

Der Elefant in der Werbung

Eine Ausarbeitung für die
Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
Rotebühlstraße 120
70197 Stuttgart

von der
inma Marketing GmbH
Felix-Dahn-Straße 4
70597 Stuttgart

Inhalt:	Seite:
1. Die Stuttgarter Versicherung	5
1.1 Ziel der Anzeigenkampagne	5
1.2 Konzept der Anzeigenkampagne	5
1.3 Zielgruppe der Anzeigenkampagne	5
1.4 Bildmotiv der Anzeige	6
1.5. Kontinuität der Anzeigenschaltung	9
1.6. Tests	9
1.6.1. Anzeigentest 1987	9
1.6.2. Die Anzeigen-Post-Tests seit 1985	10
2. Übersicht	12
2.1. AEG (1998)	13
2.2. Aqua & Ambiente (1996)	14
2.3. Andersen Consulting (1996)	15
2.4. Badatelier (1997)	16
2.5. Beton (1954)	17
2.6. Bolte (1995)	18
2.7. Bree (1997)	19
2.8 Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (2001)	20
2.9. City Light-Poster (1995)	21
2.10. Car Professional (1997)	22
2.11. CDU (1998)	23
2.12. COR (1990)	24
2.13. Delta-V (1998)	25
2.14. DG Bank (1996)	26
2.15. Dresdner Bank (1997)	27
2.16. Deutsche Bundesbahn (1983)	28
2.17. DSR-Verkehrsmittelwerbung (1998)	29
2.18. EDV & Elektronik (1995)	30
2.19. Elephanthouse (1998)	31
2.20. Engelhard Arzneimittel (1994)	32
2.21. Fenster mack (1997)	33
2.22. Fiat (1998)	34
2.23. Fischer Taschenbuch Verlag (1988)	35
2.24. Ford (1993)	36
2.25. Freundin	37
2.26. Gerling (1999)	38
2.27. Globus (1997)	39
2.28. Hetzel-Reisen (1990)	40
2.29. Heudorfer (1997)	41
2.30. Hieber (1997)	42
2.31. Hörakustik Berlin Gemeinschaftswerbung (1985)	43
2.32. Huger Electronics (1998)	44
2.33. Hypothekenbanken 1988	45
2.34. Hyundai (1994)	47
2.35. iii-Anlagebearbeitung (1993)	48

2.36. Jimbo-wash (1998)	49
2.37. Kavalier der Straße (1998).....	50
2.38. Kex (1995)	51
2.39. Kömmerling (1999)	52
2.40. Krieg (1992).....	53
2.41. Kraftfahrzeug Gewerbe	54
2.42. Kugler (1992).....	55
2.43. Lancia (1998).....	56
2.44. L-Shop-Team (2000)	57
2.45. Lufthansa (1996).....	58
2.46. Mailer (1995)	60
2.47. mg (1998).....	61
2.48. n-tv (1999)	62
2.49. Österreichische Klassenlotterie (1995).....	63
2.50. Paribas (1998).....	64
2.51. Post	65
2.52. Renault (1996)	66
2.53. Sächsische Zeitung (1999).....	67
2.54. Sanyo (1992).....	68
2.55. Schmitz Cargobull (1998).....	72
2.56. Schott (1997)	73
2.57. Siemens (1988)	74
2.58. SAA South African Airways (1994).....	76
2.59. Secadur (1994).....	78
2.60. Stadt-Sparkasse Düsseldorf (1992).....	79
2.61. Stuttgarter Versicherung (1985)	80
2.62. Südafrika (2000)	113
2.63. Telemarketing & DRTV-Partner (1997)	114
2.64. Trinkaus & Burkhardt (1998)	115
2.65. Trostberger Tagblatt (1994).....	116
2.66. VP Bank (1997)	117
2.67. WEBJUMBO.DE (1999).....	118
2.68. Western Hotels (1990).....	119
2.69. WWF (1996).....	120
2.70. X-TRA (1972)	122
3. Definitionen	123
4. Symbolik des Elefanten	124
4.1. Anzeigen	124
4.2. Befragung	125
5. Symbol-Lexikon	126
6. Spruchweisheiten.....	127
6.1. Deutsch	127
6.2. Englisch	127
6.3. Französisch	127
6.4. Italienisch.....	127
7. Etymologie	128
8. Mythologie	128

9. Die tierischen Verführer 128

1. Die Stuttgarter Versicherung

1.1 Ziel der Anzeigenkampagne

1985 hat die Stuttgarter Versicherung den Elefanten als Symbol der Leistungsstärke mit dem Slogan „Stark mit der Stuttgarter“ eingeführt.

