

## Fiat setzt erfolgreiches Engagement in der Motorrad-WM fort



Die Zahlen sprechen für sich. 2,3 Millionen Fans besuchten nach offiziellen Angaben in der vergangenen Saison die Rennen der MotoGP, der höchsten Klasse der Motorrad-Weltmeisterschaft. Rund 300 Millionen Zeitungsleser und zwei Milliarden Zuschauer verfolgten am Fernseher die Positionskämpfe von Valentino Rossi und seinen Konkurrenten. Der italienische Superstar und sein Motorrad zierten außerdem das Cover von rund 600.000 offiziell lizenzierten Videospielen. Dabei immer mit im Bild: das Fiat Logo. Jetzt hat der Automobil-Hersteller sein Engagement als Titelsponsor mit Valentino „The Doctor“ Rossi und dem Yamaha-Werksteam um ein Jahr verlängert. „Die Partnerschaft mit Yamaha war für Fiat vom Start weg ein großer Erfolg. Beide Marken verbinden die Eigenschaften jung, dynamisch und erfolgreich“, sagte Fiat Markenvorstand Lorenzo Sistino bei der Präsentation der neuen Yamaha YZR-M1 in der Fiat Heimatstadt Turin. „Die Präsenz von Fiat in der MotoGP bringt uns dicht an unsere Kunden heran. Durch die MotoGP erreichen wir eine hohe Medienwirksamkeit, und zwar nicht nur in Italien, sondern weltweit.“ Das Fiat Markenzeichen prangt in der MotoGP-Saison 2008, die 18 Rennen umfasst und am 9. März in Qatar beginnt, nicht nur prominent auf beiden Seiten die Verkleidung von Rossis Werks-Yamaha. Auch die Lederkombi des siebenfachen Weltmeisters, außerdem die Kleidung sämtlicher Teammitglieder und die

Transportfahrzeuge der Yamaha-Werksmannschaft tragen das Fiat Logo. Fiat baut damit sein Engagement in einer Sportart aus, die mit technischen Innovationen und großen Emotionen besonders junge Leute anspricht. Ein Beweis dafür sind die über 350 Entwürfe für das Design der beiden Werks-Yamaha, die in der vergangenen Saison auf der Website des Teams ([www.FiatYamahaTeam.it](http://www.FiatYamahaTeam.it)) eingereicht wurden. Große Aufmerksamkeit weckten die beiden Werks-Yamaha ohnehin durch die im Verlaufe des Jahres wechselnde Lackierung. Im Mittelpunkt standen dabei der im Sommer 2007 neu eingeführte Fiat 500 sowie der Relaunch der Marke Abarth. Der für die traditionell mit Fiat eng verbundene Tuningfirma typische Skorpion zierte beispielsweise beim Großen Preis von Australien in Philip Island die Maschinen und die Overalls von Valentino Rossi und Teamkollege Colin Edwards. Beim GP Niederlande in Assen trat das Yamaha-Werksteam ganz in knallbunten Farben des Fiat 500 an. Zuletzt staunte Rossi auf der Bologna Motorshow über einen exklusiven Fiat 500, der im für den Italiener typischen lebhaften Design lackiert war

und außerdem auf der Motorhaube dessen legendäre Startnummer 46 trug.

Aktionen wie diese unterstreichen, dass Fiat in der Partnerschaft mit Yamaha weit mehr als ein klassisches Sponsoring sieht. „Hier arbeiten zwei Marken zusammen, die jeweils in ihrem Segment eine lange Tradition im Bau großartiger Fahrzeuge haben“, begründete Fiat Markenvorstand Lorenzo Sistino die Vertragsverlängerung. „Sie haben eine Partnerschaft begründet, die neue Wege in der Werbung und der Kommunikation beschreitet.“