



Dieter Jermann, Director Swiss Market, präsentierte die Green Performance Strategie den zahlreichen geladenen Gästen im Zürcher Holiday Inn.

Pirelli Green Performance Event

Kennen Sie die LOHAS-Konsumenten?

Pirelli präsentierte an einem ganz besonderen Anlass die «Green Performance»-Strategie und gab den anwesenden Reifenhändlern und Garagisten gute Verkaufsargumente mit auf den Weg.

In einem Vortrag wurde den Gästen aufgezeigt, wie sie neue Kundensegmente dank «Green Performance» ansprechen können.

VON LUKAS HASSELBERG

Als erster Reifenhersteller bieten wir mit dem Scorpion Verde einen energieeffizienten, grünen 4x4-Pneu für die Strasse an», verkündete **Dieter Jermann**, Director Swiss Market bei Pirelli, gleich zu Beginn des «Green Performance»-Events. Der neue Scorpion Verde repräsentiert die ökologische Strategie von Pirelli ideal, denn neben dem bereits erfolgreich lancierten Cinturato P7,



Marco Rima liess es sich nicht nehmen, dem Pirelli Green Performance Event einen Besuch abzustatten und gab Christina Surer ein Interview.

wartet der SUV-Reifen mit wenig Rollwiderstand, niedrigem Abrollgeräusch, geringen Luft-Emissionen und hoher Laufleistung auf. Die Handling-Eigenschaften auf nasser Fahrbahn und der Bremsweg sind dabei trotzdem aussergewöhnlich gut. Ganz nach dem Pirelli-Slogan: reduce impact, not performance.

Ideale Verkaufsargumente

In einem spannenden Vortrag von **Hartmut Hennig**, Geschäftsführer der Didactic Network GmbH, einer Agentur für Personal- und Unternehmensentwicklung, wurden den anwesenden Gästen die LOHAS-Konsumenten näher gebracht. LOHAS bedeutet «Lifestyle of Health and Sustainability (zu deutsch Lebensstil für Gesundheit und Nachhaltigkeit)». In früheren Jahren noch als «Ökos» oder «Körnlipicker» verspottet, gehören im deutschsprachigen Raum bereits 20 Prozent der Bevölkerung zu den so genannten LOHAS, die meist über eine höhere Ausbildung verfügen, Doppelverdiener sind und somit ein interessantes Kundensegment vertreten. Die «Green Performance»-Pneus von Pirelli bieten dabei ideale Verkaufsargumente, um die LOHAS als Kunden zu gewinnen, denn sie zahlen gerne ein paar Franken mehr, wenn



Rennfahrerin Christina Surer und Dieter Jermann, Director Swiss Market bei Pirelli.

sie beim Kauf ihr «grünes» Gewissen zum Ausdruck bringen können. «Dafür muss man aber Kompetenz und Professionalität ausstrahlen. Argumentieren Sie den Preis und nicht mit dem Preis», empfahl Hennig.

Zurbrüggen als Pirelli-Botschafter

An dem von der Rennfahrerin und neuen Pirelli Green Performance Botschafterin **Christina Surer** professionell und charmant moderierten Anlass, stellte Pirelli zudem den Ski-Star **Silvan Zurbrüggen** als neuen Botschafter vor. Neben der hohen Sympathie, die Zurbrüggen in der Schweizer Bevölkerung genießt, repräsentiert er als Skifahrer auch ein Auto-nahes Publikum. «Für mich sind die Pneu sehr wichtig, da ich pro Jahr über 50000 Kilometer mit dem Auto fahre», sagte Zurbrüggen, der sich daher als idealer Pirelli-Testfahrer sieht und mit einem Schmunzeln anfügte, dass Skifahrer nicht nur auf der Piste, sondern auch auf der Strasse schnell unterwegs seien.

Abgerundet wurde der «Green Performance»-Event mit dem Besuch des Musicals «Die Patienten» von und mit **Marco Rima**, das allen Gästen ausgesprochen gut gefiel und für viele Lacher sorgte. ■

www.pirelli.ch

Hat's Arbeit gehagelt?

Unsere Hagel-Spezialisten sind für Sie da.

Hagel-Hotline 00 800 800 33553
00 800 800 DELLE

FIX-A-DING AG | CH-4663 Aarburg/Dolten
Tel. +41 (0)62 787 10 20 | www.fix-a-ding.ch

