

K A T E G O R I E   H A N D E L

HERTIE.

## **Hertie. „Gut ist uns nicht gut genug.“**



### **DIE AUSGANGSSITUATION**

Bevor die Kauf- und Warenhauskette Hertie mit seiner neuen Unternehmensaussage „Gut ist uns nicht gut genug“ Ende 1990 auf den Markt kam, unterschied sich das Unternehmen kaum von seinen drei großen Mitbewerbern. Die meisten Marketing-Faktoren bei Karstadt, Kaufhof, Horten und Hertie waren austauschbar: das galt für Standorte, Sortimente, Angebote, Preise, Werbemittel und Media-Verhalten genauso wie für die Motivation der Mitarbeiter.

Trotz eines enormen Werbebudgets blieb das Markenbild des Unternehmens diffus und ohne Aktualität. Ein einheitliches und differenzierendes Profil gegenüber dem Wettbewerb fehlte.

Das Problem der Austauschbarkeit stellte für Hertie eine Art Teufelskreis dar. Aufgrund der nicht vorhandenen Eigenständigkeit von Erscheinungsbild und Kommunikationsverhalten ergab sich für die Kunden keine Bindung an – und keine Begründung für den Absender. Die Wahl des Einkaufsortes wurde zur Zufälligkeit.

Trotz hoher und steigender Werbeinvestitionen sank die Effizienz.

Der „preisaggressive“ Verkauf der Ware war das zentrale Marketinginstrument. Image und Identität von Hertie dividierte sich an ca. 80 Standorten auseinander, eine Orientierung für die mehr als 30.000 Hertie-Mitarbeiter fehlte.

## DIE WERBEZIELE

### Generelles Ziel

Ziel war, für Hertie ein unverwechselbares und eigenständiges Bild im Markt zu etablieren. Sowohl im Sinne einer Corporate Identity als auch im Corporate Design. Dabei sollte Hertie als Warenhaus bei allen Zielgruppen unter leistungs- (= Produkt) und marken- (= Unternehmen) differenzieren den Gesichtspunkten profiliert werden.



### Optimale Ausbildung, die Spaß macht: Kauffrau/Kaufmann im Einzelhandel

Wir sind immer nur so gut wie unsere Mitarbeiter. Darum ist für unsere Auszubildenden nur das Beste gut genug. Nehmen Sie uns beim Wort!



HERTIE ALSTERHAUS · biber KaDeWe WERTHEIM

### Personalanzeige

Vor allen anderen Zielen war jedoch die Durchsetzung der unverwechselbaren Positionierung die vordringlichste Aufgabe. Sie basierte auf der neuen, zentralen Unternehmensaussage „Gut ist uns nicht gut genug“.

Dementsprechend wurde eine konzentrierte und konzentrierte Vorgehensweise bei allen qualitativen und quantitativen Maßnahmen angestrebt.

### Spezielle Ziele

Neben dem übergeordneten Ziel, dem Unternehmen ein neues Gesamt-Image zu geben, sollte eine Reihe von speziellen Zielen erreicht werden:

- Die Gleichgewichtung von emotionalen/qualitativen Elementen mit verkaufsfördernden und Preis-/Leistungsorientierten Produktangeboten.
- Profilierung des Unternehmens als Warenhaus, das sich besonders für seine Kunden anstrengt. Dabei ging es um eine verbesserte Kunden-Einschätzung der Waren- und Dienstleistungsqualität.
- Erhöhung der Kontaktdichte und Kontaktintensität sowohl national als auch regional durch die Nutzung neuer Medien bzw. die effizientere Nutzung etablierter Medien.
- Identifikation und Bindung alter und neuer Mitarbeiter mit Hilfe der neuen Unternehmensaussage durch besondere Maßnahmen in speziellen Medien.



*Geschäftsbericht*

### DIE CREATIVE STRATEGIE

Die neue Unternehmensaussage sollte nicht nur als Slogan sondern als globales Leistungsversprechen verstanden werden. Es galt also, das Hertie-Versprechen unter Marken- und Vermarktungsaspekten immer wieder mit neuen Produkten und Leistungen aus allen Bereichen des Unternehmens glaubwürdig, differenziert und zum Nutzen aller Kundengruppen darzustellen und zu beweisen.

