA WM 2006, 2010 und 2014, UEFA EURO 2008, 2012 und 2016 sowie von 1995 bis 2000 auch die UEFA Champions League als offizieller Sponsor/Reifen-Partner begleitet wurden. Das Fußball-Sponsoring hat bei hoher Effizienz massiv geholfen, die Premium-Reifenmarke Continental in nahezu allen europäischen Märkten deutlich bekannter zu machen. „Wir sind sehr froh über den langjährigen positiven Beitrag unseres Engagements im Sponsoring von Profi-Fußball-Events. Damit konnten wir uns von vielen Wettbewerbern, die Ende der 90er Jahre vorwiegend im Motorsport engagiert waren, auf sympathische Weise unterscheiden und den Bekanntheitsgrad in unseren wichtigsten europäischen Märkten nachhaltig steigern“, erklärte Nikolai Setzer, Mitglied im Vorstand der Continental AG, verantwortlich für den Konzerneinkauf und Leiter der Division Reifen, die mit einem Umsatz von mehr als 10 Milliarden Euro der viertgrößte Reifenhersteller der Welt ist. „Wir haben mit dem Abschluss der UEFA EURO 2016 unsere gesteckten Markenbekanntheitsgradziele mit der Kommunikationsplattform Fußball erreicht. Das erreichte Bekanntheitsniveau ermöglicht es uns nun, strategisch mit unserer Premium-Reifenmarke in Europa den nächsten logischen Schritt zu gehen“, so Setzer weiter.

„Unsere neue Zielpositionierung setzt auf unserer Jahrzehnte langen Fokussierung auf Sicherheit durch kürzeste Bremswege auf und ist langfristig auf die Verknüpfung mit der „Vision Zero“ ausgelegt, dem Straßenverkehr ohne Tote, Verletzte und Unfälle. Zusammen mit unserer Division Chassis & Safety wollen wir den Beitrag von modernen Assistenzsystemen wie beispielsweise ESC, AEB und Motorrad-ABS in Verbindung mit Premium-Reifen zu mehr Verkehrssicherheit, so wie wir ihn tagtäglich weiter entwickeln, auch aufzeigen“, erklärte Setzer. Vor diesem Hintergrund liegt es nahe, dass die neue Marketing-Kampagne das Motto „Mobilität weiterentwickelt mit Deutscher Technologie“ trägt. „Wir sind überzeugt davon, dass diese Zielpositionierung für Continental eine zwangsläufige ist, denn kein anderer Reifenhersteller oder Automobilzulieferer weltweit verfügt über eine vergleichbare Kombination aus Reifen-

Technologie-Expertise und Automotive-Kompetenz. Entsprechend steht unsere Premium-Marke Continental heute für maximale Sicherheit im Straßenverkehr und diese Positionierung wollen wir in Zukunft noch weiter verstärken. Ab sofort wird Deutsche Expertise in Sachen Reifen- und Fahrzeugtechnologie nicht nur im Mittelpunkt unserer täglichen Entwicklungs-, sondern auch unserer Marketing- und Kommunikationsaktivitäten stehen.“

Die neue Kampagne wird europaweit in TV, Print sowie in den Verkaufsräumen der Handelspartner (am „Point-of-Sale“) und online geschaltet. Natürlich ist darüber hinaus auch die aktive Nutzung in verschiedenen Social Media-Kanälen vorgesehen, um den Autofahrern und Usern im Dialog die Vorteile der Mobilitätslösungen von Continental zu erläutern.

„Neben einem moderneren und frischeren Auftritt haben wir bei der Kampagnen-Entwicklung großen Wert auf eine größere Flexibilität als bisher gelegt. Diese kommt zum Beispiel durch facettenreichere Bilderwelten zum Ausdruck, mit denen wir ganz unterschiedliche Themen abbilden und uns damit im Ersatzgeschäft deutlich vom Wettbewerb abheben können,“ sagt Silke Gliemann, die mit ihrem Team für die Marketing-Kommunikation in der Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA) verantwortlich ist. So werden künftig vielfältige Fahrscenen mit verschiedenen Umgebungen kombiniert und so für Vertrauen in die Mobilitätslösungen von Continental geworben. Die neue Kampagne wurde zusammen mit der Serviceplan Campaign International GmbH & Co. KG mit Sitz in Hamburg entwickelt und wird sukzessive in ganz Europa ausgerollt. Die Produktion des TV Spots hat die Markenfilm GmbH & Co. KG ebenfalls mit Sitz in Hamburg übernommen.

