

# PRESSEMITTEILUNG

## Premio CI-Umstellung geht erfolgreich voran

**Köln, 30.10.2023. „Bereit für Übermorgen“ ist die Fachhandelsgruppe Premio Reifen + Autoservice in Europa. Dafür sorgt der neue dynamische, von einer stärker visualisierten Servicekompetenz geprägte Markenauftritt. In den vergangenen Monaten machten sich die Premio-Verantwortlichen der Goodyear Retail Systems (GRS) daher mit Hochdruck daran, die Umstellung der Partner-Betriebe in Deutschland, den Niederlanden, Belgien und in der Schweiz auf die neue Marken-Optik voranzubringen. Rund 60 Premio-Werkstätten wurden in den vier Ländern bereits innen und außen modernisiert und in den neuen Farben umgestaltet.**

Premio Reifen + Autoservice hat die neuen Herausforderungen der Markttrends Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Elektromobilität für sich angenommen. Dafür entwickelt das Team rund um Premio Manager Michael Bausch (GRS) und Michael Ammann, Manager Marketing EU Central (GRS), strategisch und marketingtechnisch neue Maßnahmen und Prozesse, um den heutigen Anforderungen einer wettbewerbsfähigen Werkstatt bestmöglich gerecht zu werden. Dieser seit jeher zukunftsorientierten Ausrichtung des internationalen Fachhandelskonzeptes trug Premio mit der Verkündung des Marken-Relaunchs im Februar 2022 auch optisch Rechnung. „Dank der stärkeren Visualisierung der Servicekompetenz zeigen wir den Kunden jetzt noch deutlicher, dass Premio-Betriebe auch zukünftig die richtige Anlaufstelle für kompetenten Reifen- und Autoservice für Fahrzeuge jeder Art sind“, berichtet Bausch. „Eine durchgängige Unternehmensausrichtung mit starker Corporate Identity, die sich von der Gestaltung des Betriebes über den Einsatz von Werbemitteln und Auftritten im Netz bis hin zur Ansprache von Kunden und Mitarbeitern durchzieht, hilft, die Attraktivität des Unternehmens zu steigern – auch als Arbeitgeber“, so Bausch weiter.

Rund dreißig Partner wurden in Deutschland seit dem Startschuss im Februar 2022 bereits umgestellt. „Das ist bei den aktuellen Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Baumaterial und den langen Lieferzeiten eine beeindruckende Zahl und eine großartige Leistung“, kommentiert Ammann das Zwischenergebnis und freut sich über die ersten Feedbacks aus der Händlerbefragung nach der Umstellung. „Modernität“, „Willkommenscharakter“, „digitale Angebote“ und „Motivation und Stimmung“ werden durchweg mit 4,5 bis 5,0 Sternen nach der Betriebsumstellung bewertet. Viele der befragten Partner berichten zudem von einer spürbaren Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, die sich insbesondere in positiven Veränderungen bei der Mitarbeitersuche zeigt.

Die Liste der bereits umgestellten Partner reicht von der Premio Meyenburg GmbH & Co. KG in Hemmingstedt im Norden über die Schober GmbH im Süden und der Reifen Köhler GmbH im Osten bis zur Johann-Gruppe im Westen der Republik, die mit Leverkusen-Opladen und Köln-Porz bereits die

ersten zwei Betriebe umgestellt hat. Rund 30 weitere Standorte sind in Deutschland in vorbereitenden Gesprächen mit der GRS und den Premio-Verantwortlichen.

In Belgien ist man einen Schritt weiter. Hier sind bereits seit Anfang Juli die neun ehemaligen Vulco-Betriebe erfolgreich auf Premio umgestellt. In den Niederlanden sind nach Premio My Car in Eindhoven mit Premio SchippersStop (Veldhoven), Premio Deni Wheelstyling (Zwanenburg) und Premio Van Son (Brunssum), um nur einige zu nennen, 13 weitere Betriebe im neuen Premio-Blau und Gelb mit innovativem Instore-Konzept gestartet. „Diese Umfirmierung und Umgestaltung markieren einen wichtigen Meilenstein für Premio in den Niederlanden und in Belgien und spiegelt unsere fortwährende Anpassung an die sich verändernden Bedürfnisse unserer Kunden in perfekter Weise wider“, erklärt Martijn van de Meent, Retail Manager Benelux (GRS).

Auch in der Schweiz konnten nach der Cornu Pneus Sàrl (Payerne) mit der Eberhart Reifen GmbH (Sommeri), der Roduit Pneus SA (Martigny) und der Pneumatici Valtellina Suisse SA (Cadenazzo) weitere Premio-Partner umgestellt werden. „Ein Betrieb steht kurz vor der Finalisierung und wir sind guter Dinge, dass wir noch andere Partner in diesem Jahr umstellen können“, informiert Marco Fabbro, Retail Manager Schweiz.

Nicht nur in diesen vier Ländern kommt der überarbeitete Markenauftritt und die mit ihm verbundene Fokussierung auf Servicekompetenz, Digitalisierung und Nachhaltigkeit bei der Kundschaft gut an. Parallel findet die Modernisierung der Werkstätten auch bei den Premio-Betrieben in Osteuropa und mit den gleichen Elementen bei den Vulco-Betrieben in Frankreich statt. Gemeinsam signalisieren die bereits 120 modernisierten Standorte, zu denen fast wöchentlich weitere hinzukommen, mit dem einheitlichen Look & Feel in modernem Blau und Gelb die Größe des Netzwerks der an Goodyear angeschlossenen Reifenfachhandelsbetriebe in Europa.

Fotos (© GRS):

- Premio-Partner Reifendienst Hamburg, Kaltenkirchen
- Premio-Partner Schober GmbH, Stockach
- Premio-Partner Eberhart Reifen GmbH, Sommeri
- Premio-Partner SchippersStop, SchippersStop
- Premio-Partner Wara, Genk

Diese Presseinformation sowie Bildmaterial finden Sie nebst weiteren Informationen über die Goodyear Retail Systems zum Download unter [www.g-rs.de](http://www.g-rs.de).

#### **Pressekontakt**

**Anne Reck**

Manager Public Relations Retail EU Central

Goodyear Retail Systems GmbH  
Xantener Str. 105, 50733 Köln

Tel. +49 (0)221 97666-246

Mobil +49 (0)173 53 59 054

[anne.reck@g-rs.com](mailto:anne.reck@g-rs.com)

Sitz und Registergericht Hanau,

Amtsgericht Hanau HR B 91630

Geschäftsführer:

Goran Zubanovic, Dirk Krieger