- Der Slogan „Gut ist uns nicht gut genug“ verbalisiert den Anspruch, den Hertie zum Vorteil seiner Kunden auch an sich selbst stellt.

Dieses Motto ist zum einen die vom Personal akzeptierte und getragene Unternehmenshaltung. Zum anderen vermittelt es Sympathie, Leistung und Aktualität den Kunden gegenüber.

- Das neue Logo ergibt aus Slogan und Hertie-Schriftzug eine Wort-Marke. Die rote Tüte bildet als Wort-Bild-Marke ein Synonym für das Unternehmen und wirkt, als zentrales Element, wie ein millionenfacher Multiplikator der Botschaft.
- Die Hertie Erkennungsmelodie für Hausdurchsagen und Telefonmusik sowie Radio- und TV-Spots ergänzt Logo und Slogan durch eine akustische Identifikationsmöglichkeit.

### DIE MEDIA-STRATEGIE

Die neue Hertie Unternehmensaussage „Gut ist uns nicht gut genug“ sollte zielgruppenspezifisch und sowohl inhaltlich als auch zeitlich abgestimmt kommuniziert werden. Dazu wurden vier Medien genutzt:

- Großflächenplakate, die das Unternehmensversprechen mit Hilfe der

Bildmarke (rote Tüte mit Logo und Slogan) im Einzugsbereich der einzelnen Kaufhäuser kommunizieren und durchsetzen sollten.

- 30-Sekunden-Funkspots, für die generelle, unternehmensbezogene Beweisführung des Versprechens mit hoher Frequenz und Reichweite.
- 2x 10-Sekunden-TV-Spots im Tandem-Prinzip, für die warengruppenspezifische Beweisführung des „Hertie-Mehrwertes“ mit hoher Frequenz und Reichweite.
- Tageszeitungsanzeigen und Beileger/Kataloge zur produktorientierten Vermarktung.

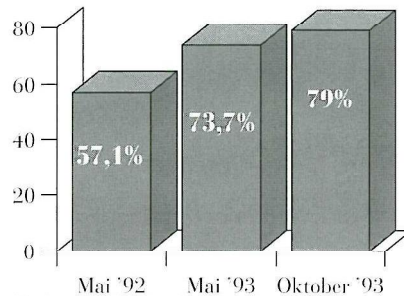
## DIE ERGEBNISSE

Die Kampagnenwirksamkeit wurde von Anfang an in regelmäßigen Abständen durch Verbraucherbefragungen von unabhängigen Marktforschungsinstituten zu Faktoren wie Werbeerinnerung, Auffälligkeit, Sloganbekanntheit, Imagefaktoren und Leistungsprofil überprüft:

- Die Sloganbekanntheit lag bereits zwei Monate nach Kampagnenbeginn mit 33,6 Prozent Bekanntheitsgrad und 44,9 Prozent präziser Zuordnung von Slogan und Unternehmen über den Werten relevanter Mitbewerber. Im Oktober 1993 lag die Bekanntheit bei 62,2 Prozent und die richtige Zuordnung bei 81,6 Prozent.

Werbeerinnerung und Konsumentenbeurteilung stiegen während der Kampagnendauer auf positive Werte. Ein halbes Jahr nach Kampagnenstart hatten 57,1 Prozent der Befragten die Kampagne als gut oder sehr gut beurteilt. Im Oktober 1993 waren es bereits 79 Prozent.

**Kundenbefragung**  
**Werbeurteil HERTIE sehr gut + gut**



Quelle: n = 600, Köln, Frankfurt, Berlin

- Die Reichweite der Kommunikation konnte an den Standorten von unter 50 auf mehr als 80 Prozent gesteigert werden.
- Der Effizienz-Zuwachs bei der Kommunikation hat sich inzwischen auch im Umsatz niedergeschlagen. Er stieg in den ersten 8 Monaten 1993 um 5,1 Prozent.

**FUNKSPOT  
„MITARBEITER“**

Die Hertie-Musik setzt ein.

