



PRESSEMITTEILUNG

**IN MÜNCHEN ERÖFFNET PIRELLI DIE ERSTE
PZERO WORLD IN EUROPA**

**DER FLAGSHIP STORE KOMBINIERT SERVICE, TECHNOLOGIE
UND DESIGN FÜR EIN EINMALIGES KUNDENERLEBNIS**

**MIT DEM NEUEN STORE UNTERSTREICHT DER ITALIENISCHE
KONZERN SEINE FÜHRUNGSROLLE IM PRESTIGE-SEGMENT**

München, 29. September 2017 – Pirelli eröffnete heute in München in der zentral gelegenen Hanauer Straße 42 die erste PZero World in Europa. Nach der Premiere des ersten Flagship Stores in Los Angeles im vergangenen Jahr legte Pirelli das Jahr 2017 als Datum für die Einführung dieses innovativen Point of Sale in Europa fest. Das italienische Unternehmen hielt sein Versprechen und wählte eine der Hauptstädte der Automobil-Welt aus, um seine neue Verkaufsstätte zu präsentieren, die sich insbesondere an Prestige-Kunden wendet.

In der Region und ihrer Umgebung sind einige der weltweit wichtigsten Automobilhersteller beheimatet, für die Pirelli sowohl Erstausrüstungsreifen als auch Reifen für den Ersatzmarkt liefert. Zudem gehört die Region in Europa zu den Orten mit der höchsten Dichte an Automobilen aus dem Premium- und Prestige-Segment.

Service, Technologie, Design und innovative Produkte, die P Zero Farb-Edition und die Pirelli Connesso-Plattform bilden die grundlegenden Komponenten der Handelsstrategie von Pirelli, die nun mit der PZero World gekrönt wird. Auf einer Fläche von rund 1.000 Quadratmetern werden die Kunden des neuen Stores in München von herausragenden Leistungen profitieren, die dank des Einsatzes von Spitzentechnologie auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Dazu wird die Perfect Fit-Strategie aus dem Technologiebereich von Pirelli auf das Vertriebsnetzwerk übertragen. Im Produktbereich steht die Strategie für das Entwickeln von Reifen, die individuell auf die Eigenheiten einzelner Modelle der prestigeträchtigsten Automobilhersteller zugeschnitten sind. Im Servicebereich bedeutet es höchste Kundenorientierung in sämtlichen Belangen. Dazu gehört, dem Kunden die Zeit des Reifenwechsels so bequem, komfortabel und unterhaltsam wie möglich zu gestalten.

Von der Autopflege bis zur mobilen Reifenmontage bietet Pirelli seinen Kunden alle erforderlichen Leistungen, die das gesamte Käuferlebnis verändern und neu gestalten. Dabei wird das Pirelli Connesso System eine wesentliche Rolle spielen.

PZero World definiert die Idee eines Reifenhandelsgeschäfts radikal neu. Es bietet dem Kunden nicht nur qualifizierte Beratung, sondern ermöglicht ihm zudem, in die Welt von Pirelli einzutauchen. Die legendären Bilder des Pirelli Kalenders dienen als Rahmen für echte automobiler Schönheiten und das umfangreiche Portfolio der Pirelli Hochleistungsreifen. In der eleganten und komfortablen Umgebung, deren Design auch von der Welt des Motorsports inspiriert wurde, finden Kunden die jüngsten Kreationen von Pirelli Design oder entdecken die der Welt der Fahrräder gewidmeten Produkte von Pirelli Velo. Mode, Design, Motorsport, innovative Produkte und Services: Diese Zutaten machen das Konzept der PZero World einzigartig.

„Das Besondere der PZero World ist die einmalige Kombination von Highend-Produkten und Qualitätsservice. Und das in einem eleganten und komfortablen Ambiente, das jeden Besuch für den Kunden zu einem echten Erlebnis werden lässt“, sagte Michael Wendt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Pirelli Deutschland GmbH.

„Die Vertriebsstrategie von Pirelli“, so erklärte Matteo Battaini, Senior Vice President Marketing und Supply Chain Pirelli, „konzentriert sich auf Regionen mit einer hohen Dichte von Prestige- und Premium-Automobilen. Das sind Segmente, in denen wir eine Führungsposition innehaben. Sie setzt sich fort in den Beziehungen zu ausgewählten Kunden, geprägt von einer gemeinsamen Vision von Wertigkeit und

Spitzentechnologie für Hochleistungs-Produkte, im modernen digitalen Informationsaustausch und in einer exzellenten Logistik, die zu einem integralen Bestandteil der Marktstrategie von Pirelli geworden ist. Ein wesentlicher Bestandteil der Einzelhandelsstrategie von Pirelli ist die unmittelbare Präsenz im Handel, repräsentiert durch ein Netzwerk von circa 12.500 Points of Sale. Es wird erwartet, dass dieses bis 2020 auf circa 17.000 Points of Sale anwachsen wird, insbesondere durch Franchising und Anschlüsse. Die PZero World und seine Flagship Stores mit einem Netzwerk von autorisierten Händlern bilden die Speerspitze dieser Strategie. Das innovative Point of Sale-Format wurde mit dem Ziel entwickelt, unsere Leistungen in den prestigeträchtigsten Regionen der Welt anzubieten. Dort können die Endkunden jeden Aspekt der Marke Pirelli kennenlernen: von der Formel 1 über den Pirelli Kalender, von Pirelli Design bis zu Velo.“

Seit 145 Jahren gehört Pirelli neben der Reifenentwicklung und -produktion auch in verschiedenen anderen Bereichen wie Kommunikation, Kunst und Design zu den innovativen Vorreitern. Bekannt sind die werblichen Auftritte, insbesondere aber der Pirelli Kalender, der Pirelli HangarBicocca, einer der bedeutendsten Ausstellungsorte für zeitgenössische Kunst in Europa oder das Projekt Pirelli Design. Die Identität der Marke Pirelli resultiert aus der Kombination von Hightech und einem künstlerischen Ausdruck, der die Marke über die Reifenindustrie hinaus in die Welt des Lifestyles erhebt. Das alles findet seinen Ausdruck in der PZero World.

Aufnahmen von der PZero World stehen unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://connect.pirelli.com>

Username: pzeroworld

Password: munich001!