

Kategorie
KONSUMGÜTER
Non Food

**GLISS KUR.
ENTWEDER...
ODER...**

Kunde: Hans Schwarzkopf GmbH, Hamburg
Agentur: Scholz & Friends GmbH, Hamburg

GLISS KUR. (FINALIST 1995)



Die Marketing-Situation

Gliss Kur ist als hochwertige Marke aus dem Hause Schwarzkopf seit 1952 auf dem Markt. Die Marke hat sich mit der Positionierung „Hair Repair/Problemlöser“ im Haarpflegemarkt etabliert. Bis Ende 1991 wurde Gliss Kur durch verschiedene Print-Kampagnen unterstützt.

Die Umsätze entwickelten sich gut, aber die Markenbekanntheit entsprach nicht den Erwartungen. Auch das Image-/Leistungsprofil der Marke Gliss Kur war nicht deutlich genug kommuniziert.

Status 1991

Zu dieser Zeit lag die Marke innerhalb der Kernkompetenz „Haarkuren“ wertmäßig bei 11 Prozent und auf Rang 3 im Markt (CfK - Handelspanel, auch im weiteren).

Status 1992

1992 entwickelte Scholz & Friends eine neue Werbekampagne für Gliss Kur, die bis heute im Einsatz ist.

Status 1993

Bereits ein Jahr nach Einführung der neuen Werbekampagne lag die

Marke Gliss Kur im Stammsegment „Haarkuren“ wertmäßig bei 18,5 Prozent und auf Rang 1.

Das bedeutet eine Steigerung von mehr als 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Ein einmaliger Erfolg in diesem Segment.

Status 1994

1994 konnte der Vorsprung noch weiter ausgebaut werden. Im Stammsegment „Haarkuren“ lag Gliss Kur bei 19,3 Prozent wertmäßigem Marktanteil und damit weiterhin auf Rang 1.

Erzielen der Marktführerschaft im „Haarkuren-Markt“.

Qualitativ:

Schaffung einer sich klar vom Markt differenzierenden Markenpersönlichkeit mit der Zielsetzung, das Thema „Hair Repair“ klar für Gliss Kur zu besetzen.

Das Image-/Leistungsprofil von Gliss Kur soll in den Aspekten „Schönes Haar“ und „Pflege“ deutlich ausgebaut werden.

Die Marketing- und Werbeziele

GLISS KUR. (FINALIST 1995)

	<p>Der Marken-Benefit "Reparatur des Haares" soll dramatisiert und penetriert werden.</p> <p><i>Quantitativ:</i> Steigerung der spontanen Markenbekanntheit.</p> <p>Ausbau der Markensympathie für Gliss Kur.</p> <p>Gliss Kur ist der Haarpflegespezialist für die Regeneration und Reparatur von geschädigtem Haar.</p> <p>Die Marke Gliss Kur bietet unter dem Dach „Hair Repair Programm“ ein umfassendes und differenziertes Sortiment an regenerierenden Pflege- und pflegenden Styling-Produkten.</p> <p>Die Emotionalität der Marke ist feminin-kosmetisch, mit gehobenen Anspruch, der internationalen Vergleichen standhält.</p>	<p>Eine direkte Ansprache der Zielgruppe findet über die effiziente Selektion der Frauentitel statt.</p> <p>Klare Dramatisierung des Produktvorteils: Reparatur von angegriffenem und strapaziertem Haar. Verständliche und nachvollziehbare Inszenierung via einen einzigartigen Key Visual (Schere).</p> <p>Ganz klar, bei angegriffenem Haar kann man entweder zu dieser drastischen Lösung greifen oder das Haar mit Gliss Kur sanft und wirksam reparieren.</p> <p>Das Resultat: Mit Gliss Kur erhält das Haar neue, sichtbare Schönheit.</p> <p>Gliss Kur ist...</p> <p>Nummer 1 in Sachen „Marktanteil“: 19,3 Prozent Marktanteil (wertmäßig/CFK). Der Abstand zum nächsten Wettbewerber beträgt 3,3 Prozent.</p> <p>Nummer 1 in Sachen „ungestützte Werbeerinnerung“: Mit 21 Prozent (MAD-Werbemonitor) ist das eine Steigerung von mehr als 100 Prozent gegenüber dem Jahr 1993.</p> <p>Nummer 1 in Sachen „Markensympathie“: Von 62 Prozent (1993) konnte der Wert noch einmal auf 70 Prozent gesteigert werden.</p> <p>Nummer 1 in Sachen „Key Visual“: Beim „Qualifizierten Recall“ hat sich das Key Visual „Abschneiden/Schere“ mit 20 Prozent eindeutig etabliert. Der Wert lag ein Jahr zuvor bei 5 Prozent.</p> <p>So macht man Marktführer.</p>	<p>Die Kreativ-Strategie</p>
<p>Die Marken-Positionierung</p>			
<p>Die Zielgruppe</p>	<p>Alle Frauen, die ein besonderes Interesse an qualitativ hochwertiger kosmetischer Haarpflege haben.</p> <p>Kernzielgruppe: Frauen zwischen 19 und 49 Jahren.</p>		<p>Der Markterfolg</p>
<p>Die Media-Strategie</p>	<p>Effiziente Nutzung des Budgets durch gezielte Selektion von Medien.</p> <p>Basismedium ist TV (Format 20-Sekunden-Spots) mit Konzentration auf zwei Flights pro Jahr. Hierüber wird das Wirkungsverprechen von Gliss Kur glaubhaft und nachvollziehbar demonstriert. Über das Ergänzungsmedium Print werden die TV-Kampagne aufgegriffen und Produktinnovationen von Gliss Kur speziell kommuniziert.</p>		

