

Reifenhersteller Giti Tire treibt die Umstrukturierung seiner Vertriebs- und Marketingaktivitäten in Europa weiter voran. Mit Ralf Gutena und Stefan Thoma wurden zwei ausgewiesene Experten im Aufbau und Vertrieb neuer Marken für den strategisch wichtigen D-A-CH-Markt verpflichtet. Ralf Gutena ist am 01.04.2019 als Sales Director PCR & TBR D-A-CH zu dem in Hannover ansässigen Reifenhersteller gestoßen, Stefan Thoma bereits zum 01.01.2019 als neuer Sales Manager D-A-CH. Beide verfügen über langjährige Vertriebserfahrungen im Reifenmarkt und haben eine gemeinsame Vergangenheit als ausgewiesene Vertriebsexperten. Ralf Gutena war im Rahmen seiner früheren Tätigkeiten in der Reifenindustrie unter anderem von 2010 bis 2017 für die Einführung der Marke Apollo im deutschen und später auch im D-A-CH-Markt verantwortlich und bringt aus seiner bisherigen Station als Geschäftsführer der TA Tyre Alliance zudem Kenntnisse über die Anforderungen des Großhandels mit. Mit über 15 Jahren Erfahrungen im aktiven Vertrieb auf Seiten der Reifenindustrie verfügt auch Stefan Thoma über exzellente Kunden- sowie Marktkenntnisse. In seiner Funktion bei Giti Tire berichtet er direkt an Ralf Gutena.



Sales Director PCR & TBR D-A-CH bei Giti Tire: Ralf Gutena.



Sales Manager D-A-CH bei Giti Tire: Stefan Thoma.

Premium-Reifenhersteller Hankook kann in dieser Saison erneut auf ein gelungenes Engagement als ein offizieller Sponsor der UEFA Europa League zurückblicken. Fußball-Fans aus ganz Europa hatten die Möglichkeit, online über die „Hankook Ticket Arena“ und die vielen europäischen Facebook-Kanäle des Reifenherstellers VIP-Tickets für die Gruppen- und K.o.-Phase sowie das Final-Spiel am 29.05.2019 in Baku (Aserbaidschan) zu gewinnen. Hankook verlor an den insgesamt 15 Spieltagen auf diesem Weg über 400 VIP-Tickets für die aktuelle Saison sowie bereits 20 Tickets für die kommende Saison 2019/20 und viele weitere Preise.

Schon seit der Saison 2012/2013 engagiert sich Hankook erfolgreich als einer der Hauptsponsoren in der UEFA Europa League. „Die langjährige Partnerschaft mit der UEFA Europa League bietet uns eine einzigartige, europaweite Plattform und ist eine ideale Möglichkeit, unsere Markenbekanntheit in ganz Europa nachhaltig zu stärken. Deshalb freuen wir uns, dass so viele Fans die Angebote und Aktionen auf unseren europä-



Abb.: Hankook

Großes Publikum, auch für Sponsor Hankook: Mehr als 60 Millionen Zuschauer verfolgten das Finale 2019 der UEFA Europa League im Mai live an den TV-Bildschirmen.

ischen Hankook-Plattformen angenommen haben. Das bekräftigt letztendlich unser langjähriges Engagement als Partner im europäischen Spitzen-Fußball“, sagt Han-Jun Kim, Präsident von Hankook Tire Europe.

Auf eine neu gestaltete Homepage anstelle eines Geburtstagskuchens setzt Tanja Herzig, Inhaberin und Herz von KORU Training, Coaching & Consulting, zum dreijährigen Bestehen ihres Unternehmens. Der frische Internetauftritt stellt die Themen Kundenbegeisterung und Service Excellence in den Vordergrund. Das brandneue Design überzeugt durch aufgeräumte Klarheit, die Hand in Hand geht mit vielen emotionalen Bildern aus dem Trainingsalltag.

Die Art und Weise, wie Tanja Herzig ihre Inhalte vermittelt, ist vielfältig. In ihrem Portfolio finden sich sowohl Präsenztrainings, Coaching on the Job als auch Live-Online-Trainings, sowie Mischformen wie Lernvideos oder Blended Learning. Was die konkreten Unterschiede zwischen den Lernformaten ist, erklärt die Unternehmerin anschaulich auf ihrer neuen Homepage. Durch die neue Internetpräsenz positioniert sich Tanja Herzig mit KORU Training, Coaching & Consulting als Servicespezialistin in der Automotive- und Logistikbranche und regt damit Unternehmen an, sich intensiver damit auseinanderzusetzen, wie sie ihre eigenen Kunden begeistern können. Mehr Infos: <https://koru.one/>.



Abb.: KORU

Neue Homepage statt Geburtstagskuchen: KORU wird 3.