Welches Ziel verfolgt die Image-Kampagne?

- Hoher Impact durch ein auffälliges, verblüffendes Bildmotiv.
- Über dieses Bildmotiv Einstieg in die Argumentation: Leistung.
- Die große, gut lesbare Headline und der auffällige Logo führen schnell zur Stuttgarter.
- Die Copy beweist eher sachlich argumentativ die Leistungsfähigkeit der Stuttgarter (Stuttgarter Modell, Überschussbeteiligung, Service).
- Der Kupon dient nicht der Adressengewinnung, er ist vielmehr ein Hinweis darauf, dass die Stuttgarter bereit ist für ihre Behauptungen auch den Beweis anzutreten.

Die Werbeziele werden nach folgender Rangfolge definiert:

1. Erhöhung des *Bekanntheitsgrades* in der Gesamtbevölkerung
2. Meinungsbildung *Leistungsfähigkeit/Kompetenz*.
3. Kaufbestätigung der Versicherungsnehmer,
4. Motivation des Außendienstes (einschließlich Agenturen und Makler) und der Mitarbeiter.

1.2 Konzept der Anzeigenkampagne

Was soll mit der Image-Kampagne erreicht werden?

Im Mittelpunkt der Anzeigen steht die Aussage „Leistungsstark. Sie ist die Grundlage der Stuttgarter Unternehmenskompetenz, mit der die Stuttgarter ihre unverwechselbare Alleinstellung gegenüber den Mitbewerbern erreicht.

Bekanntlich unterscheiden sich Versicherungsunternehmen von der Angebotspalette her kaum voneinander. Vor- und/oder Nachteile sind – oft auch für Insider - nur schwer erkennbar.

Ergebnis: Der „Verbraucher“ ist verunsichert.

Doch worauf kommt es ihm denn in erster Linie an?

In der Mehrzahl der Fälle auf das Geld - in zweierlei Hinsicht: Zum einen möchte er möglichst günstige Beiträge zahlen, zum anderen aber auch eine möglichst hohe Versicherungsleistung erhalten. Beides bietet ihm die Stuttgarter. Sie belegt einen der vorderen Plätze unter den Unternehmen, die überregional mit eigenem Außendienst tätig und für jedermann (und natürlich auch -frau) zugänglich sind. Auf einen Nenner gebracht: der Kunde verlangt Leistungsstärke. Und die Anzeigen sagen, dass er diese bei der Stuttgarter erhält.

1.3 Zielgruppe der Anzeigenkampagne

Wer soll mit der Image-Kampagne erreicht werden?

In erster Linie verfolgt die Stuttgarter Versicherung mit ihrer Kampagne das Ziel, den Bekanntheitsgrad bundesweit zu steigern. Dies hauptsächlich in der für sie wichtigen Zielgruppe „Männer“ im Alter von 18 bis 40 Jahren, verheiratet und mit einem monatlichen Nettoeinkommen von 3000 Mark und mehr ausgestattet.

Ein hoher Bekanntheitsgrad des Unternehmens ist vorteilhaft für ihre Mitarbeiter im Außendienst. Sie erhalten durch die Image-Kampagne aktive Unterstützung für ihre tägliche Arbeit. Denn ist dem Interessenten die Stuttgarter positiv bekannt, fallen Beratung und Verkauf leichter.

Erreichen möchte die Stuttgarter Versicherung mit der Botschaft „Leistungsstärke“ auch alle Bestandskunden, das heißt jene Personen, die bei der Stuttgarter Versicherung bereits einen Vertrag abgeschlossen haben.. Ihnen wird mit den Anzeigen die Entscheidung für die Stuttgarter als leistungsstarkem Partner bestätigt.