Im Rahmen der Content-Strategie sind sowohl die neue Kampagne als auch die Website [www.VisionZeroWorld.de](http://www.VisionZeroWorld.de) des Reifenherstellers auf die Vision Zero ausgelegt. Dabei wird ein breites Spektrum an multimedial aufbereiteten Inhalten rund um das Thema mehr Verkehrssicherheit durch Unfallvermeidungstechnologien angeboten. Neben dem neuen, quartalsweise erscheinenden Format VisionZeroNews beinhaltet das Angebot zahlreiche Meldungen und redaktionelle Berichte zu Technologien, Videos und (auch animierte) Grafiken. Natürlich wird hier auch laufend über die gemeinsame Beteiligung als Automobilzulieferer und exklusiver Reifen-Partner bei der Global NCAP-Kampagne „Stop the Crash“ berichtet, die sich die Aufklärung über eben diese Unfallvermeidungstechnologien besonders in den bevölkerungsstarken Schwellenländern zum Ziel gesetzt hat. Stop the Crash paßt aus Sicht des Technologieunternehmens Continental auf ideale Weise in die künftige Zielpositionierung, denn sie setzt auf Information und Aufklärung durch Vermittlung von Technologie-Know-how. Unter der Führung von Global NCAP und ihren regionalen Schwester-Organisationen richtet sie sich mit einem partnerschaftlichen Ansatz zusammen mit den meisten der weltweit führenden Automobilzulieferern sowie weiteren führenden Organisationen wie zum Beispiel dem ADAC sowohl an politische Entscheidungsträger und Flottenmanager als auch an Medienvertreter und Autofahrer.

### **Continental AG**

Continental entwickelt intelligente Technologien für die Mobilität der Menschen und ihrer Güter. Als zuverlässiger Partner bietet der internationale Automobilzulieferer, Reifenhersteller und Industriepartner nachhaltige, sichere, komfortable, individuelle und erschwingliche Lösungen. Der Konzern erzielte 2016 mit seinen fünf Divisionen Chassis & Safety, Interior, Powertrain, Reifen und ContiTech einen vorläufigen Umsatz von rund 40,5 Milliarden Euro und beschäftigt aktuell mehr als 220.000 Mitarbeiter in 55 Ländern.

[www.continental-corporation.de](http://www.continental-corporation.de)

### **Division Reifen**

Die Division Reifen verfügt heute über 24 Produktions- und Entwicklungs-Standorte weltweit. Das breite Produktportfolio sowie kontinuierliche Investitionen in Forschung und Entwicklung leisten einen wichtigen Beitrag zu wirtschaftlicher und ökologisch effizienter Mobilität. Als einer der weltweit führenden Reifenhersteller hat die Reifen-Division 2015 mit rund 49.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 10,4 Mrd. Euro erwirtschaftet.

### **Pkw-Reifen**

Continental zählt zu den führenden Pkw-Reifen-Herstellern in Europa und ist in Erstausrüstung und Ersatzgeschäft insgesamt der viertgrößte Pkw-Reifen-Hersteller weltweit. Der Fokus für die Produktentwicklung der Premium-Marke Continental liegt auf der Optimierung aller sicherheitsrelevanten Eigenschaften bei gleichzeitig minimiertem Rollwiderstand.

[www.continental-reifen.de](http://www.continental-reifen.de)

### **Kontakt:**

Alexander Bahlmann  
Leiter Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit  
Pkw-Reifen  
Continental AG I Division Reifen  
Büttnerstraße 25, 30165 Hannover  
Telefon: +49 (0) 511 938 2615  
Fax: +49 (0) 511 938 2455  
[alexander.bahlmann@conti.de](mailto:alexander.bahlmann@conti.de)  
[www.continental-reifen.de](http://www.continental-reifen.de)

Klaus Engelhart  
Pressesprecher Pkw- / Zweiradreifen DACH  
Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit Pkw-Reifen  
Continental AG I Division Reifen  
Büttnerstraße 25, 30165 Hannover  
Telefon: +49 (0) 511 938 2285  
Fax: +49 (0) 511 938 2455  
[klaus.engelhart@conti.de](mailto:klaus.engelhart@conti.de)  
[www.visionzeroworld.de](http://www.visionzeroworld.de)