

1

Fiat Panda: Die Etablierung einer neuen Produktpersönlichkeit bei gleichzeitiger Aktualisierung des Markendachs

MARKETING-SITUATION

Die Situation für Fiat auf dem deutschen Markt verschlechterte sich seit dem Beginn der 70er Jahre.

Die Marke, traditionell im Kleinwagen-Segment zu Hause, kam immer stärker unter Druck.

Die erste Ölkrise Ende 1973, die den Trend zu kleineren Autos und eine neue, rationalere Einstellung gegenüber dem Statussymbol Auto einleitete, konnte Fiat nicht für sich nutzen. Im Gegenteil. Der Marktanteil ging bereits seit 1972, verstärkt noch ab 1975, zurück.

Fiat hatte der negativen Entwicklung keine Produktinnovationen entgegenzusetzen. Zudem hatte die Marke mit Imageproblemen zu kämpfen, die durch interne Schwierigkeiten mit der Verarbeitungsqualität hervorgerufen worden waren.

Das aggressive Auftreten der Japaner, die ganz besonders massiv im Segment der „Kleinen“ aktiv wurden, bereitete Fiat zusätzliche Probleme.

Die Entwicklung von Fiat im Segment der kleinen Klasse

<i>Jahr</i>	<i>Verkäufe/Stück</i>	<i>Marktanteil %</i>
1975	40.761	15,1
1976	31.705	11,0
1977	41.256	9,9
1978	32.107	9,9
1979	29.017	7,8

MARKETING-ZIELSETZUNG

Die rückläufigen Zulassungen für Fiat führten zu einem sinkenden Bestands-Potential der Marke.

Um Fiat wieder erfolgreich werden zu lassen, mußte der Panda zwei Zielsetzungen erfüllen:

1. Marktanteilsausdehnung im Segment der Kleinwagen
2. Verbesserung der Gesamtmarkt-Position für Fiat

Dies bedeutete:

Zu 1. Marktanteilsausdehnung im kleinen Segment

1980 auf 9 %

1981 auf 12 %.

1982 auf 14 %.

Zu 2. Verbesserung der Gesamtmarkt-Position

Ausdehnung des Marktanteils mittelfristig auf über 4 %.

WERBEZIELE

Folgende Werbeziele wurden auf der Grundlage der Marketing-Zielsetzung entwickelt und im Wirkungsausmaß präzise definiert:

1. Aufbau der Produktpersönlichkeit des Fiat Panda
2. Gewinnung von neuen Fiat-Fahrern

— Einsteiger

— von Fremdfabrikaten

Fremderoberungsrate für Panda 50 % anstatt bisher 30 %

3. Belebung des Verbraucherinteresses

Positive Ausstrahlung: Fiat soll als Marke wieder „salonfähig“ werden.

CREATIVE STRATEGIE

1. Ausgangsbasis

Aus dem Produkt „Fiat Panda“ heraus ließ sich kein USP für die Werbung formulieren, denn:

— Der Panda hatte technisch nicht viel mehr zu bieten als die Mitbewerber im dichtbesetzten Segment.

- Der Panda hatte auch wirtschaftlich keine Alleinstellung;
- Der Panda bot nur optisch etwas Neues; er sah anders aus als alle anderen Autos. Aber das Äußere ließ sich als Positionierungsansatz allein nicht verwenden, da die ungewöhnliche Form eher auf Ablehnung stieß. Es wurde deshalb nach einem psychologischen Positionierungsansatz gesucht. Hier lieferte die Life Style-Typologie der Agentur wichtige Erkenntnisse. Eine Analyse des Zielgruppenpotentials ergab, daß sich das Selbstbild dieser Leute konträr zum Durchschnitt der Autofahrer insgesamt darstellte. Daraus ergab sich die Zielgruppe für den Fiat Panda:
 - Unkonventionelle Autofahrer und -fahrerinnen, die keinen Wert auf äußerliches Prestige legten.
 - Überwiegend junge, liberale, tolerante, umweltbewußte und nicht an tradierten Normen orientierte Menschen.
 - Personen mit einem ausgeprägten Selbstbewußtsein, das sich auch in demonstrativem Umgang gerade mit einem Prestigeobjekt wie dem Auto manifestierte.

2. Positionierung

Für den unkonventionellen Autofahrer war und ist der Fiat Panda das intelligenteste, kostengünstigste Fahrzeug in seiner Klasse. Er ist für intelligente Menschen die zeitgemäße Art, sich mit einem Auto fortzubewegen.

