8

SHELL MIT M 2000: Bewegung im Benzinmarkt

MARKETING SITUATION 1984/85

Generell:

- Der Wettbewerb auf dem Tankstellenmarkt ist geprägt durch
- hohe Preistransparenz
 - ausgeprägtes Preisbewußtsein der Autofahrer
 - starke Rationalisierung (Rückgang der Stationszahlen, Selbstbedienung: 90 % des Absatzes)
 - extreme Konkurrenz zwischen Markenanbietern, freien Tankstellen und Preisunterbietern wie z. B. C & C und Baumärkte.

Speziell:

Die Marktsituation der Deutschen Shell AG 84/85: leicht rückläufiger Marktanteil bei Vergaserkraftstoffen.

Autofahrer:

80 % von rund 23 Mio. Autofahrern meinen, daß es beim Benzin zwischen den verschiedenen Herstellern keine oder nur geringe Qualitätsunterschiede gibt.

Fast 60 % aller Autofahrer beurteilen die Qualität von Billigbenzin als gleichwertig zum Markenbenzin.

Seit über 15 Jahren war über Qualitätsunterschiede bei Kraftstoffen in Deutschland nicht mehr gesprochen worden. Benzin schien »commodity« geworden zu sein.

Diese Situation gilt für alle Tankstellen-Marken gleichermaßen.

SHHELL MIT 2000. BEWEGUNG IM BENZINMARKT.

Rückstände verkürzen Motorleben. Das neue Shell mit M 2000 schützt vor gefährlichen Ablagerungen.

Herkömmliches DIN-Benzin ohne Additive. Fahrleistung nach 3000 km.

Herkömmliches DIN-Benzin mit Additiven. Fahrleistung nach 3000 km.

Das neue Shell mit M 2000 Kraftstoff. Keine Ablagerungen an den Einlassventilen nach 5000 km.

Modernere Otto-Motoren arbeiten mit besonders magerem Gemisch, das mit viel Luft und wenig Benzin. Das macht sie sparsamer im Verbrauch und weniger schädlich für die Umwelt. Aber auch empfindlicher gegen Ablagerungen an den Einlassventilen, die zu teuren Motorsreparaturen führen können.

In jahrelanger Entwicklungsarbeit hat die Shell Forschung einen Stoff gefunden, der wirksam vor diesen Rückständen schützt: M 2000.

Das neue Shell mit M 2000 verhindert gefährliche Ablagerungen an den Einlassventilen. Das hat ein Straßentest mit 300 Fahrzeugen bewiesen. Das neue Shell hält den Motor sauber. Der Motor ist länger.

Gleichzeitig senkt das neue Shell den Verbrauch: Mit jeder Tankfüllung mehr Kilometer.

Und es vermindert Schadstoffe im Abgas, also weniger Umweltbelastung.

Shell mit M 2000. Der Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

Anzeige

Moderne Motoren schlucken nicht alles. Shell mit M 2000 schützt sie vor gefährlichen Ablagerungen.

Shell schützt Sie vor gefährlichen Ablagerungen.

Die nach Qualität versprochenen Kraftstoffe unterscheiden stark Rückstände im Motor. Deshalb verlieren gute Kraftstoffe mehr Zylinder, die dem Motor schaden. Aber gerade, wenn sie die besten Eigenschaften haben, sind sie auch die gefährlichsten. Sie bilden nämlich die gefährlichsten Ablagerungen an den Ventilen.

Das neue Shell mit M 2000 Kraftstoff schützt Sie vor diesen gefährlichen Ablagerungen. Das hat ein Straßentest mit 300 Fahrzeugen bewiesen. Das neue Shell hält den Motor sauber. Der Motor ist länger.

Gleichzeitig senkt das neue Shell den Verbrauch: Mit jeder Tankfüllung mehr Kilometer.

Und es vermindert Schadstoffe im Abgas, also weniger Umweltbelastung.

Shell mit M 2000. Der Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

Anzeige

Neue Einlaßventile nach 1000 km, gefahren mit einem hervorragenden Shell-Motorsatz.

Problem erkannt, Gefahr gebannt. Shell mit M 2000 schützt moderne Motoren vor gefährlichen Ablagerungen an den Einlaßventilen. M 2000 steckt in Shell Benzin, Supershell und natürlich in bleifrei. Aber nur bei Shell.

moderne Motoren reagieren empfindlich auf Partikel, die sich an den Einlaßventilen bilden. Sie können schon mit kleinen Ansammlungen mechanischer Verschleißerscheinungen verursachen, die dem Aufbau solcher Abgasanlagen entgegenwirken.

Shell hat Shell-Forschung an ein gültiges, neues Shell zu entwickeln, der diese Rückstandbildung weitgehend verhindert. M 2000. Die hervorragende Wirkung von M 2000

wird noch unterstützt durch ein Motorsatz aus Shell TMS (Shell-Motorsatz, moderne Motoren-Eigen-Öl). Ein geschickter Zusammensatz mit Shell-Forschung hat gezeigt, daß die Fahrzeuge, die Shell mit M 2000 fahren, im Schnitt 2,9% weniger Kraftstoff verbrauchen als die Fahrzeuge, die ein Shell-Benzin ohne Additive fahren. M 2000 bewirkt also mehr Kilometer, und die Abgasreinigung 12,9% weniger Kohlenstoff. Das bedeutet weniger CO-Emissionen mit M 2000. M 2000 ist bereits in allen Shell-Benzinen enthalten. Natürlich auch in Shell-Fuel.