1.4. Bildmotiv der Anzeige

Warum so „starke“ Werbung?

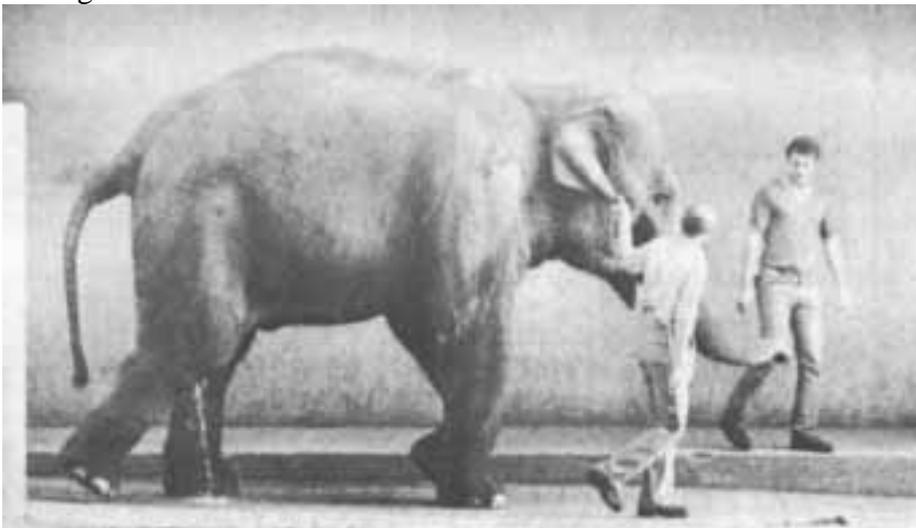
Nach einer Untersuchung der Informationsflut in der Bundesrepublik, durchgeführt vom „Institut für Konsum- und Verhaltensforschung“ unter Leitung von Prof. Werner Kroeber-Riel, haben wir heute eine „Informations-Überlastung“ von 97 Prozent. Das bedeutet, dass durchschnittlich nur 3 Prozent von all dem, was uns Fernsehen, Radio und Print-Medien anbieten, auch wirklich wahrgenommen und verarbeitet werden.

Um sich in diesem Überschuss an Informationen durchzusetzen und auf sich aufmerksam zu machen, bedarf es stark auffälliger Anzeigenmotive. Denn die Anzeige muss sich nicht nur von denen der Konkurrenz abheben, sondern gegen alle Anzeigen innerhalb einer Zeitschrift behaupten.

Damit der potentielle Kunde überhaupt interessiert wird, ist es laut Prof. Kroeber-Riel entscheidend, dass er in der ersten Sekunde „gepackt“ wird, sonst liest oder betrachtet er nicht weiter.

Um dieses Ziel zu erreichen, ist Auffälligkeit gefordert. Diese Anforderung wird in erster Linie an das Bild gestellt. Nach dem Motto „ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ werden Bilder leichter behalten als Texte. Bilder sind allerdings wirkungslos, wenn sie alltäglich oder kontaktarm sind und keinen Eindruck hinterlassen, also jederzeit austauschbar sind.

Zella geht auf Hochzeitsreise



Sie kennen Zella nicht? Dann denken Sie doch bitte einmal kurz an das Leitmotiv unserer Image-Werbekampagne. Na . . . ? Richtig, es ist der Elefant, der in dieser Anzeige auf dem Rücken in die Höhe gestemmt wird. Er heißt Zella und ist eigentlich ein Mädchen von