Sprecher:

*„Wir von Hertie haben unseren Kunden ausnahmsweise mal nichts zu sagen.*

*Sondern unseren Mitarbeitern.*

*Wir sind stolz, liebe Hertie-Mitarbeiter, daß Sie voll zu unserem Vorsatz stehen, es Tag für Tag immer noch ein bißchen besser zu machen.*

*Und da unsere Kunden sicher mitgehört haben, wissen die wenigstens gleich, für wen wir das alles tun.“*

Refrain der Musik:

*„Hertie. Gut ist uns nicht gut genug“.*

**FUNKSPOT  
„UMWELT“**

Die Hertie-Musik setzt ein.

Sprecher:

*„Wir von Hertie sparen uns große Worte über Umweltschutz. Wir sagen einfach: Weniger ist mehr. Deshalb bekommen Sie bei Hertie immer weniger Verpackung und weniger umweltbelastende Stoffe. Und damit das so bleibt, schmeißen wir auch in diesem Jahr wieder über 1000 Produkte raus. Schließlich messen Sie uns an unseren Taten und nicht an unseren Worten.“*

Refrain der Musik:

*„Hertie. Gut ist uns nicht gut genug“.*

**FUNKSPOT  
„EINKAUFSGUALITÄT“**

Die Hertie-Musik setzt ein.

Sprecher:

*„Heute wenden wir uns mal nicht an unsere Kunden. Sondern an Sie, liebe Hertie-Lieferanten. Sie machen nämlich auch in diesem Jahr wieder keinerlei Abstriche bei der Qualität – ganz im Gegenteil. Und dafür möchten wir uns einfach mal bedanken. Zeigt es doch, daß Sie gemeinsam mit uns versuchen, es Tag für Tag ein bißchen besser zu machen. Und das freut natürlich auch wieder unsere Kunden.“*

Refrain der Musik:

*„Hertie. Gut ist uns nicht gut genug“.*

**FUNKSPOT  
„TÜTE“**

Die Hertie-Musik setzt ein.

Sprecher:

*„Wir von Hertie wollen uns in Zukunft noch mehr für Sie anstrengen. Und damit das keine leeren Worte bleiben, haben wir ganz groß auf die Hertie-Tüten geschrieben: Gut ist uns nicht gut genug. Auch auf die Gefahr hin, daß Sie uns die vor die Nase halten, wenn mal was nicht klappt.“*

*Aber:*

*Man wächst eben nur mit seinen Aufgaben“*

Refrain der Musik:

*„Hertie. Gut ist uns nicht gut genug“.*

KATEGORIE HANDEL



18/1 Plakat



18/1 Plakat

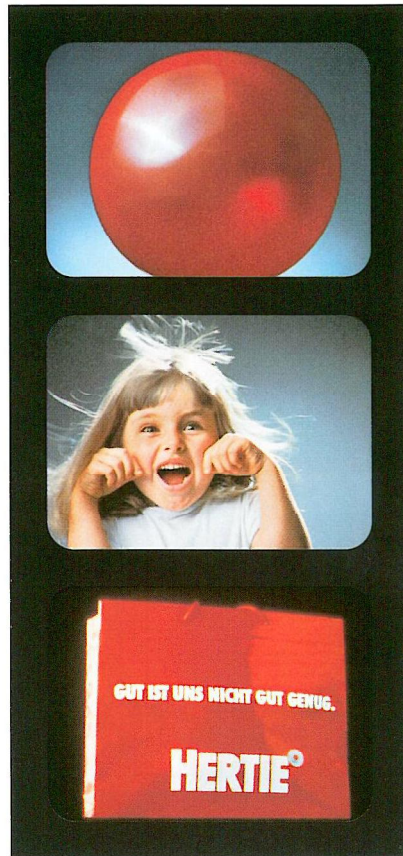
HERTIE (SILBER-EFFIE 1993)



