

Gut ausbalanciert

Reifen | Dunlop möchte nach dem Rebranding unter dem Dach des neuen Inhabers Sumitomo Rubber Industries zurück ins Premium-Segment. Mit dem neuen „Blue Response TG“ zeigte man in Sevilla das erste Produkt aus eigener Entwicklung.



Foto: Dieter Váthróder

Der Kraftprotz Yaris GR konnte den „Blue Response TG“ nicht aus der Ruhe bringen.

Mit großem Interesse wurde die Präsentation des neuen Dunlop „Blue Response TG“ auf dem brandneuen Sevilla Race Circuit in Spanien erwartet, dem ersten neuen Reifen, den die Dunlop Tyre Europe GmbH unter der neuen Führung der Muttergesellschaft Sumitomo Rubber Industries

(SRI) in Eigenregie entwickelt hat. Sumitomo-CEO und Chairman Hiroshi Hamada ließ es sich nicht nehmen, die Gäste persönlich zu begrüßen: „Im Januar 2025 konnten wir die Markenrechte für Dunlop für den Markt in Europa, Nordamerika und Ozeanien zurückgewinnen. Unser Ziel ist es, Dunlop wieder als Premiummarke weltweit zu platzieren. Unser neuestes Produkt ist ein wichtiger Schritt unserer Strategie“, so Hamada.

Auch Markus Bögner, Managing Director und Präsident der Dunlop Tyre Europe GmbH (siehe Interview rechts), betonte die Bedeutung dieses neuen Kapitels für das Unternehmen und die gesamte Branche. „Mit der Übernahme der Dunlop-Rechte durch SRI werden wir die Marke strategisch neu ausrichten und vollständig in die Unternehmensstruktur integrieren. Die Umbenennung zu Dunlop Tyre Europe symbolisiert einen Neuanfang und die Bündelung technologischer Kompetenzen unter einer klaren Markenidentität“, sagte Bögner.

Gesteigerte Präsenz

Um der Marke auch bei den Händlern (und Kunden) eine entsprechende Präsenz zu verschaffen, ist Dunlop seit Anfang 2026 auf verschiedenen internationalen Events sichtbar. Im Januar war man Sponsor der Australian Open und erreichte mit einer umfassenden Medienpräsenz die sportaffine Zielgruppe in 46 europäischen Ländern. Im gleichen Monat feierte Dunlop auf der „Automässan“ in Göteborg den ersten gemeinsamen Messeauftritt mit Falken. Im März wurde an der Zentrale im Citytower Offenbach feierlich das neue Dunlop-Logo als Zeichen des Neubeginns enthüllt.

Gleichzeitig startete neben dem Event in Sevilla erstmals ein Porsche im gelb-schwarzen Dunlop-Design in der „grünen Hölle“ des Nürburgrings im Rahmen

der Nürburgring-Langstrecken-Serie (NLS) und wird auch im Mai neben dem blau-türkisfarbenen Falken-Porsche beim 24-Stunden-Rennen auf der Nord-schleife für Aufmerksamkeit sorgen. Im Juni soll ein gemeinsamer Auftritt mit Falken auf der Reifenmesse The Tire Cologne stattfinden und die Marke bekannt machen. „Die Händler selbst“, so Dunlop-Vertriebsleiter Gareth Passmore, „erhalten zusätzlich viel Marketingunterstützung – von neuen, digitalen Möglichkeiten für Online-Werbung und Anzeigen über umfangreiches POS- und Printmaterial bis hin zu Bewegtbildern für Bildschirme im Verkaufsraum und neuen Sitzgruppen.“

Auch für E-Fahrzeuge geeignet

Bevor die gespannten Gäste schließlich selbst die „Kunst der perfekten Balance“ des neuen Dunlop-Reifens in der Praxis erfahren konnten, gab Entwicklungsleiter Andreas Giese noch einen kurzen Einblick in die technischen Besonderheiten des Reifens. Ein zentrales Merkmal ist das intelligente Profildesign, das in drei Funktionszonen (Außen-, Innen- und Mittelbereich) unterteilt ist. Diese sorgen jeweils für Stabilität, Beschleunigung sowie optimierten Bodenkontakt. Die vergrößerte und gleichmäßigere Aufstandsfläche verbessert die Kraftübertragung,

Kurzfassung

Mit dem „Blue Response TG“ hat Sumitomo Rubber Industries den ersten neuen Dunlop-Reifen in Spanien präsentiert. Die asp-Redaktion war bei der Vorstellung dabei und konnte den Pneu in der Praxis testen.