fix-a-ding
clever ausbeulen - ohne lackieren

AUTO

07/08 | Juli 2010

Das Fachmagazin für
die Schweizer Automobilbranche

& Wirtschaft

www.auto-wirtschaft.ch

TITELTHEMA

Online-Börsen

Online-Marktplätze für den
Gebrauchtwagenhandel haben
sich fest etabliert

WIRTSCHAFT

Flüssigkeits-Management

Lösungen für mittelgrosse
Betriebe

Fahrwerksvermessung

Ein neues Geschäftsmodell

Occasionen-Geschäft

Schweizer Gebrauchtwagenmarkt
im Dornröschenschlaf

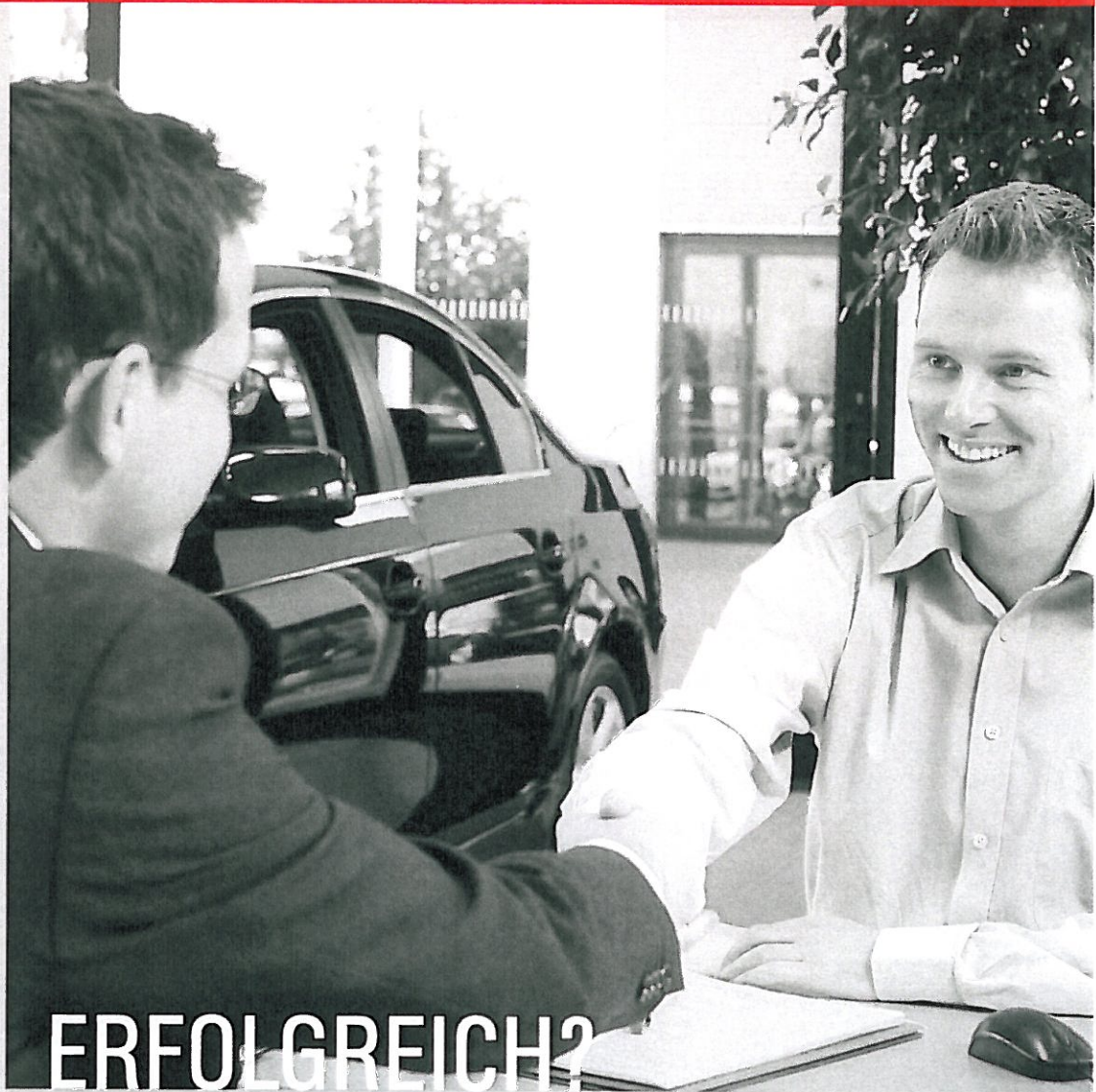
Reifen aus Indien

Apollo wird als neue Reifenmarke
in Europa eingeführt

NEWS

Teslas Flagship-Store

Die Elektro-Sportwagen
an bester Adresse in Zürich



ERFOLGREICH?

Herausfordernde Situationen besser bewältigen. Mit einem erfolgreichen After-Sales-Geschäft kann die Rentabilität Ihres Werkstattbereichs gesteigert werden. Nutzen auch Sie die interessanten Castrol Professional Angebote für Ihren Geschäftserfolg.

Die richtige Wahl heisst Castrol.

Castrol (Switzerland) AG
Baarerstrasse 139
6302 Zug
Tel. 058 456 93 33
castrol.switzerland@castrol.com
www.castrol.ch



OFFICIAL FIFA WORLD CUP™ SPONSOR



Professional