1S/1 Plakat

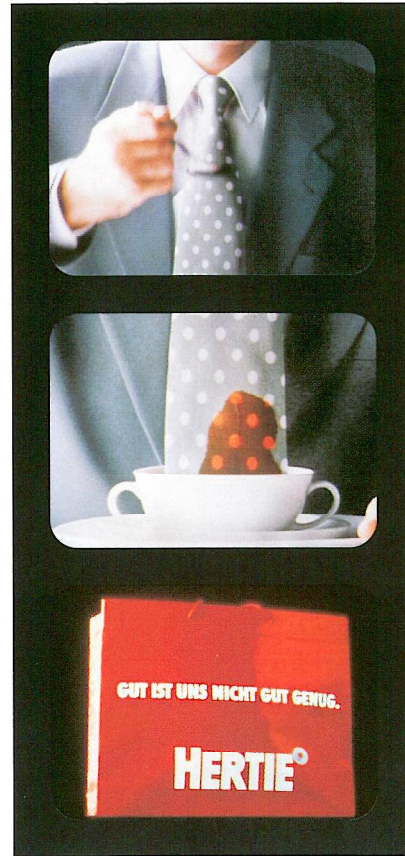


1S/1 Plakat



TV-Spot 10 sec. „Der Luftballon“

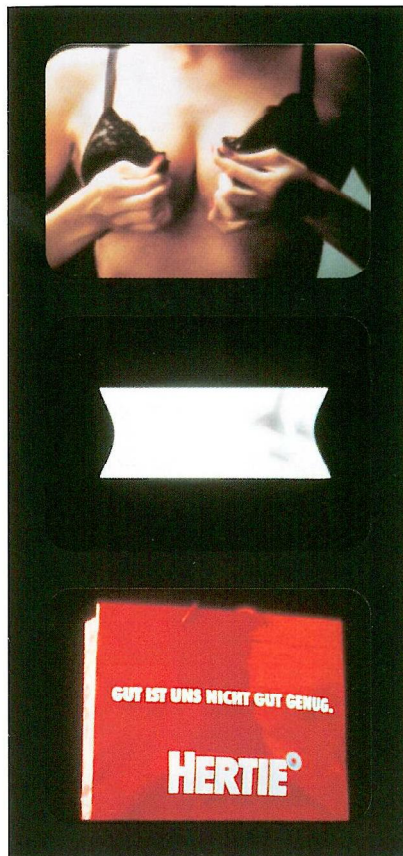
Ein Luftballon wird aufgeblasen bis er platzt. Hinter dem platzenden Luftballon erscheint ein lachendes Kind.  
 Off: „*Neue Luftballons gibt's bei Hertie. Und wenn Sie wollen, eine ganze Spielwarenabteilung gleich dazu. Hertie. Gut ist uns nicht gut genug.*“  
 (mit Jingle unterlegt)



TV-Spot 10 sec. „Die Krawatte“

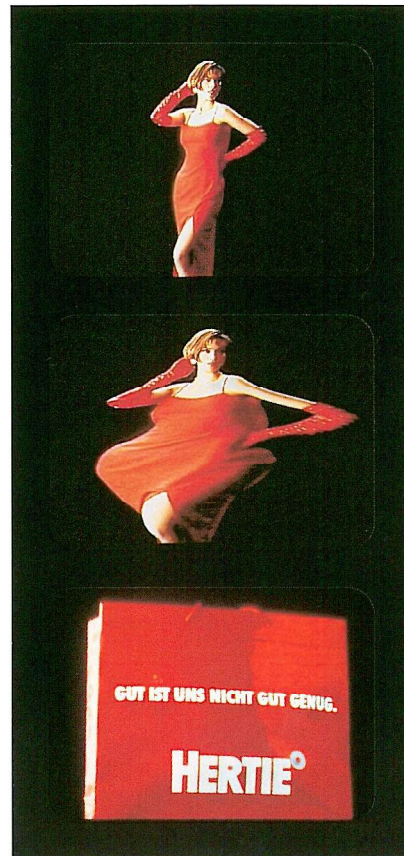
Ein Mann führt seinen Eßlöffel zum Mund. Ein Blick auf die Suppentasse zeigt, daß die Krawatte des Mannes in dieser hängt und sich langsam mit Tomatensuppe vollsaugt.  
 Off: „*Neue Krawatten gibt's bei Hertie. Und wenn Sie wollen, das restliche Outfit gleich dazu. Hertie. Gut ist uns nicht gut genug.*“  
 (mit Jingle unterlegt)

HERTIE (SILBER-EFFIE 1993)