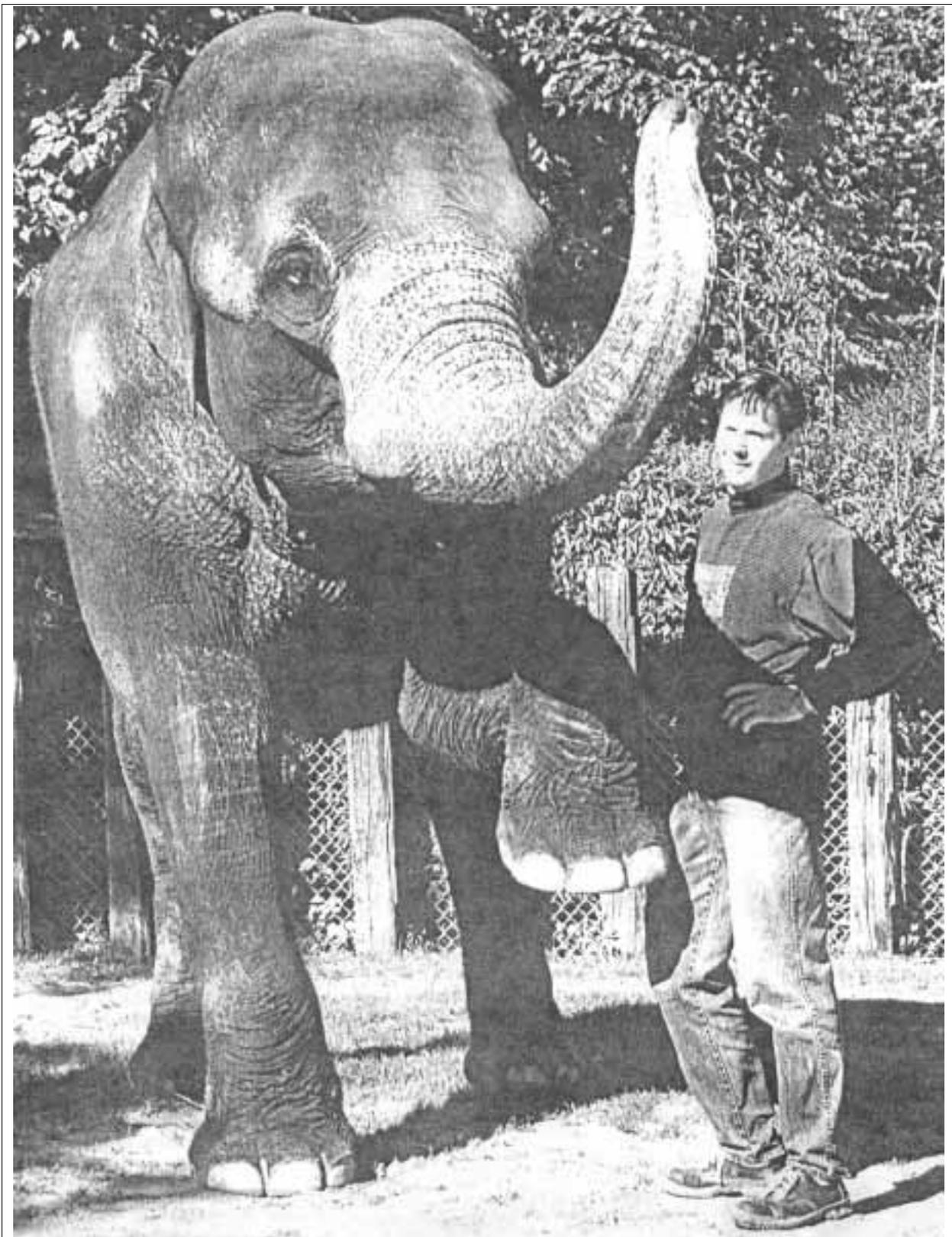
knackigen 19 Lenzen mit dem zarten Gewicht von knapp vier Tonnen. Von ihrem ständigen Domizil, dem Stuttgarter zoologischen Garten „Wilhelma“, trat sie vor kurzem eine Reise in die Schweiz an, um dort mit einem Dickhäuter namens Maxi die Ehe zu vollziehen.