3. Umsetzung

Es gibt kein technisches Produkt, zu dem die Leute eine emotionalere Beziehung haben als zum Auto. Diese Aussage ist zwar banal, aber wahr.

Wie ein Blick auf die Werbung der Mitbewerber zeigt, scheinen sie diese Tatsache gründlich vergessen zu haben. Die Automobilwerbung bewegt sich auch nach wie vor in den gewohnten Schablonen von Wirtschaftlichkeit, Raumangebot, Design, Prestige oder Hersteller-Know-how.

Die Austauschbarkeit der Produkte nahm und nimmt weiterhin zu.

Die Chance für die Werbung bestand nun darin, eine Produktpersönlichkeit aufzubauen. Keine Produktpersönlichkeit eines eindimensionalen Typs, sondern mit den Attributen „intelligent“, „ehrlich“, „sparsam“, „leicht verrückt“, ja sogar „mit ein paar Macken“ versehen:

Fiat Panda. Die tolle Kiste.

Dieser Ansatz führte in der Arbeit zu einer neuen Headline-Technik, der Short-Story.

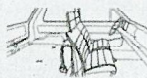
Diese neue Textversion wiederum führte zu einem neuen Bild-Konzept „nicht hochglanzgelackt, sondern z. T. wie selbst geschossen“.

Und aus diesen Arbeitsergebnissen ergab sich die Vielfalt der Motive und ihr Einsatz in der Kampagne. Bis heute erschienen annähernd 100 verschiedene Motive.

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

„**B**iologisch betrachtet“, sagte
der bärtige Mann im Russenkittel,
„macht der hier am wenigsten Mist
und bringt den größten Ertrag.“

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



Verbrauch (Super nach
DIN 70030-1): 5,8 Liter bei
90 km/h, 7,5 l bei 120 km/h,
8,4 l in der Stadt. Gewicht (vollgetankt): nur
700 kg. Zulässiges Gesamtgewicht 1150 kg.
Bestes Gewicht/Nutzlast-Verhältnis seiner
Klasse. 5 Personen und 272 l Gepäck: alle Sitze
in Normalstellung. Liegewagen: alle Lehnen
flach. Kinderwagen: Rückbank in V-Form. Ein-

kaufswagen: Rückbank vorgeklappt (s. Skizze).
Lastwagen: Rückbank raus - über 1 Kubik-
meter Laderaum. Ausstattung: abknöpfbare
Sitzbezüge, leicht zu reinigen. Verbundglas-
Frontscheibe, Heckscheibenwischer, 5 Sicher-
heitsgurte. Motor: 45 PS, sorgt für gut 140
km/h Spitze. Und dafür, daß nicht nur
Naturfreunde den Panda riesig finden.

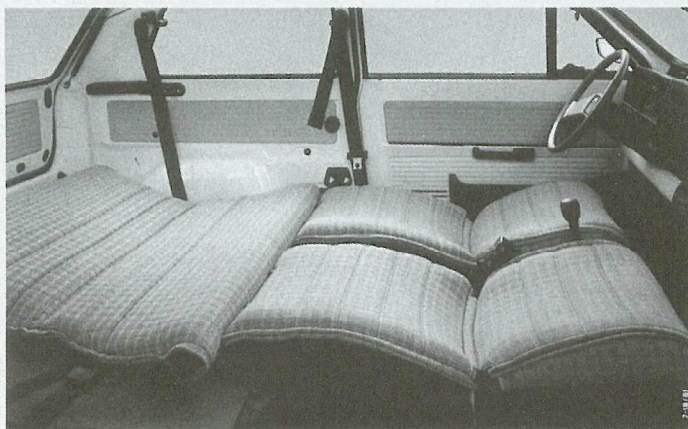
FIAT

Anzeige

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

Dr. Winter klappte Rücksitzbank und Vordersitze in normale Position zurück. „Interessant“, murmelte er, „das könnte der Anfang vom Ende des Geburtenknicks sein.“

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



1. Alle Lehnen flach: Das Doppelbett, Stoffbezüge abknöpftbar und leicht zu reinigen. 2. Rückbank in V-Form: Die Kinderwiege. 3. Alle Lehnen in Normalstellung: Platz für fünf. 4. Rückbank vorgeklappt: Der Einkaufswagen (für Großfamilien, 900 Liter Laderaum). Serienausstattung: Verbundglas-Frontscheibe, heizbare Heckscheibe, getönte Scheiben rundum, 6 Jahre Gewährleistung gegen Durchrostungs-Schaden. Fahrleistungen: 33 kW/45 PS, Spitze 140 km/h. Verbrauch: 5,8/7,5/8,4 Liter Super bei 90/120 km/h/Stadtverkehr (DIN 70030-1). Auch dann noch attraktiv, wenn am Kindergeld herumgedoktert wird.