Shell mit M 2000 können Sie in jeder Shell-Station tanken. Aber es bietet andere.

Shell mit M 2000. Der Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

Anzeige

Saubere Motoren leben länger. Shell mit M 2000.

Shell mit M 2000. Der Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

Anzeige

Gegen Ablagerungen haben wir was: Shell mit M 2000.

Shell mit M 2000. Der Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

SHELL MIT 2000. BEWEGUNG IM BENZINMARKT.

Neue Einlaßventile nach 5.000 km, gefahren mit einem hervorragenden Shell Motorenöl.

Das wäre unser
Benzin, ohne reinigende
Zusätze (Additive),
aber nach DIN-Norm.

Unser Benzin vor der
Einführung von M 2000,
das bereits ein sehr
gutes Additiv enthielt.

Shell mit M 2000.
Praktisch
keine Ablagerungen,
Schutz des Motors.

Gute Fahrt.

M 2000. Auch in bleifrei.

Shell mit M 2000.

Shell mit M 2000. Der Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

Anzeige

SHELL MIT 2000. BEWEGUNG IM BENZINMARKT.

Neue Einlaßventile nach 5.000 km, gefahren mit einem hervorragenden Shell Motorenöl.

*Das wäre unser
Benzin, ohne reinigende
Zusätze (Additive),
aber nach DIN-Norm.*

*Unser Benzin vor der
Einführung von M 2000,
das bereits ein sehr
gutes Additiv enthielt.*

*Shell mit M 2000.
Praktisch
keine Ablagerungen,
schützt den Motor.*

Volle Kraft.

M 2000. Auch in bleifrei.

Shell mit M 2000. Der Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

50/128

Anzeige

SHELL MIT 2000. BEWEGUNG IM BENZINMARKT.

SHELL MIT 2000. BEWEGUNG IM BENZINMARKT.

TV Spot „Riesenventile“

DAS PRODUKTKONZEPT AB 1985

1985 bot Shell als erste Marke ein ausgereiftes Produktkonzept für Vergaserkraftstoffe an.

M 2000 ist ein Kraftstoff-Additiv, das exklusiv den Shell Vergaserkraftstoffen zugegeben wird. Die Effekte: Verhinderung von Rückständen an den Einlaßventilen, Reinigung von bestehenden Rückständen, Verbrauchsoptimierung, Abgasreduzierung, Motorschutz generell.

WERBEZIELE

- Auf Basis der Marketing-Zielsetzung wurden die Werbeziele wie folgt definiert:
Schnelle Bekanntmachung der neuen Kraftstoff-Generation Shell mit M 2000:
- Ausbau des Shell Vergaserkraftstoff-Marktanteiles
 - Stabilisierung der Shell Stammtankerzahl, Gewinnung neuer Tankkunden.
 - Wiedereinführung des Qualitätsdenkens bei der Kraftstoffentscheidung durch den Kunden.

CREATIVE-STRATEGIE

- Aufbau eines unverwechselbaren Markenartikelcharakters für Shell mit M 2000:
Konsequente Nutzung einer Property: der Vergleich von 3 Ventilen.
Verdeutlichung des klaren, eindeutigen und nachvollziehbaren Verbraucherversprechens:
Shell mit M 2000. Motorschutz, der im Kraftstoff steckt.

MEDIA-STRATEGIE

- Einsatz der schnellwirkenden Massenmedien TV und Zeitschriften, um
- hoher Reichweiten von ca. 80 %
 - und mindestens vier Durchschnittskontakte pro Monat zu erzielen sowie
 - die Produktwirkung optimal zu dramatisieren.
- Zielgruppe: alle Autofahrer.

ERGEBNISSE:

- Die Produkt Qualitätskampagne Shell mit M 2000 übertraf die ihr gesetzten Ziele.
- Von Beginn der Kampagne 1985 bis Anfang 1988 wurde der Marktanteil von Shell Vergaserkraftstoffen um 1,7 % Punkte gesteigert. (1 % Punkt = ca. 240 000 Tonnen).
 - Die Kraftstoff-Qualitätsentscheidung erhielt durch Shell entscheidende Impulse: Obwohl inzwischen alle großen Marken mit ähnlichen Produkten nachgezogen haben, konnte sich im Bewußtsein der Autofahrer Shell mit 60 % (Quelle: repr. Studie, 2. Hj. 1987) als diejenige Marke etablieren, die ein verbessertes Benzin eingeführt hat.
 - Das Kriterium »Qualität des Benzins« wurde wieder ein wichtiger Kauffaktor.

Dieser Markterfolg von Shell ist ausschließlich auf die Werbung zurückzuführen. Alle Marketingmixfaktoren wie Wettbewerbsumfeld, Preis, Zahl der Tankstellen blieben unverändert.

Betreut wird die Deutsche Shell AG seit 1950 von Ogilvy & Mather, Frankfurt.