Doch vor das Vergnügen haben die Götter bekanntlich die Arbeit gesetzt. Und diese war für Mensch und Tier gar nicht so leicht, wie es vielleicht scheinen mag. Denn Elefanten sind hochsensible Tiere mit einer furchtbaren Angst vor allem Unbekanntem. Und während beim Verladen von Goldhamstern ein Fehltritt gar nicht bemerkt wird, so hat dies bei einem Elefanten gänzlich andere Folgen. Entsprechend vorsichtig wurde also zu Werke gegangen. Denn es half nichts, Zella musste in eine Transportkiste, wollte sie mit ihrem Bräutigam im Lande Tells in den Stand der Ehe treten. Geführt von ihrem Pfleger schritt sie langsam und würdevoll in die Box. Als sie die Enge wahrnahm, war es schon zu spät, die Gitter wurden befestigt, die Füße angekettet. Es gab kein zurück mehr. Dankbar nahm sie in dieser Situation von ihrem Pfleger Beruhigungspillen in Form von gelben Rüben und Äpfeln entgegen, begleitet von einem nervösen „Rchrchrch“.

Mit dem Kranwagen wurde die Kiste auf einen Tieflader gehoben, der Zella samt ihrem Pfleger nach Zürich brachte.

Ob sich die beiden Dickhäuter sympathisch sind, muss sich erst noch herausstellen. Mit einer Freundin von Zella kam Bulle Maxi im Vorjahr jedenfalls nicht so ganz klar. Erst wollte sie nicht, dann wollte er nicht, und dann konnte er auch nicht mehr. Zum Schluss warf er seine Braut einfach in den Graben. Zella ist also gewarnt. Drei bis vier Monate hat sie Zeit zum Anbandeln. Wenn es klappt, gibt es in zwei Jahren Nachwuchs, so lange dauert nämlich eine Schwangerschaft bei Elefanten. Wir zumindest zweifeln daran nicht, hat sie doch schon für die Stuttgarter ihre Leistungsfähigkeit unter Beweis gestellt.

(Stuttgarter Informationen 3/86)



Wer kennt sie nicht: Cella, die aus unserem Anzeigenmotiv bekannte Elefantendame. Sie ist 23 Jahre alt und seit ihrem 5. Lebensjahr in der Wilhelma, dem Stuttgarter Zoo, zu Hause.

Dort entstand auch diese Aufnahme. Fototermine für die Stuttgarter sind für Cella eine leichte Übung, hatte sie doch in der Vergangenheit „Einsätze“ ganz anderen Kalibers zu bewältigen. Beispielsweise als sie 1986 in den Züricher Zoo verfrachtet wurde, um mit einem Dickhäuter namens Maxi die Ehe zu vollziehen. Die beiden waren sich zwar durchaus sympathisch und auch keineswegs untätig, trotzdem wollte sich partout kein Nachwuchs einstellen. Also kehrte Cella 1988 wieder - alleine - in die Wilhelma zurück, wo sie sich im Kreise ihrer 3 Artgenossinnen so richtig heimisch fühlt. Wenn Cella nicht gerade für die Stuttgarter Modell steht, besteht ihre Hauptbeschäftigung darin, mit ihren 4 ziegelstein-großen Backenzähnen die Aste und Zweige diverser Laubbäume zu zermalmen. Auf dem Speiseplan der Dickhäuter stehen ferner Grün- und Kraftfutter, Heu, Obst und Gemüse sowie als Durstlöscher 100 Liter Wasser pro Tag. Cella, die jüngste der vier „Damen“, badet übrigens sehr gerne: Morgens und abends gönnt sie sich das für die Hautpflege so wichtige Vollbad. (*Stuttgarter Informationen* 2/91)

1.5. Kontinuität der Anzeigenschaltung

Warum ist Kontinuität wichtig?

Wie bereits erwähnt, werden wir heute von allen Seiten mit Reizen überflutet. Unter diesem „Dauerbeschuss“ der Werbung ist Kontinuität oberstes Gebot, soll sich innerhalb der Zielgruppen die Assoziation Stuttgarter gleich leistungsstark gedanklich verankern.

So hat es auch überhaupt keinen Sinn, ständig grundlegend neue Motive mit anderen Textinhalten zu erstellen. Denn mit jedem grundsätzlich neuen Motiv beginnt beim Betrachter ein neuer Lernprozess. Das heißt, dass wir mit jedem neuen Motiv oder auch Kampagne quasi von vorn mit dem Aufbau des Bekanntheitsgrades beginnen müssen, um einen Widererkennungseffekt zu erreichen.