TV-Spot 10 sec.  
„Die kaputte Bildröhre“

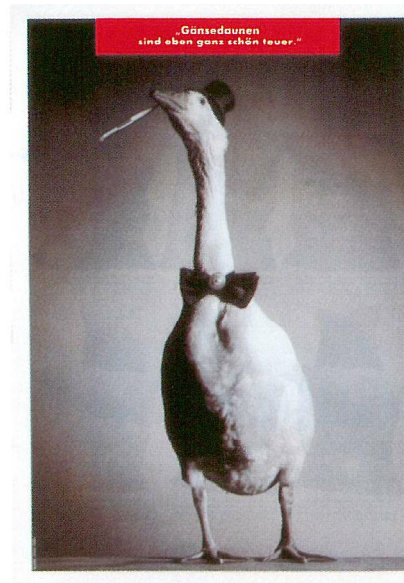
Mädchenstimme summt eine Melodie und öffnet dabei lasziv ihren BIL. Im entscheidenden Moment bricht das Fernsehbild zusammen.  
Off: „Ihren neuen Fernseher gibt's bei Hertie. Und wenn Sie wollen, den Mann der ihn anschließt gleich dazu.  
Hertie. Gut ist uns nicht gut genug.“  
(mit Jingle unterlegt)



TV-Spot 10 sec. „Der Zerrspiegel“

Eine Frau betrachtet sich im Spiegel. Ihre Figur verändert sich wie in einem Zerrspiegel mal länger, mal breiter, mal kürzer.  
Off: „Passende Mode gibt's bei Hertie. Und wenn es doch mal sein muß, den Änderungsservice gleich dazu.  
Hertie. Gut ist uns nicht gut genug.“  
(mit Jingle unterlegt)

# KATEGORIE HANDEL



Beileger



Beileger



H E R T I E ( S I L B E R - E F F I E 1 9 9 3 )

## Teppichkauf für kluge Köpfe.

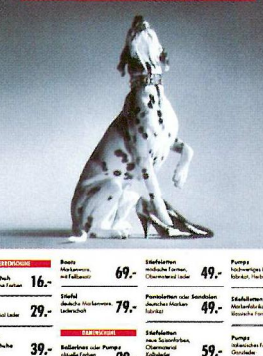


|                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">150,-</p> | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">600,-</p>  | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">2200,-</p> | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">1500,-</p> |
| <b>ORIGINAL EGYPTEN</b>                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">250,-</p> | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">1200,-</p> | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">600,-</p>  | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">350,-</p>  |
| <b>ORIGINAL EGYPTEN</b>                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">400,-</p> | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">1500,-</p> | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">1000,-</p> | <p><b>Original Egypte Teppich</b><br/>Handgeknüpft aus dem<br/>Nubiengebiet mit einer<br/>Seitenlänge von 120 cm<br/>ca. 140 x 200 cm</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">1950,-</p> |

**HERTIE**  
GUT IST UNS NICHT GUT GENUG

## Anzeige

**Mit denen können Sie Gassi gehen.**



|                                                              |             |                                                                               |             |
|--------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>STREIFENHAAR</b>                                          |             |                                                                               |             |
| <b>Festhaushaus<br/>mit moderner Fassade</b>                 | <b>16,-</b> | <b>Beute<br/>Marken-<br/>und<br/>Kaffeevollmilch</b>                          | <b>69,-</b> |
| <b>Süßer<br/>Charmantester Lada</b>                          | <b>29,-</b> | <b>Süßholz<br/>dunkel<br/>Hochleistungs-<br/>Schokolade</b>                   | <b>79,-</b> |
| <b>Wunder-<br/>Käsebratene<br/>Wäcker</b>                    | <b>39,-</b> | <b>Edelkaffee<br/>aus<br/>Pommes<br/>(Süßholz) Lada<br/>mit Süßholz</b>       | <b>79,-</b> |
| <b>Pommes<br/>dunkler Marken-<br/>Brotchen,<br/>15 Stück</b> | <b>49,-</b> | <b>Edelkaffee<br/>aus<br/>Kaffeebohnen<br/>mit Süßholz<br/>Lada</b>           | <b>59,-</b> |
|                                                              |             | <b>Pommes<br/>mit<br/>dunkler<br/>Ausführung,<br/>Glühwein<br/>verpackung</b> | <b>79,-</b> |
|                                                              |             | <b>Pommes<br/>mit<br/>dunkler<br/>Ausführung,<br/>Glühwein<br/>verpackung</b> | <b>99,-</b> |
|                                                              |             | <b>Pommes<br/>mit<br/>dunkler<br/>Ausführung,<br/>Glühwein<br/>verpackung</b> | <b>99,-</b> |

