

10

Der Shell-Atlas: Profilierung der kompetenten Experten in Sachen Reiseplanung

HISTORIE

Den Shell Atlas gibt es seit 1950. Seitdem ist er in den Grundzügen unverändert geblieben. Als erfolgreichstes Kartenwerk der Nachkriegszeit hat er in den Folgejahren den Aufschwung des Autos und die Demokratisierung des Reisens begleitet.

Zeitweise war die Marktstellung des Shell Atlas so dominant, daß fast alle anderen Auto-Atlanten vom Markt verschwanden. 1979 wurde mit großem Werbedruck der VAG-Atlas auf den Markt gebracht. Der Shell Atlas konnte jedoch seine Marktführer-Position behaupten.

MARKETING-SITUATION

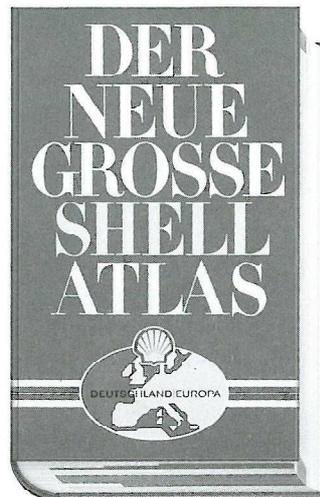
Seit 1950 wurden insgesamt 10 Millionen Shell Atlanten verkauft. Die daraus resultierende Besitzdichte führte seit Ende der 70er Jahre zu einer rückläufigen Auflagenentwicklung.

Gleichzeitig konnte der VAG-Atlas seine Marktposition zu Lasten des Shell Atlas ausbauen. Trends im Buchmarkt zu Billigprodukten verstärkten die negative Auflagenentwicklung zusätzlich.

SHELL-ATLAS. KOMPETENTE REISEPLANUNG.



Großflächenplakat



SHELL-ATLAS. KOMPETENTE REISEPLANUNG.

Wenn Sie sich mit dem Neuen Großen Shell Atlas verfahren: **G e l d z u r ü c k !***

*Das garantiert Mainz Geographischer Verlag (7302 Oxfildem) 2 Monate lang als Kaufdatum.
Und zwar jedem, der sich mit dem Neuen Großen Shell Atlas verfährt oder damit nicht rundum zufrieden ist.

Sie werden feststellen, es stimmt, was man über den Neuen Großen Shell Atlas sagt:
Nie war er so einfach wie heute!
Das Format und die Maßstäbe sind größer und übersichtlicher, mit seinen neuen Spezial-Karten messen Sie jede Verkehrs-

situation leichter.
Und das neu entwickelte Farbensystem wird Sie schneller und zielicher denn je zu den gesuchten Karten führen.
Kurz: Der Neue Große Shell Atlas wird alles überreffen, was Sie sich bisher unter einem Shell

Atlas vorgestellt haben.
Da gibt's kein Halten mehr!
Nehmen Sie sich den Neuen Großen Shell Atlas.
Sie erhalten ihn für DM 44,80 in allen Buchhandlungen, Kaufhäusern, Shell-Stationen und beim ADAC.



Shell hat
erhalten
den
neuen
Großen
Shell
Atlas

Anzeige

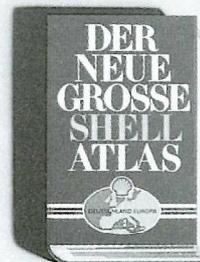
Der Neue Große Shell Atlas: **Nie war er so e i n f a c h** **wie heute!**

Der Neue Große Shell Atlas wird alles überreffen, was Sie sich bisher unter einem Shell Atlas vorgestellt haben.
Das Format und die Maßstäbe sind größer und übersichtlicher, mit seinen neuen Spezial-Karten

messen Sie jede Verkehrssituation leichter.
Und das neu entwickelte Farbensystem wird Sie schneller und zielicher denn je zu den gesuchten Karten führen.
Aber es kommt noch besser.

Die Geld-zurück-Garantie:
Wenn Sie sich mit dem Neuen Großen Shell Atlas verfahren oder damit nicht rundum zufrieden sind, bekommen Sie von Mainz Geographischer Verlag (7302 Oxfildem) Ihr Geld zurück! Das garantieren

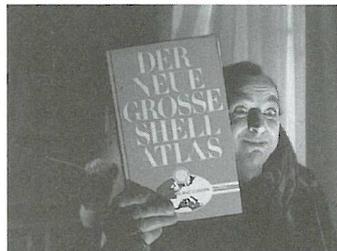
wir 2 Monate lang ab Kaufdatum.
Da gibt's kein Halten mehr!
Nehmen Sie sich den Neuen Großen Shell Atlas. Sie erhalten ihn für DM 44,80 in allen Buchhandlungen, Kaufhäusern, Shell-Stationen und beim ADAC.



Shell hat
erhalten
den
neuen
Großen
Shell
Atlas

Anzeige

SHELL-ATLAS. KOMPETENTE REISEPLANUNG.



TV Spot „Dracula“

TV Spot „Party“

WERBEZIELE

1. Steigerung der Abverkäufe in führenden Geschäften
2. Darstellung der Aktualität und Attraktivität des neuen Shell Atlas
3. Deutliche Profilierung des Shell Atlas als den kompetenten Experten in Sachen Reiseplanung/Reise-Information.

Imagefaktoren konnten vernachlässigt werden, da Untersuchungen in Bezug auf Markenbekanntheit und Kompetenz-Anmutung des Shell Atlas sehr hohe Werte auswiesen.

CREATIVE-STRATEGIE

Wir stellten die einfache Handhabung als Produktversprechen heraus und sicherten dieses mit der im Buchhandel einmaligen Geld-zurück-Garantie ab.

Tonalität: spektakulär und ankündigend

MEDIA-STRATEGIE

Kernziel-Gruppe: Besitzer von alten Shell Atlanten und Konkurrenz-Produkten.
Erweiterte Zielgruppe: alle Autofahrer

Print und Plakat als Ankündigungsmedien, später unterstützt durch die Reichweitenmedien TV und Funk.

ERGEBNISSE

Die seit März 1987 geschaltete Kampagne zeigte bereits nach kurzer Zeit deutliche Erfolge im Markt. Hier die wichtigsten Ergebnisse:

- 1987 wurden 700 000 Shell Atlanten verkauft. — Dies bedeutet im Vergleich zu den Vorjahren eine Auflagen-Steigerung um mehr als 200 %.
- Auf die »Geld-zurück-Garantie« reagierten weniger als 200 Käufer. — Die Rückgabequote beträgt somit nur 0,028 %.
- Das Print-Motiv »Nie war er so einfach« wurde im Anzeigentest von Autobild (Ausgabe 13 vom 23. 3. 88) mit einem Beachtungswert von 78 % der Sieger unter allen ganzseitigen Anzeigen.

