

Der Dritte im Bund

Nach Jahren des Exklusivvertriebs über Profi Reifen ist die Semperit Organisation im Begriff, die Vermarktung von Uniroyal selbst in die Hände zu nehmen.

Wilhelm Krejci, Marketingverantwortlicher von Semperit, erläuterte AUTO & Wirtschaft die Logik dieses Schritts folgendermaßen: „Uniroyal ist eine Marke, die lange Tradition mit modernem, dynamischem Image verbindet. Mit dem jugendlichen, sportlichen Auftritt passt Uniroyal perfekt zur Premiummarke Continental und der Heimmarke Semperit. Damit haben wir gemeinsam mit dem Reifenhandel die Möglichkeit, neue Endverbrauchssegmente anzusprechen. Hohe Sicherheit („Der Regenreifen“) und sportliches Design („haben wollen“) in einer mittleren Preisklasse sind verbunden mit einer vollen Produktrange bis hin zu 4x4 und Vans.“ Nähere Details zur Marketingstrategie in puncto Uniroyal wollte Krejci noch nicht mitteilen. Er kündigte jedoch an, Uniroyal in der nächsten Ausgabe von AUTO & Wirtschaft entsprechend vorzustellen.

Sponsorship geht weiter

Aufrecht erhalten wird von Seiten Semperits die bereits seit mehreren Jahren bestehende Partnerschaft mit dem Österreichischen Ski-Verband. Um zu gewährleisten, dass die heimischen Athletinnen und Athleten auch in Zukunft sicher von Wettkampf zu Wettkampf gelangen, unterstützt Semperit nach wie vor das Ski-Team mit Reifen der Traditionsmarke. In der bevorstehenden Sommersaison will Semperit mit den alpenbewährten Produkten aus dem Vorjahr punkten, die heute in den Segmenten Pkw und Van in erweiterter Dimensionpalette verfügbar sind.

In Brasilien wieder dabei

Die Semperit-Mutter Continental bleibt bei der langfristigen Marketingstrategie für die gleichnamige Premiummarke: Die Continental AG wird exklusiver Reifenpartner und offizieller Sponsor der Fußball WM, die 2014 in Brasilien über die Bühne geht. Dazu erklärte der Continental-Pkw-



Zur bewährten Semperitlinie und den Premiumprodukten von Continental gesellt sich als dritte Marke Regenkönig Uniroyal



Wilhelm Krejci, Marketingverantwortlicher von Semperit

Reifen-Vorstand Nikolai Setzer: „Während die Vorbereitungen für die Aktivierung unseres Sponsorings der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft auf Hochtouren laufen, haben wir mit der Verlängerung der FIFA-Partnerschaft bis 2014 bereits die Weichen für die weitere Marketingkommunikation der nächsten Jahre gestellt.“

Der Profi-Fußball habe sich für Continental als zentrale Kommunikationsplattform perfekt bewährt, um den Bekanntheitsgrad zu steigern und Continental als Premiummarke noch stärker zu positionieren.

Sicherheit und Fahrspaß

Als Leitwolf ins Sommergeschäft schickt die Semperit-Organisation in Österreich den ContiSportContact 5 P. Bei dieser neuesten Reifenentwicklung handelt es sich um einen High-Performance-Reifen, der sportlichen Tuningfahrzeugen äußerste Sicherheit bei extremem Fahrspaß bietet, bestätigen umfangreiche Testergebnisse. Die dynamischen Fahreigenschaften des Produkts bringen in Verbindung mit zielgenauer Lenkpräzision und ultimativem Grip unter allen Bedingungen das Leistungspotenzial des Fahrzeugs sicher auf die Straße. Der neue Reifen wurde überdies individuell an die spezifischen Anforderungen der Vorder- und Hinterachse angepasst. Für den ContiSportContact P 5 wurde der Slogan „Extrem schnell. Auch beim Bremsen“ entwickelt. Lieferbar ist das Produkt in Größen ab 18 Zoll. ● (LHO)