



Ein für dieses Preissegment eindrucksvolles Bremsvermögen auf nasser Fahrbahn weist der ZEON CS Sport auf.

COOPER PRÄSENTIERT ZEON CS SPORT

UHP-Offensive mit Coulthard

Cooper Tires hat in Portimao seine neue UHP-Linie ZEON CS Sport vorgestellt. Im Rahmen der Reifenpräsentation formulierte Managing Director Jeff Schumaker auch gleich ambitionierte Ziele für den europäischen Markt: Einen Marktanteil von 5 Prozent will sich die Marke in den kommenden Jahren sichern. Auch die bisherige Strategie mit starker Ausrichtung auf den Ersatzmarkt soll erweitert werden.



Jeff Schumaker verkündete ambitionierte Pläne.

Die Präsenz im 4x4-Bereich der Marke Cooper ist unbestritten. Im Rahmen der Produktpräsentation der neuen UHP-Linie ZEON CS Sport hat Managing Director Jeff Schumaker kürzlich angekündigt, die Bemühungen auch in anderen Pkw-Segmenten stärker entwickeln zu wollen. Von den Übernahmeplänen Apollos berichteten wir. Es wird spannend zu beobachten sein, inwieweit eine Zugehörigkeit der Marke Cooper zum indischen Konzern die nun in Portugal formulierten Wachstumspläne wird befördern können. Überschneidungen im Produktportfolio und den avisierten Produkt- und Preissegmenten mit den Konzernmarken Apollo und Vredestein sind durchaus existent. Schumaker sieht dennoch die Chance, den Cooper-Marktanteil in Europa auf etwa 5 Prozent zu steigern. Eine OE-Partnerschaft in den USA für den Ford Focus deutet zudem ein zukünftig stärkeres Engagement als Erstausrüster an. „Der Replacement-Markt war das Hauptziel bisher. Dies ändert sich nun. Unsere Idee ist es, die Marke Cooper global weiterzuentwickeln. Der OE-Kanal ist ein wesentliches Instrument, um Wachstum zu fördern“, so Schumaker.

„A“-gelabelt

Die neue Linie ZEON CS Sport ist Ausdruck

der Wachstumsambitionen. In 2014 soll die Einführung der neuen HP-Linie Zeon CS folgen. Sollte sich diese qualitativ auf einem ähnlichen Niveau wie der ZEON CS Sport bewegen, ist Cooper einiges zuzutrauen. Der Cooper Zeon CS Sport ist in verschiedenen Ausstattungen mit Felgenreößen mit einem Durchmesser von 17 bis 19 Zoll mit Geschwindigkeitsindizes W oder Y erhältlich und kann ab Januar 2014 in Europa erworben werden. Der Reifen wird von Cooper in der Disziplin Nassgrip in den angebotenen Größen mit einem „A“ gelabelt. Dies ist in diesem Preissegment ein deutliches Ausrufezeichen, das durch die Fahreindrücke in Portimao durchaus bestätigt werden kann. Mit der neuen in England produzierten Linie nimmt die Marke besonders die Zielgruppe der 18- bis 35-Jährigen ins Visier – eine preissensible, aber auch auf sportliches Fahren fokussierte Käuferschaft. Als erstes Cooper-Produkt, das in Zusammenarbeit mit dem neuen Markenbotschafter David Coulthard entwickelt wurde, stellt der Cooper Zeon CS Sport das neue Flaggschiff der Marke unter den Hochleistungsreifen dar. Die „Opti-Noise“ Technologie soll für ein ruhigeres Fahrverhalten und größeren Fahrkomfort auch bei hohen Geschwindigkeiten sorgen. Die wesentlichen Entwicklungsziele waren, das Handling zu präzisieren sowie eine verbes-

serte Lenkreaktion und Seitenstabilität zu realisieren. Ebenso sollten die Haftungseigenschaften auf nassen Fahrbahnen optimal ausgeschöpft werden.