FIAT

Anzeige

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

Während seines Urlaubs hieß es im Radio, er sei einstimmig für den Vorsitz der Energiesparkommission vorgeschlagen.

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



Fiat Panda 45: „7,4 Liter Super auf 100 km“ errechnete „auto,motor und sport“ nach 50 000 Test-km. „Außerordentlich sparsam.“ 33 kW/45 PS-Motor, Gürtelreifen, 6 Jahre Gewährleistung gegen Durchrostungs-Schäden, Verbundglas-Frontscheibe, getönte Scheiben rundum, Ausstellfenster, 7fach verstellbare Rückbank. „Unter den alternativen Autos das kleinste und billigste, aber auch das sportlichste“, lobte der „stern“. „9.690 Mark unverbindliche Preisempfehlung ab Kippenheim/Baden“, kalkulierte die Fiat Automobil AG. „Es werden noch Kommissionsmitglieder gesucht.“



FIAT

Anzeige

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

Gesucht, Fahrer, die den Club of Rome nicht für eine neue, heiße Disco halten.

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



Der Fiat Panda 45: Fünfsitzer (1), Doppelbett (2), Kinderwiege (3), Lastwagen (4) mit 1088 Liter Fassungsvermögen. Grund: 7fach verstellbare Rückbank. Verbundglas-Frontscheibe, heizbare Heckscheibe, 3 große Ablagefächer, 4 Ausstellfenster, 5 Sicherheitsgurte, 6 Jahre Gewährleistung gegen Durchrostungsschäden, 33 kW/45 PS, Spitze 140 km/h. Verbrauch 5,8 Liter Super bei 90 km/h, 7,5 bei 120 km/h, 8,4 im Stadtzyklus (Vergleichswerte nach DIN 70030-1). Für alle, die ihren Kopf nicht in den Ölsand stecken.



FIAT

Anzeige

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

Für alle, die sich nicht länger melken lassen.



Fiat Panda. Die tolle Kiste.

FIAT

Großflächen-Plakat

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

Für alle, die keine eigene Ölquelle haben.



Fiat Panda 34. Der Normal-Verbraucher *FIAT*

Großflächen-Plakat

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

„Was sagt Ihr Sohn denn jetzt zu Ihnen, wo Sie den großen Wagen verkauft haben?“ „Er sagt weiter Papa zu mir.“

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



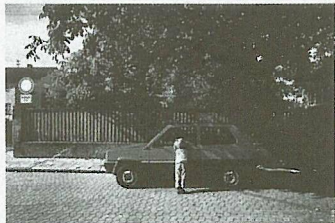
Wie ist der Heute klein? Außen: 3,38 Meier. Innen groß. Platz für 5, 7fach verstellbare Rückbank. Lederum bis 1000 Liter. Groß ausgestaltet. Stoffhülle. Trenne. 4 Ausstellert. gefüllte Schläben rundum. heißbare Heckschleife. Heckschleifenwischer. Groß im Nehmen. desfalls 6 Jahre Gewährleistung gegen Durchdrüllschäden. An der Tankstelle wieder ein Kleiner: 5,8/5,8/4 Liter Super bei 80/120 km/100 km/100 km/100 km (Vergleichswerte DIN 70030-1). 33 kW/45 PS leisten Großes: 140 km/100 km. Klein: 3,990 Mark (unveränderliche Basispreiswerte des Fiat Abwärt ab Kleinmotorrad). Da ist noch eine Taschenrechnerhülle drin.



