

## Sprung in die Weltgeltung



Vredestein-Apollo-Geschäftsführer  
Thomas Körpert

**Besitzerwechsel können rasche Veränderungen bewirken. So geschehen bei Vredestein durch die Übernahme der renommierten niederländischen Traditions-marke durch den indischen Reifenhersteller Apollo. Mit dem Schritt ist das Unternehmen plötzlich global aufgestellt und auch in Asien und Afrika präsent.**

**A**m Österreich-Geschäft ändert der Eigentümerwechsel laut Geschäftsführer Thomas Körpert zumindest vorläufig nichts. Er rechnet allerdings mit einer Aufstockung des Angebots aus seinem Haus um zwei weitere Marken. Apollo wird voraussichtlich bereits auf der Reifenmesse Essen vorgestellt und im kommenden Wintergeschäft den Markteintritt in der Alpenrepublik erleben.

### Enschede als Angelpunkt

Für die Markenpflege von Vredestein ist entscheidend, dass Enschede das Forschungs- und

Entwicklungszentrum des Konzerns bleibt und weiterhin die Produktion für den europäischen Markt beherbergt. Für Körpert spürbar ist eine neue Aufgabenteilung und positive Bewegung im Konzern. Die Aktivitäten des Unternehmens werden gerade auf Länder wie Polen und Ungarn ausgedehnt.

Was die Profilierung des Vredestein-Angebots in Österreich betrifft, so wird weiter die von Giugiaro entwickelte und gestaltete Designerlinie im Bereich der High- und Ultra-High-Performance-Reifen mit Sportrac, Cento und Sessanta forciert. Darüber hinaus ist die Palette des Hauses breit angelegt; sie bietet für alle Ansprüche eine passende Lösung. Produkte von Vredestein sind für 98 Prozent aller in Europa gängigen Pkw- und LLkw-Modelle geeignet. Dass Vredestein bei aller Breite des Angebots stark auf den Premium-Bereich orientiert ist, geht aus der vor Kurzem bekannt gegebenen Kooperation mit der Fahrzeugmanufaktur Carlsson, einem deutschen auf Mercedes spezialisierten Automobilveredler, hervor.

### Höchstes Marktsegment angepeilt

Dazu erklärte ein Sprecher des Reifenherstellers: „Der Name Carlsson steht vor allem für elegantes und außergewöhnliches Design, drehmomentstarke Motoren und innovative deutsche Ingenieurskunst für Mercedes Automobile. Das neue Konzept von Vredestein ist auf Ultra-High-Performance-Reifen für das höchste Marktsegment exklusiver Autos ausgerichtet.“

Gleichzeitig wurde präzisiert, dass die Kooperation sich auf „Messen, Presseaktivitäten und Werbung“ erstreckt. In dem Rahmen soll Vredestein als strategischer Reifenpartner von Carlsson vermarktet und promotet werden. Vredestein bietet in dem Zusammenhang „Premium Styling“ und greift auf die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem berühmten italienischen Designhaus Giugiaro zurück. Von diesen Reifen heißt es, dass sie „nicht nur Gewähr für überlegene Straßenlage und herausragende Leistungen bieten, sondern darüber hinaus Premium-Autos eine eigene, elegante Note“ geben. Körpert geht davon aus, dass sich dieses Image positiv auf die Vermarktung des gesamten Angebots seines Hauses auswirkt. ● (LHO)