Markenbotschafter Coulthard

Cooper Tire Europe hat den ehemaligen Formel-1- und DTM-Star David Coulthard zum Botschafter für den Ultra-High-Performance-Bereich (UHP) ernannt. Die Funktion des Briten, mittlerweile Frontmann des englischen TV-Senders BBC bei der Formel 1, ist facettenreich. Sie beinhaltet vor allem die Mitarbeit von Coulthard bei der Reifenentwicklung im Ultrahochleistungssektor, außerdem wird er den Reifenhersteller bei wichtigen Veranstaltungen repräsentieren. David Coulthard war schon in die Entwicklung und die Tests der neuen UHP-Linie eingebunden. Als Markenbotschafter soll der 42-Jährige weiterhin dem Produkt-Entwicklungsteam von Cooper mit seinen Kenntnissen und technischen Ratschlägen zur Seite stehen. „Durch meine Verbindung zu Cooper Tire als Botschafter des UHP-Bereichs habe ich das Gefühl, zu einem Unternehmen zurückzukehren, das einen wesentlichen Teil meiner Karriere vor der Formel 1 ausgemacht hat“, teilte David Coulthard mit. Sein Engagement als Markenbotschafter ist bis Ende 2016 vertraglich fixiert. „Ich habe meine ersten

Erfahrungen in der Formel 3 und Formel 3000 mit Avon Tyres gemacht, einer Marke, die zu Cooper Tire gehört. Außerdem ist Cooper zurzeit Lieferant der britischen Formel-3-Serie. Ich werde zwar in erster Linie die Entwicklungsprogramme für Hochleistungsreifen der Marke unterstützen. Mich haben jedoch nicht nur die Motorsport-Tradition von Cooper und der Schwerpunkt im UHP-Bereich interessiert – ausschlaggebend waren für mich die Sicherheitseigenschaften der Cooper-Reifen“, so Coulthard. Sarah McRoberts, Leiterin Marketing-Kommunikation von Cooper Tire Europe, nennt David Coulthard „den idealen Partner“ für das Unternehmen: „Die Partnerschaft mit David Coulthard ist Ausdruck unserer intensiven Beteiligung am weltweiten Motorsport. Aufgrund seiner verschiedenen Engagements im Motorsport, von der Formel 1 bis zur DTM, kennt David die Anforderungen an das Hochleistungs-Equipment ganz genau. Dank seines Hintergrunds weiß er exakt, was ein Reifen können muss, um unter höchsten Anforderungen die maximale Leistung zu liefern. So kann uns David einerseits Erkenntnisse vermitteln und Ratschläge geben – und gleichzeitig die Qualität und technische Exzellenz des Cooper-Tire-Produktbereichs repräsentieren.“

Am 30. September – also nach Redaktionsschluss von AutoRäderReifen-Gum-

mibereifung – haben die Aktionäre von Cooper Tire über die Übernahme von Apollo Tyres entschieden. Laut Schumaker soll sich aber auch durch eine Übernahme an den vorgetragenen Plänen der Marke für den europäischen Markt nichts ändern: „Es sollen zwei unterschiedliche Unternehmen bleiben, die auch so agieren.“ Cooper deckt nach Aussage der Verantwortlichen nach Einführung der neuen UHP- und HP-Linien mit seiner Produkt-Range gut 90 Prozent des Marktes ab. Aktuell wird auch die Winter-Range um 10 neue Größen erweitert – weitere Dimensionen sollen 2014 folgen. Zur besseren Bearbeitung des deutschen Marktes sollen die Sales-Aktivitäten hierzulande ausgebaut werden. Investiert wird laut Schumaker auch in die europäische Logistik und Produktion. Rund 50 Millionen Euro sind bereits in die Erweiterung des Werkes in Serbien geflossen. „90 Prozent der in Europa verkauften Produkte sollen auch in Europa produziert werden“, sagt Schumaker. Die Einführung der neuen Linie ZEON CS Sport markiert den Startschuss für das Vorhaben, die Brand-Wahrnehmung in Europa auszubauen. Die Verantwortlichen wollen das Offroad-Image mehr in Richtung Onroad treiben. „Wir wollen den 4x4-Erfolg in den Passenger-Car-Bereich transferieren“, schließt Schumaker ab.

(kle)



Markenbotschafter David Coulthard chauffierte Gäste über die Strecke in Portimão.

KAUL
MOTORSPORT.COM

RÜDIGER KAUL
KFZ-MEISTERBETRIEB
Autoersatzteile & Autozubehör
Großhandel · Einzelhandel
Auf der Bündt 14 · 97645 Ostheim v.d. Rhön
Telefon: 09777/2015 · Telefax: 09777/1562