**HERTIE**  
GUT IST UNS NICHT GUT GENUG

## Anzeige

## Kleider machen Leute.

|                                                   |            |                                       |             |                                                              |             |                                                 |              |
|---------------------------------------------------|------------|---------------------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------|--------------|
| Baby Slip<br>100% Baumwolle                       | <b>3,-</b> | Baby's<br>Strampelanzug               | <b>7,-</b>  | Baby<br>Süßholz-Strampelanzug<br>mit bunteigenen<br>Gürtchen | <b>15,-</b> | Baby Schleifchen<br>100% Baumwolle              | <b>25,-</b>  |
| Baby rüschenband<br>100% Baumwolle                | <b>3,-</b> | Kinden<br>Sweet-Slats<br>Baumwolle    | <b>10,-</b> | Schlafanzug<br>Baumwolle                                     | <b>16,-</b> | "Kleiderprinzessin"<br>Pommes-Platz             | <b>29,-</b>  |
| Baby T-Shirt<br>schönlich, mit buntem<br>Aufdruck | <b>5,-</b> | Kleinkinder<br>Anzug<br>(Stil: Denim) | <b>10,-</b> | Kinder<br>Flanellhemdchen<br>in niedlicher Falten            | <b>19,-</b> | Hoodiehood<br>100% Baumwolle<br>Gr. 120-140     | <b>45,95</b> |
| Slings<br>100% Baumwolle                          | <b>6,-</b> | Baby<br>Affenhals                     | <b>10,-</b> | Ammerlappi-Pullis<br>gestrichelt                             | <b>25,-</b> | Schlafanzug<br>100% Baumwolle<br>reguläre Länge | <b>49,95</b> |

**LOS!**  
**HERTIE**  
GUT IST UNS NICHT GUT GENUG

*Anzeige*



| Lieber Mieder als bieder.                                     |            |                                                              |             |                                                                                   |             |
|---------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Slip</b><br>mit oder ohne<br>untere Brustpartie            | <b>4,-</b> | <b>Einstecker</b><br>mit langer Kordel                       | <b>10,-</b> | <b>Miederchen</b><br>hochkantig                                                   | <b>19,-</b> |
| <b>Slip</b><br>mit oder ohne Latex                            | <b>5,-</b> | <b>BH</b><br>mit Brustteil und<br>unterer 75-90<br>Latex-BK  | <b>10,-</b> | <b>Wollkleid-Gewinn</b><br>100% Baumwolle<br>mit Spitzenrand                      | <b>25,-</b> |
| <b>Einstecker</b><br>mit Aufsteckgürtel<br>unter Bustierweite | <b>5,-</b> | <b>Einstecker</b><br>mit langer Kordel<br>unter Bustierweite | <b>12,-</b> | <b>Spitzen-Set</b><br>mit Spitzen- und<br>mit langer Kordel<br>unter Bustierweite | <b>49,-</b> |
| <b>Bustier</b><br>mit oder ohne<br>Einsteckgürtel             | <b>4,-</b> | <b>Miederchen</b><br>hochkantig                              | <b>19,-</b> | <b>Miederchen</b><br>hochkantig                                                   | <b>49,-</b> |
|                                                               |            |                                                              |             | <b>Leggings</b><br>mit Spitze<br>unter Bustierweite                               | <b>49,-</b> |
|                                                               |            |                                                              |             | <b>Schleifchen</b><br>hochkantig unterer<br>Brustteil                             | <b>49,-</b> |

**WSV**  
DAS BESTE ZUM SCHNAPSEN  
HERTIE  
GUT IST UNS NICHT GUT GENUG

*Anzeige*