Anzeige

„Was macht ihr da?“

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



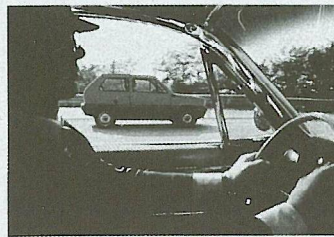
Auch im neuen Parada 43 bietet es einer Phantasie überlassen, was Sie mit der Nacht vertreiben! Rückblick anstellen. Interessant in diesem Zusammenhang: neue Editionen, neue Gesamtausgaben (4), neue Auflagen (2) Alles auch während der Fahrt vor sich gehen. *Parada 43* (1977/78, 1979/80, 1980/81, 1981/82, 1982/83, 1983/84, 1984/85, 1985/86, 1986/87, 1987/88, 1988/89, 1989/90, 1990/91, 1991/92, 1992/93, 1993/94, 1994/95, 1995/96, 1996/97, 1997/98, 1998/99, 1999/00, 2000/01, 2001/02, 2002/03, 2003/04, 2004/05, 2005/06, 2006/07, 2007/08, 2008/09, 2009/10, 2010/11, 2011/12, 2012/13, 2013/14, 2014/15, 2015/16, 2016/17, 2017/18, 2018/19, 2019/20, 2020/21, 2021/22, 2022/23, 2023/24, 2024/25, 2025/26, 2026/27, 2027/28, 2028/29, 2029/30, 2030/31, 2031/32, 2032/33, 2033/34, 2034/35, 2035/36, 2036/37, 2037/38, 2038/39, 2039/40, 2040/41, 2041/42, 2042/43, 2043/44, 2044/45, 2045/46, 2046/47, 2047/48, 2048/49, 2049/50, 2050/51, 2051/52, 2052/53, 2053/54, 2054/55, 2055/56, 2056/57, 2057/58, 2058/59, 2059/60, 2060/61, 2061/62, 2062/63, 2063/64, 2064/65, 2065/66, 2066/67, 2067/68, 2068/69, 2069/70, 2070/71, 2071/72, 2072/73, 2073/74, 2074/75, 2075/76, 2076/77, 2077/78, 2078/79, 2079/80, 2080/81, 2081/82, 2082/83, 2083/84, 2084/85, 2085/86, 2086/87, 2087/88, 2088/89, 2089/90, 2090/91, 2091/92, 2092/93, 2093/94, 2094/95, 2095/96, 2096/97, 2097/98, 2098/99, 2099/00, 2100/01, 2101/02, 2102/03, 2103/04, 2104/05, 2105/06, 2106/07, 2107/08, 2108/09, 2109/10, 2110/11, 2111/12, 2112/13, 2113/14, 2114/15, 2115/16, 2116/17, 2117/18, 2118/19, 2119/20, 2120/21, 2121/22, 2122/23, 2123/24, 2124/25, 2125/26, 2126/27, 2127/28, 2128/29, 2129/30, 2130/31, 2131/32, 2132/33, 2133/34, 2134/35, 2135/36, 2136/37, 2137/38, 2138/39, 2139/40, 2140/41, 2141/42, 2142/43, 2143/44, 2144/45, 2145/46, 2146/47, 2147/48, 2148/49, 2149/50, 2150/51, 2151/52, 2152/53, 2153/54, 2154/55, 2155/56, 2156/57, 2157/58, 2158/59, 2159/60, 2160/61, 2161/62, 2162/63, 2163/64, 2164/65, 2165/66, 2166/67, 2167/68, 2168/69, 2169/70, 2170/71, 2171/72, 2172/73, 2173/74, 2174/75, 2175/76, 2176/77, 2177/78, 2178/79, 2179/80, 2180/81, 2181/82, 2182/83, 2183/84, 2184/85, 2185/86, 2186/87, 2187/88, 2188/89, 2189/90, 2190/91, 2191/92, 2192/93, 2193/94, 2194/95, 2195/96, 2196/97, 2197/98, 2198/99, 2199/00, 2200/01, 2201/02, 2202/03, 2203/04, 2204/05, 2205/06, 2206/07, 2207/08, 2208/09, 2209/10, 2210/11, 2211/12, 2212/13, 2213/14, 2214/15, 2215/16, 2216/17, 2217/18, 2218/19, 2219/20, 2220/21, 2221/22, 2222/23, 2223/24, 2224/25, 2225/26, 2226/27, 2227/28, 2228/29, 2229/30, 2230/31, 2231/32, 2232/33, 2233/34, 2234/35, 2235/36, 2236/37, 2237/38, 2238/39, 2239/40, 2240/41, 2241/42, 2242/43, 2243/44, 2244/45, 2245/46, 2246/47, 2247/48, 2248/49, 2249/50, 2250/51, 2251/52, 2252/53, 2253/54, 2254/55, 2255/56, 2256/57, 2257/58, 2258/59, 2259/60, 2260/61, 2261/62, 2262/63, 2263/64, 2264/65, 2265/66, 2266/67, 2267/68, 2268/69, 2269/70, 2270/71, 2271/72, 2272/73, 2273/74, 2274/75, 2275/76, 2276/77, 2277/78, 2278/79, 2279/80, 2280/81, 2281/82, 2282/83, 2283/84, 2284/85, 2285/86, 2286/87, 2287/88, 2288/89, 2289/90, 2290/91, 2291/92, 2292/93, 2293/94, 2294/95, 2295/96, 2296/97, 2297/98, 2298/99, 2299/00, 2300/01, 2301/02, 2302/03, 2303/04, 2304/05, 2305/06, 2306/07, 2307/08, 2308/09, 2309/10, 2310/11, 2311/12, 2312/13, 2313/14, 2314/15, 2315/16, 2316/17, 2317/18, 2318/19, 2319/20, 2320/21, 2321/22, 2322/23, 2323/24, 2324/25, 2325/26, 2326/27, 2327/28, 2328/29, 2329/30, 2330/31, 2331/32, 2332/33, 2333/34, 2334/35, 2335/36, 2336/37, 2337/38, 2338/39, 2339/40, 2340/41, 2341/42, 2342/43, 2343/44, 2344/45, 2345/46, 2346/47, 2347/48, 2348/49, 2349/50, 2350/51, 2351/52, 2352/53, 2353/54, 2354/55, 2355/56, 2356/57, 2357/58, 2358/59, 2359/60, 2360/61, 2361/62, 2362/63, 2363/64, 2364/65, 2365/66, 2366/67, 2367/68, 2368/69, 2369/70, 2370/71, 2371/72, 2372/73, 2373/74, 2374/75, 2375/76, 2376/77, 2377/78, 2378/79, 2379/80, 2380/81, 2381/82, 2382/83, 2383/84, 2384/85, 2385/86, 2386/87, 2387/88, 2388/89, 2389/90, 2390/91, 2391/92, 2392/93, 2393/94, 2394/95, 2395/96, 2396/97, 2397/98, 2398/99, 2399/00, 2400/01, 2401/02, 2402/03, 2403/04, 2404/05, 2405/06, 2406/07, 2407/08, 2408/09, 2409/10, 2410/11, 2411/12, 2412/13, 2413/14, 2414/15, 2415/16, 2416/17, 2417/18, 2418/19, 2419/20, 2420/21, 2421/22, 2422/23, 2423/24, 2424/2



