



## PRESSEMITTEILUNG

### **PIRELLI KEY POINT JAHRESTAGUNG 2018: ERFOLGSGESCHICHTE WIRD FORTGESETZT**

München, 23.02. 2018 – „Die Kombination aus hoher Fachkompetenz, ausgeprägtem Qualitätsbewusstsein und absoluter Kundenorientierung ist das Schlüsselement der Erfolgsgeschichte von Pirelli Key Point, die wir seit Jahren schreiben und der wir 2018 ein weiteres Kapitel zufügen werden.“ In seinem engagierten Vortrag stimmte Andreas Penkert, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der Pirelli Deutschland GmbH, die Teilnehmer der Key Point Jahrestagung 2018 in Oberursel auf die Fortsetzung der für beide Seiten erfolgreichen Zusammenarbeit ein.

Key Point heißt das Pirelli Handelskonzept, mit dem der Premiumhersteller seit 2012 freie Reifenfachhändler mit marktgerechten Maßnahmen gezielt unterstützt. Dafür stellt das Unternehmen eine Fülle wirkungsvoller Leistungsmodulen aus den Bereichen IT, eBusiness, Unternehmensführung, Weiterbildung, PoS-Design, Marketing, Flotten & Leasing sowie Logistik zur Verfügung. Aus ihnen kann jeder Key Point-Händler seinen Anforderungen gemäß beliebig viele Module auswählen und einsetzen. Dabei behalten die Key Point-Partner in sämtlichen Belangen ihre unternehmerische Entscheidungsfreiheit. Und auch jene Händler, die bereits einer Kooperation angehören, können ohne Einschränkungen von den Key Point-Leistungsbausteinen profitieren.

1

Auf die zahlreichen Teilnehmer der zweitägigen Veranstaltung (20. – 21. Februar) wartete ein attraktives Programm. In dessen Verlauf erhielten sie neben einer Fülle hilfreicher Informationen auch genügend Zeit für den Erfahrungsaustausch. Nach der offiziellen Begrüßung fasste Andreas Penkert rückblickend den Verlauf des Geschäftsjahres 2017 für den Bereich Pkw-Reifen zusammen. Anschließend nahm er die strategischen Eckpunkte für die kommenden zehn Monate in den Blick. In diesem Zusammenhang legte er anhand aktueller Studien über Konsumenten-Trends dar, dass die Marke Pirelli mit den vier entscheidenden Entwicklungen auf der Endkunden-Seite eng verknüpft ist: Premium, Individualität, Nachhaltigkeit und Convenience.

„Weil der Bedarf an Premiumprodukten spürbar steigt, treffen unsere High- und Ultra High-Performance-Reifen auf eine anhaltend hohe Nachfrage“, erläuterte Andreas Penkert. Dem Wunsch etlicher Konsumenten, ihre Individualität auch mit Produkten jenseits des Standard-Sortiments auszudrücken, entspreche Pirelli mit seinen maßgeschneiderten OE-Reifen und der neuen Color-Edition der Produktfamilien Winter Sottozero Serie 3 und P Zero.

Wie Andreas Penkert hervorhob, besitzt Nachhaltigkeit bei Pirelli bereits seit vielen Jahren einen hohen Stellenwert. Das spiegelt sich in der umweltverträglichen Produktion und Zusammensetzung der Reifen ebenso wie im verantwortungsvollen Umgang mit den Mitar-

beiterinnen und Mitarbeitern sowie der Gesellschaft. Jüngster Beleg für das hohe Engagement von Pirelli: Im aktuellen Nachhaltigkeits-Jahrbuch 2018 von RobecoSAM belegt das Unternehmen den Spitzenplatz in der Branche Fahrzeug-Komponenten. Fazit von Andreas Penkert: „Pirelli ist im Markt erstklassig aufgestellt und entspricht in jeder Hinsicht den aktuellen Anforderungen der Konsumenten. Das ist auch ein Plus für unsere strategischen Key Point Partner im Handel.“

Nach dem Bericht über die Entwicklungen und neuen Angebote im Bereich Motorradreifen wurden die Tagungs-Teilnehmer in drei Gruppen geteilt, die im Wechsel drei Workshops durchliefen.

Der Workshop *Betriebskennzahlen* vermittelte einen Einblick in das gleichnamige Training des Pirelli Tyre Campus. Die Händler erhielten Hinweise, wie sie durch den gezielten Umgang mit Kennzahlen und deren Analysen den Umsatz, die Rentabilität und die Produktivität ihrer Unternehmen weiter steigern können. Zudem wurden ihnen Ansätze zur Kostensenkung erläutert, die dazu beitragen sollen, definierte Unternehmens-Ziele zu erreichen.

Im Workshop *Produkttraining* informierten die Referenten die Händler über die gesetzlichen Änderungen bei Ganzjahres- und Winterreifen. Zudem gaben sie einen Überblick über das aktuelle Pirelli Produktsortiment.

Wie ein Reifenfachhändler als regionales Unternehmen seine aktuellen und potenziellen Kunden online am besten erreicht, wurde im Impulsreferat *Online-Marketing Impulse* erörtert. Behandelt wurden Themen wie Social Media, Suchmaschinenoptimierung und Online-Werbung. Die Händler erhielten einen hilfreichen und praxisnahen Überblick über die Möglichkeiten und Trends für 2018.

Nach einer Zusammenfassung der erfolgreichen Entwicklung von Pirelli Key Point im Jahr 2017 und einem Ausblick auf anstehende Projekte im laufenden Geschäftsjahr beendete der mitreißende Vortrag des erfolgreichen Mental- und Persönlichkeitstrainers Jörg Löhr die Tagung. Er erläuterte, wie die Händler im Alltag ihre Stärken erkennen und für den Erfolg ihres Geschäfts gewinnbringend einsetzen können.

Gastgeber Andreas Penkert konnte nach den zwei Tagen ein positives Fazit ziehen: „Die Zusammenarbeit mit unseren Key Point-Partnern wird immer intensiver und erfolgreicher. Das vielfältige Feedback belegt: Die Ausrichtung von Key Point trifft und erfüllt die unterschiedlichen Anforderungen des Marktes. Unser Handelskonzept genießt aufgrund seiner modernen und flexiblen Angebotsausrichtung und der daraus resultierenden Vorteile für die Händler ein hohes Standing bei ihnen und unterstreicht unsere Reputation als verlässlicher Partner des Fachhandels.“