GLISS KUR. (FINALIST 1995)

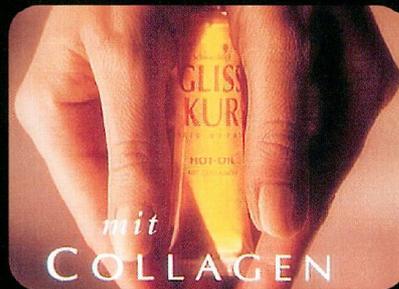
Neu von Gliss Kur

*Für dauergewelltes und
coloriertes Haar.*



*Gliss Kur Hot Oil mit
Collagen.*

Die Wärmekur.



Also entweder, oder.



*Gliss Kur. Das Hair-
Repair-Programm.
Von Schwarzkopf.*



TV-Spot „Hot Oil“

GLISS KUR. (FINALIST 1995)

Der heißeste Tip für schönes Haar: GLISS KUR HOT-OIL



Wenn Ihr Haar strapaziert und geschädigt ist, können Sie es entweder abschneiden oder wirksam reparieren. Mit GLISS KUR Der heißeste Tip aus dem GLISS KUR Hair Repair Programm: GLISS KUR HOT-OIL. Diese Wärmekur mit Tiefenwirkung wird vor der Haarwäsche angewendet. Durch seine wärmeaktive Wirkstoffkombina-

GLISS KUR Hair Repair Programm



tion dringt das HOT-OIL ins Haar ein und repariert die angegriffene Haarstruktur. Das Haar wird nicht beschwert, da überschüssige Pflegestoffe bei der anschließenden Haarwäsche ausgespült werden. Das Ergebnis: Das Haar wird mit GLISS KUR HOT-OIL intensiv regeneriert, erhält spürbare Geschmeidigkeit und seidigen Glanz.

1/1 Publikumsanzeige

GLISS KUR. (FINALIST 1995)

Der direkte Weg zu
schönem Haar: **GLISS KUR**



DIRECT-REPAIR-KUR

Wenn Ihr Haar strapaziert und geschädigt ist, können Sie es entweder abschneiden oder wirksam reparieren. Mit GLISS KUR. Jetzt neu aus dem GLISS KUR Hair Repair Programm: GLISS KUR DIRECT-REPAIR-KUR. Die Kur, die länger wirkt. Ohne Ausspülen sofort schönes Haar. Die DIRECT-REPAIR-KUR wurde auf



GLISS KUR
Hair Repair Programm

die speziellen Schutz- und Pflegebedürfnisse von längerem und spüßanfälligen Haar abgestimmt. Nach der Haarwäsche einfach ins handtrockene Haar einmassieren, und die GLISS KUR DIRECT-REPAIR-KUR wirkt sofort, ohne das Haar zu beschweren. Das Haar wird intensiv regeneriert und erhält seidigen Glanz.

1/1 Publikumsanzeige