Anzeige

„Warum, Charles, kann uns ein Auto überholen, das kaum größer ist als unsere Kühlerhaube?“

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



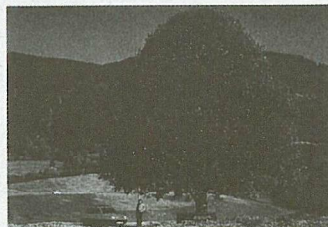
3,38 Meter kurz. Aber 140 km/h Spitze. Beim Schlucken ist er nicht so schnell: Verbrauch im ADAC-Test: ganze 5,7 Liter (Super). Vergleichswerte nach DIN 70010-1: 6,8/7,5/8,4 Liter Super bei 60/120 km/h/Stadtverkehr. 1 Rückfahrschneifer, 2 Scheibenwischer (1 vorn, 1 hinten), 3 Türen, 4 Auslassfedern, 5 Sicherheitsgurte, 6 Jahre Gewährleistung gegen Durchrostungs-Schäden. 7fach verstellbare Rückbank, zum Beispiel: 1. Fahrsitzler, 2. Doppelbett, 3. Kinderwiege, 4. Einkaufswagen. Die Teilzeitarbeiterin: Marc Gieseler.



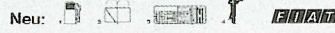
Anzeige

Im Dorf hatte er schnell Freunde gefunden. Nur zum Tankwart fand er kein richtiges Verhältnis.

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



Der neue Panda 45: 11% beschleunigt (5 als sein Vorgänger: 5,0/7,7/1,1 Liter Super bei 90/120 km/h/Stadtverkehr (Vergleichswerte D17 70000-1). Trotzdem darf der Fahrer Anspürlose stellen: 23 kW/45 PS (D10), Spitze 140 km/h. Neue, verbesserte Geräuschdämmung (4), neue Hinterradführung. Die Straßen sind je auch nicht mehr das, was sie früher mal waren. Platz für 5, 7-fach verstellbare Rückbank. Günstige Finanzierung und Leasing durch die Fiat Kredit Bank GmbH. Neu: elektrische Schreibmaschinen (3), neues Heizungs-system (3), Kunststoff-Einsätze in den vorderen Radkästen, Unterbodenabschirmung, Plankenschutz. Da können Sie ruhig mal in einer Felzug abblenden.