Nach Ansicht von Prof. Kroeber Riel werden die Zeiten für gedruckte und gesprochene Worte schwerer. Das Interesse an Informationen wird noch mehr nachlassen, sie werden immer flüchtiger, nachlässiger und bruchstückhafter aufgenommen. Wer heute und in Zukunft überzeugen will, muss vor allem auffällig verpacken - und das können am besten Bilder. Solange die Kampagne „funktioniert“ und spürbare Zuwachsraten im Bekanntheitsgrad bringt, besteht kein Anlass, die Konzeption der Image-Werbekampagne zu ändern.

1.6. Tests

1.6.1. Anzeigentest 1987

Bereits seit Beginn wurde die Konzeption durch Anzeigentest geprüft.

Die Werbekampagne 1987 wurde 1986 auf ihre Verständlichkeit hin getestet.

40 Interviews anhand eines halbstrukturierten Fragebogens bei der mediatechnischen Zielgruppe: Männer, 21 bis 40 Jahre, berufstätig, Haushaltsnettoeinkommen über DM 3.000,-.

Die hohe Aufmerksamkeitswirkung basiert auf der verblüffenden Bildaussage. Das Bild bewegt sich in einem Schwebezustand zwischen Realität und Fiktion. Es erregt deshalb Aufmerksamkeit, weil der Betrachter im ersten Augenblick verblüfft ist, weil er überlegt, ob dies sein kann oder nicht bzw. wie dies gemacht ist. Die Spannung, die daraus entsteht, kann in zweifacher Richtung wirksam werden:

- Die einen empfinden dies als originell, witzig,

- die anderen ärgern sich, weil sie sich auf den Arm genommen fühlen.
- Diese Ambivalenz der Bildaussage wird im Ergebnis des Anzeigentests sehr deutlich.
- Nur ca. 15 Prozent der Befragten lehnen die Konzeption ab, weil sie *unrealistisch* sei.
 - Aber die Mehrheit der Befragten bewerten die Anzeige mit gut oder sehr gut, weil sie den "Witz" verstehen.

Durchgängig für alle Anzeigen ist, daß *keine* Kritik deshalb aufkommt, weil *kein* Bezug zur Versicherung herzustellen sei.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten erkennt den Symbolgehalt des Elefanten sofort, das Bild stimmt, die originelle Idee wird gelobt. Vierzig Prozent bezeichnen das Bild als unrealistisch. Diese Nennungen können wertfrei interpretiert werden, denn es stimmt: Das Bild ist unrealistisch.. Nur eine kleine Minderheit lehnt den Elefanten ab.

Das Verhalten der positiven Nennungen zu den negativen Nennungen ist wie 4:1! Die Headline regt zu vielfältigen Assoziationen und Erklärungen an: Finanzielle Absicherung, Gemeinschaft, Sicherheit, Hilfe, Erfolg, Partner, Rückhalt, Vertrauen, Zuverlässigkeit

Im Stern Nr. 47 vom 12. November 1987 stand zur Elefanten-Anzeige der Stuttgarter Versicherung:
 „Zumindest ein toller Gag muss es sein. Das Urteil der Konsumforscher über diese Anzeige: Stark“

1.6.2. Die Anzeigen-Post-Tests seit 1985

Nachstehend werden alle Anzeigen-Copytest-Ergebnisse (Recognition = Vorlage der Anzeige) im stern seit 1985 zusammengefasst.

	Elefant (Mann)	Elefant (Frau)	Elefant (Schubkarren)	Elefant (Paar)	Elefant (steht auf dem Rüssel)	Elefant (Drei Personen)
20/85	33 %					
30/85						
47/85	50 %					
26/87	46 %					
40/87						
44/87						
26/88						
36/88						
42/88	31 %					
14/89						
36/89	50 %					
44/89						
18/90	45 %					
36/90	46 %					
40/90	41 %					
36/91			46 %			
Capital 9/91	45 %					

