

## Ärger mit Ludwig

Mit aggressiven Werbemethoden will die Bausparkasse Wüstenrot sich die Position des Branchenführers zurückerobern.

Die Manager der Ludwigsburger Wüstenrot-Bausparkasse waren ratlos. Pausenlos kreuzten in ihren Büros während der letzten Wochen angebliche Kunden auf, die „das Plakat mit dem Goggomobil“ als Poster oder Souvenir verlangten. Werbechef Hans-Peter Reiser: „Selbst das Großflächenplakat im Format 2,52 x 3,56 Meter wurde mehrfach zur Tapezierung von Räumen angefordert.“

Die Wüstenrot-Werber, die von den begehrten Plakaten bereits mehrere Neuauflagen in Druck gaben, haben sich den kostspieligen Poster-Service selbst zuzuschreiben. Seit Monaten nämlich versuchen sie, ihre Konkurrenten mit ungewöhnlichen Werbeeinfällen auszustechen. Ihr letzter Gag: ein in allen Medien vorgestelltes Goggomobil, das Deutschlands Bausparer zu höchster Eile beim Abschluß eines Bausparvertrages ermahnen sollte.

In dem Goggo-Fernsehspot fordert eine geheimnisvolle Stimme: „Jetzt aber los, Ludwig.“ Dann heulte ein Motor auf, Reifen quietschen, und hinter einer Bergkuppe taucht ein Goggo-Oldtimer auf, der einen 15 Meter langen Luftsprung vollführt. Die dazu passenden Anzeigen-Photos zeigen den Kleinwagen während seines freien Fluges.

Das fliegende Goggomobil, mit dem die Wüstenrot-Werber bei potentiellen Kunden „nachhaltige Zeitdruckgefühle“ erwecken wollten, kam offenbar

## Schnell zu Wüstenrot gemeinsam doppelt und dreifach kassieren.

- 1. Sie kassieren**  
Im Zweifelsfallschätzungsmodell Für jeden vermählten Bausparer kassieren Sie stattdessen drei Promillen bei einem Bausparvertrag von 50.000 Mark sind das z.B. bare 150 Mark.
- 2. Sie kassieren bei der**  
Zusätzlich können Sie für jede erfolgreiche Vermählung mit je einem Lot an der jeweiligen Wöchentlichen 2000-Mark-Verlosung teil. Tag für Tag 1000 Mark einschließlich 31. Dezember.
- 3. Ihr Bausparfund kassiert bis zu**  
Keine Sperrform wird vom Staat so hoch belohnt. Wer vor dem 31. Dezember mit Bausparen 50.000 Mark kassiert bis zu 1000 Mark Bausparprämie oder Staatsvergütung. Rückzahlung bis zum ganzen Jahr 1978.



**Und so kassieren Sie:**  
Schreiben Sie uns jeden Donnerstag in Wüstenrot unter Angabe Ihrer Adresse. Einmal in der Woche für die 1000-Mark-Verlosung.  
Wenn Sie bereits einen Bausparvertrag haben, kassieren Sie mit Ihrem Bausparvertrag gleich zu einem Wüstenrot-Bausparvertrag oder in ein anderes Bauspargeschäft. Adresse finden Sie in jedem Telefonbuch. schnell, schnell!  
**31. Dezember ist Wüstenrot-Tag.**



Wüstenrot-Werbung: Die Dame war bei der Konkurrenz versichert

an. Die Autozeitschrift „Auto Motor und Sport“ zum Beispiel spricht von „Witz und Einfallsreichtum“ der Kampagne, die sich „vom üblichen Reklame-Einerlei wohltuend“ unterscheidet.

Verärgert zeigte sich lediglich die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen, die sich beim Deutschen Werbeverband darüber beschwerte, daß in dem TV-Spot „ein Autofahrer wie ein Verrückter eine Landstraße entlangfährt, ohne auf Mensch und Tier zu achten, was offenbar als empfehlenswert erscheinen soll“.

Die von Wüstenrot-Werbechef Reiser angeregten Gags sind für den Ludwigsburger Bauspar-Riesen alles andere als eine Geschmacksfrage: Nachdem das Unternehmen, das zur Zeit über einen Vertragsbestand von 90 Milliarden Mark verfügt, jahrelang un-

bestrittener Branchenführer war, sackte es 1976 im Neugeschäft erstmals auf den dritten Platz ab, nach dem Beamtenheimstättenwerk und der Bausparkasse Schwäbisch Hall.

Als sich der bedrohliche Vormarsch der Konkurrenz im vergangenen Jahr immer deutlicher abzeichnete, arbeiteten die Wüstenrot-Werber mit der Frankfurter Agentur Young & Rubicam eine neue Strategie aus: In mehreren Kampagnen sollten Vehikel und Menschen gezeigt werden, die den Bundesbürgern zwar als besonders langsam bekannt sind, in der Wüstenrot-Werbung aber zu wahren Sprintleistungen beflügelt werden.