Anzeige

FIAT PANDA. DIE TOLLE KISTE.

Das Bruttosozialprodukt wollte und wollte nicht steigen, der Goldpreis fiel in den Keller. Trotzdem gab es Menschen, die fanden das Leben schön.

Fiat Panda. Die tolle Kiste.



Man braucht keine Millionen zum Glück. Für 9.990 Mark (unverbindliche Preisempfehlung der Fiat Automobil AG ab Kippenheim/Baden) gibt es 4 Zylinder, 33 kW/45 PS, 140 km/h. Jede Menge Spaß. Mit wenig Sprit: 5,8/7,5/8,4 Liter Super bei 90/120 km/h/Stadtverkehr (Vergleichswerte DIN 70030-1). Jede Menge Platz: 5-Sitzer, 7fach verstellbare Rückbank, bis zu 1088 Liter Laderaum. Jede Menge Ausstattung: 4 Ausstellfenster, Verbundglas-Frontscheibe, getönte Scheiben rundum, Heckscheibenheizung und -wischer. 6 Jahre Gewährleistung gegen Durchrostungsschäden. Weil er stabiler ist als die Wirtschaft.



FIAT

Anzeige

MEDIA-STRATEGIE

Bedeutende Handicaps für die Einführung des Fiat Panda waren der späte Einführungszeitpunkt zum 31. 5. 1980, der nach dem saisonbedingten Verkaufsschwerpunkt lag, sowie der für eine Produktneueinführung im Automobilbereich geringe Streuetat. Deshalb wurden die Mittel auf wenige Medien konzentriert.

Den Kern der Strategie bildete der Einsatz zielgruppenspezifischer Publikumszeitschriften für die Basiskampagne. Dabei hatte die Frequenz pro Titel absolute Priorität vor der Reichweite.

Großflächenplakate wurden als flankierendes Medium zu den Verkaufsschwerpunkten hinzugezogen.

Diese Strategie wurde kontinuierlich fortgesetzt und bis heute beibehalten.

ERGEBNISSE

Der Fiat Panda hat die gesteckten Ziele erreicht und teilweise sogar übertroffen.

1. Absatz

Der Fiat Panda erfüllte die Absatzerwartungen voll. Der zunächst zögernde Start in 1980 resultierte aus der für den deutschen Markt unzureichenden Verfügbarkeit.

Seit Beginn des Jahres 1981 steigen die Zulassungszahlen ständig an. In den ersten 9 Monaten 1982 hat sich der Fiat Panda zum meistverkauften Ausländer in der kleinen Klasse entwickelt.

Panda-Entwicklung

<i>Jahr</i>	<i>Absatz in Stück</i>	<i>Anteil im Segment der kleinen Klasse in %</i>
1979	—	—
1980	6.730	1,9
1981	18.500	5,9
1982	23.245	7,6

2. Käufer

Die Käuferstatistik zeigt eine Reihe von Wirkungsindikatoren.

- Die geplante Fremderoberungsrate wurde mit 52,4 % in 1981 überschritten.
- Die Struktur der Fiat Panda-Besitzer weicht von der der bisherigen Fiat-Kundschaft ab und bestätigt damit, daß neue Käuferschichten gewonnen werden konnten.

3. Belebung der Marke Fiat

Der Erfolg des Fiat Panda trug zur Belebung der Marke Fiat in Deutschland bei und verhalf Fiat zur Position Nr. 1 unter den Import-Marken. Die Marktanteilsentwicklung zeigt für Fiat seit der Einführung steigende Anteile im Gesamt-Markt als Folge der positiven Entwicklung im Segment der kleinen Klasse.

Marktanteilsentwicklung Fiat gesamt:

<i>Jahr</i>	<i>gesamt in %</i>	<i>Anteil im Segment der kleinen Klasse in %</i>
1979	3,5	7,8
1980	3,3	9,2
1981	3,7	12,8
1982	4,0	14,2

4. Imageprofilierung

Eine Imagestudie bestätigte, daß die eigenständige Profilierung des Fiat Panda als Produktpersönlichkeit gelungen ist. 