Foto: Dieter Váthróder

Mit 99 Größen von 15 bis 21 Zoll passt der Reifen auch auf große SUV.

Markus Bögner

Geschäftsführer und Präsident Dunlop Tyre Europe GmbH

asp: Herr Bögner, wie bewerten Sie die Leistungen des neuen Dunlop „Blue Response TG“?

M. Bögner: Besonders beim Nassbremsen zeigt sich die Leistungsfähigkeit deutlich. Wenn man von außen sieht, wie lange eine Beschleunigungsstrecke und wie kurz eine Bremsstrecke ist, wirkt das zunächst fast unrealistisch. In der Praxis hat das aber sehr überzeugt. Auch auf der Strecke zeigt sich, dass der Reifen – selbst im Touring-Segment – eine starke Performance bietet. Und wir sprechen hier nicht nur über kleinere Dimensionen, sondern bis hin zu 20 Zoll. Das muss der Reifen entsprechend leisten können.

asp: Welche Aktivitäten planen Sie im Bereich Reifenhandel und Distribution?

M. Bögner: Wir sind traditionell sehr aktiv im Handel. Unsere Basis ist eine starke Zweitmarkenstrategie mit Falken, auf der wir weiter aufbauen. Entsprechend werden wir auch gezielte Händleraktionen durchführen. Unser Event ist beispielsweise

nicht nur für die Presse gedacht. Es kommen Kunden aus ganz Europa. Das ist ein wichtiger Bestandteil unserer Strategie.

asp: Wie ist der Stand der Umsetzung der Dunlop-Marke?

M. Bögner: Wir befinden uns noch in einer intensiven Aufbauphase. Die ersten drei Monate waren stark von internen Prozessen geprägt. Inzwischen sehen wir jedoch täglich Fortschritte. Wir müssen die Waren in unsere Lager bringen, die Logistik hochfahren und gleichzeitig startet bereits die Saison. Das ist eine anspruchsvolle Situation, aber wir sind auf einem sehr guten Weg – aktuell sogar etwas schneller als ursprünglich geplant. Natürlich sind wir dabei auch von externen Partnern wie Logistikdienstleistern abhängig, die entsprechend mitziehen müssen.



Foto: Dieter Vähröder

erhöht die Haltbarkeit und sorgt für gleichmäßigen Verschleiß. Zusätzlich wurde besonderer Wert auf Geräuschreduktion gelegt. Durch optimierte Profilstrukturen und innovative Pitch-Sequenzen werden Luftturbulenzen minimiert und der Fahrkomfort erhöht – ein wichtiger Aspekt insbesondere bei leisen Elektrofahrzeugen. Ein weiterer Vorteil ist die verbesserte Energieeffizienz, die je nach Fahrzeug und Fahrweise eine Reichweitensteigerung von bis zu 20 Prozent ermöglichen kann. Dieter Vähröder

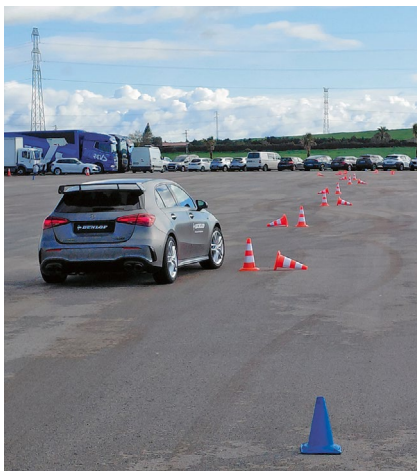


Foto: Dieter Vähröder

Auf dem neuen Reifen wedelte der AMG geschmeidig durch die Pylonen.

www.autoservicepraxis.de

ALZURA
TYRE 24 GROUP

Die Zukunft des Handels ist digital.

ALZURA.COM
www.alzura.com

ALZURA
eBusiness Software
www.alzura-automotive.com

LOCAL ONE
Die besten Händler in Ihrer Stadt
www.local.one

AUTOMOTIVE INSIGHTS
www.auto.news