DM IX/91		51 %				
40/91		31 %				
12/92			49 %			
18/92	38 %					
26/92		54 %				
Bunte No./92		61 %				
44/92				44 %		
Capital 11/92		51 %				
Capital 4/93	46 %					
24/93	45 %					
26/93	46 %					
40/93*	50 %					
44/93*		51 %				
42/94*	54 %					
48/94*					55 %	
Capital 2/95*		47 %				
15/95*	60 %					
40/95*		52 %				
48/95*		52 %				
18/96*				57 %		
26/96*				43 %		
Capital 10/96*	43 %					
10/97*	44 %					
Capital 39/97*		79 %				
40/97*						46 %
46/97*				52 %		
Spiegel Jahreschronik 1997*		43 %				
Spiegel Jahreschronik 1998*	39 %					
14/98*	44 %					
10/99*	43 %					
16/99*		44 %				

* = Zusatzfarbe blau

Die Interpretation dieser Werte kann erst im Vergleich mit dem Wettbewerb erfolgen. Die durchschnittlichen Werte für Versicherungen, jeweils eine Schwarz-Weiß-1/1-Seite im stern:

Alle Anzeigen im stern 1975 - 1997	39 %
Alle Versicherungen im stern 1975 - 1997	39 %
Alle Anzeigen der Stuttgarter 1985 - 1999	44 %
Alle „Elefanten“-Anzeigen 1985 - 1999	45 %
Alle „Elefanten“-Anzeigen mit blauer Zusatzfarbe 1993 - 1999	50 %

Es hat sich im Laufe der Jahre deutlich herausgestellt, dass die „Elefanten-Anzeigen“ die besten Copytest-Werte haben.

Die blaue Zusatzfarbe, 1993 zum ersten Mal geschaltet, bringt einen deutlichen Aufmerksamkeitsgewinn.

2. Übersicht

Über fünfzehn Jahre hat diese Anzeigenkampagne hohe Copytest-Werte erreicht. Im Schnitt lagen sie etwa 10 Prozent über den Werten aller getesteten Anzeigen.

In den Jahren danach haben weitere Firmen den Elefanten in der Werbung eingesetzt.

Insgesamt haben wir 70 Unternehmen gefunden, es sind mit hoher Wahrscheinlichkeit – insbesondere auf lokaler Ebene - wesentlich mehr.

Die Zahl in Klammern gibt das Jahr an, in dem uns diese Anzeige zur Kenntnis gelangt ist. Es könnte aber sein, dass sie bereits früher erschienen ist.

2.1. AEG (1998)

Bei der AEG-Waschmaschinenwerbung stehen der große und der kleine Elefant für die jeweils benötigte Wassermenge.

The advertisement features a large elephant on the right and a small elephant on the left. Between them is a white AEG washing machine. The background is a savanna landscape with tall grass and a warm, golden light. The headline at the top reads "Spart jede Menge. Bei jeder Menge." in large white letters. Three text boxes are placed around the elephants: "Wenig zu spülen, wenig Wasser." near the small elephant, "Mehr zu spülen, mehr Wasser." near the large elephant, and "AEG" in a red box on the right. At the bottom, there is a paragraph of text and a website URL.

**Spart jede Menge.
Bei jeder Menge.**

Wenig zu spülen,
wenig Wasser.

Mehr zu spülen,
mehr Wasser.

AEG

AUS ERFAHRUNG GUT

Der neue ÖKO-FAVORIT mit Beladungserkennung: weiß automatisch, wieviel Wasser gebraucht wird - oder wie wenig. Fragen Sie Ihren Fachhändler.
Infos unter AEG DIRECT 01 80/5 55 45 (Telekom 24 Pf/Min.) oder www.aeg.hausgeraete.de

2.2. Aqua & Ambiente (1996)

Die Einladung Aqua & Ambiente will mit dem Elefanten einerseits die Größe der Ausstellung demonstrieren, andererseits zeigen, wie wohl man sich in einer Badewanne fühlen kann.

Einladung zur
Ausstellung für sanitären Wohnbedarf 

Erleben Sie mit uns die Münchner **INFO-TAGE** am **Samstag & Sonntag, den 1. und 2. März 1997** von 9 bis 16 Uhr in unseren neu gestalteten Ausstellungsräumen. Für fachliche Beratung steht Ihnen unser geschultes Beratungsteam des Fachgroßhandels sowie des Fachhandwerks zur Seite.