Unter dem Slogan „Gib Gas, Gustav“ startete Wüstenrot zum Beispiel eine Kampagne, bei der ein Bauer auf einem alten Trecker zum Bauspartermin rast. Schockiert schrieb der Bundesverband der landwirtschaftlichen Berufsgenossenschaften den Ludwigsburgern einen Brief, in dem er zu rechtweisend bemängelte, „daß der abgebildete Zweifachsschlepper wahrscheinlich zu schnell fährt“.

Die Ständefunktionäre vermißten außerdem „Umsturzschutzvorrichtung“ und „Beifahrersitz“ und belehrten die Bauspar-Manager: „Die Höchstgeschwindigkeit für diese Art von Zugmaschinen beträgt in der Regel 25 Kilometer pro Stunde.“

Zum Jahresende warben die Ludwigsburger mit einer dicken Dame, die von einem hageren Mann zum Wüstenrot-Termin gezerrt wird. Slogan: „Gemeinsam doppelt und dreifach kassieren“.

Die Leonberger Bausparkasse und andere Konkurrenten waren über die Werbeidee so verärgert, daß sie in der Wüstenrot-Werbung nach einer faulen

## Jetzt aber los, Ludwig!

Was bis zum 31. März nicht endlich mit Bausparen erfolgt, wird ein halbes Jahr länger dauern!  
Was für eine Geldsackgasse.  
Bei vielen sind das ein paar Hundert Mark. Oben die dazugehörigen Gebühren für die eigene Hebe.  
Auch wer nichts hat, macht sich nicht in Lotto, gewinnlos, oder in schlechten Kursen. Wer seine 2000 Mark im Monat verliert, wie fast die Hälfte aller Wüstenrot-Bausparer.  
Der Staat sagt: „Wenn Sie nicht losfahren, erlauben wir das Bausparen nicht.“ Als alle anderen Sparformen. Und Wüstenrot kauft Ihnen nur ein einziges Bausparziel.  
Und wenn Ihnen der erste Bausparvertrag nicht reicht, haben Sie nicht zum Bausparen. Einmal in der Woche für die 1000-Mark-Verlosung. schnell, schnell!

**31. März ist Wüstenrot-Tag.**  
Der Tag der Bausparung, immer noch.



Wüstenrot-Werbung: Eine Friseurin lieferte das Auto



Stelle fahndeten. Am Ende wurden sie fündig.

Die beliebte Dame, recherchierten die Wüstenrot-Konkurrenten, hieß Ursula Reit, arbeitete in München als Schauspielerin — und war Kundin der Leonberger Bausparkasse. In der Hauspostille dieses Instituts knittelte Landesdirektor Erich Ledermann schadenfroh:

Die Dame, die der Mann hier zieht, scheint sehr begeistert nicht zu sein. Es sträubt das Haar sich und das Bein, und das ist ziemlich leicht erklärt: Die Dame, die sich deutlich wehrt, spart nämlich ohne Zwang und Ärger seit Jahren bei der Leonberger.

Für die Spitzen-Kreation ihrer bisherigen Termin-Werbung, die Goggomobil-Kampagne, machten sich die Wüstenrot-Werber ebenfalls an eine Dame heran. Sie mieteten von der 22jährigen Friseurin Mariele Bachinger aus Ampermoos bei München ein 14 Jahre altes Goggo-Coupé, das sie mit verstärkter Hinterachse über einen in der Toskana aufgespürten Sprunghügel jagten.

Obwohl der Oldtimer die Luftsprünge während der Filmaufnahmen heil überstand, ärgerten sich die Filmemacher über die schmalbrüstigen Motorgeräusche. Die Werber entschieden sich deshalb für eine eindrucksvollere Klangkulisse: Sie unterlegten ihren Film mit dem Geräusch eines landenden Flugzeugs.

Die Goggo-Masche verfiel auch bei Branchenfremden. Das Bayreuther Opel-Haus Fröhlich & Hübsch zum Beispiel verkaufte Neuwagen mit dem in Anzeigen veröffentlichten Wüstenrot-Slogan „Jetzt aber los, Ludwig“.

## KRIMINALITÄT

### Ausgesprochen ratlos

Was tun mit drei Zentnern gestohlenen Briefmarken?

Der Ostersonntag war im Haus Immermannstraße 51 in Düsseldorf ein Tag der offenen Tür. Morgens um elf Uhr fand der Hausmeister das Tor zur Tiefgarage, eine Keller-, eine Korridor- und eine Zimmertür sowie fünf Stahlschranktüren geöffnet vor — aufgebrochen mit schwerem Werkzeug.

Da waren kräftige Täter am Werk gewesen. Sie hatten, ungestört und ungehindert von Alarmanlagen, die zentnerschwere Beute vom ersten Stock ins Parterre geschafft und dann offenbar in einen bereitstehenden Wagen verfrachtet: mehr als 30 Pakete mit Kleingedrucktem im Wert von 2,7 Millionen Mark, lauter Briefmarken.

Die Wertzeichen-Verwaltungsstelle des Postamtes Düsseldorf 1, die sämtliche 50 städtischen Poststellen mit Briefmarken versorgt, verzeichnete den wohl merkwürdigsten Diebstahl seit