... **jeder Besucher** nimmt automatisch an unserer Verlosung teil, bei der es als 1. Preis DM 1.000,-, als 2. Preis DM 500,- und als 3. Preis DM 250,- Warenwert zu gewinnen gibt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

...für **Erfrischungen** sowie Kinderüberraschungen haben wir gesorgt.

... treffen Sie die richtige Wahl

 **G. HOFFMANN** 
Zielstattstraße 5
München-Mittersending (S7)

AQUA & AMBIENTE
 BADEZIMMER - KULTUR '97



1.+ 2. MÄRZ
 Samstag + Sonntag 9 - 16 Uhr
ZEHN SCHÖNSTE
AUSSTELLUNGEN
RUNDUMDASBAD

2.3. Andersen Consulting (1996)

Die Andersen Consulting setzt den Elefanten als Beispiel dafür ein, dass sich Größe und Beweglichkeit nicht widersprechen.



Groß und beweglich ist kein Widerspruch!

Es ist ein fast selbstbarer Widerspruch. Erfolg führt zu Wachstum. Wachstum führt zu größeren Organisationsformen. Und Größe wird zum Hemmnis für zukünftigen Erfolg – vor allem in der heutigen Zeit, in der Beweglichkeit und Flexibilität wesentliche Grundvoraussetzungen der Wettbewerbsfähigkeit sind.

Andersen Consulting hilft in aller Welt zahlreichen großen und größten Organisationen, die Fallstriche des Erfolgs zu umgehen. Durch unsere umfassende Erfahrung in den Schlüsselbereichen Strategie, Technologie, Prozesse und Menschen können wir einem Unternehmen entscheidend dabei helfen, alle seine bestimmenden

Faktoren ganzheitlich zu gestalten. Denn auch bei Unternehmen mit Format spricht nichts gegen eine Beweglichkeit, wie man sie sonst nur von kleinen Unternehmen erwartet.

**ANDERSEN
CONSULTING**

Mehr über Andersen Consulting erfahren Sie im Internet unter: <http://www.ac.com>

2.4. Badatelier (1997)

Das BADATELIER verwendet den Riesen Elefanten analog dem Riesen (Geld).



Für 6 „Riesen“

erwerben Sie schon
eines unserer preisgünstigen
Aktionsbäder. Ebenfalls preis-
wert: Sanitärartikel und Acces-
soires aus unserem Abhol-
markt – eine stattliche Fund-
grube für Selbermacher.

*Wir realisieren Bäder für
jeden Geldbeutel.*



BADATELIER

Haus Atrium neben Domicil
Waiblinger Str.124 - Fellbach
Telefon 07 11 - 57 88 25 - 0
Parkplätze direkt bei uns!

2.5. Beton (1954)

Die Elefanten in der Beton-Anzeige stehen für *Gewicht*, die Haltbarkeit wird demonstriert.



है यही करत

हैं यह पक्का है

Beton

है यही करत

हैं यह पक्का है

Beton

है यही करत

हैं यह पक्का है

2.6. Bolte (1995)

Bolte setzt auf den Sympathiegehalt des Elefanten, der mit seinem Gewicht die Qualität der Büromöbel unter Beweis stellt.

Qualität ist unsere Stärke

Gute Qualität zählt sich immer aus. Vor allem bei der Einrichtung von Büro-Arbeitsplätzen. Deshalb legen wir großen Wert auf Materialien, Verarbeitung und auf Design. Und das seit 50 Jahren. Alles muß stimmen. Damit Sie auf lange Sicht mit Ihrem Schreibtisch zufrieden sind.

Bolte
Qualität, die feststeht.

Erich Bolte GmbH
Industriegelände
D- 6632 Saarwellingen
Telefon: 06838/513
Telex: 443146

The advertisement features a cartoon illustration of a large elephant standing on a modern office desk. The elephant is depicted with a friendly expression, looking towards the viewer. The desk is a simple, functional design with a central table and two side chairs. The overall style is clean and professional, emphasizing the strength and reliability of the furniture.

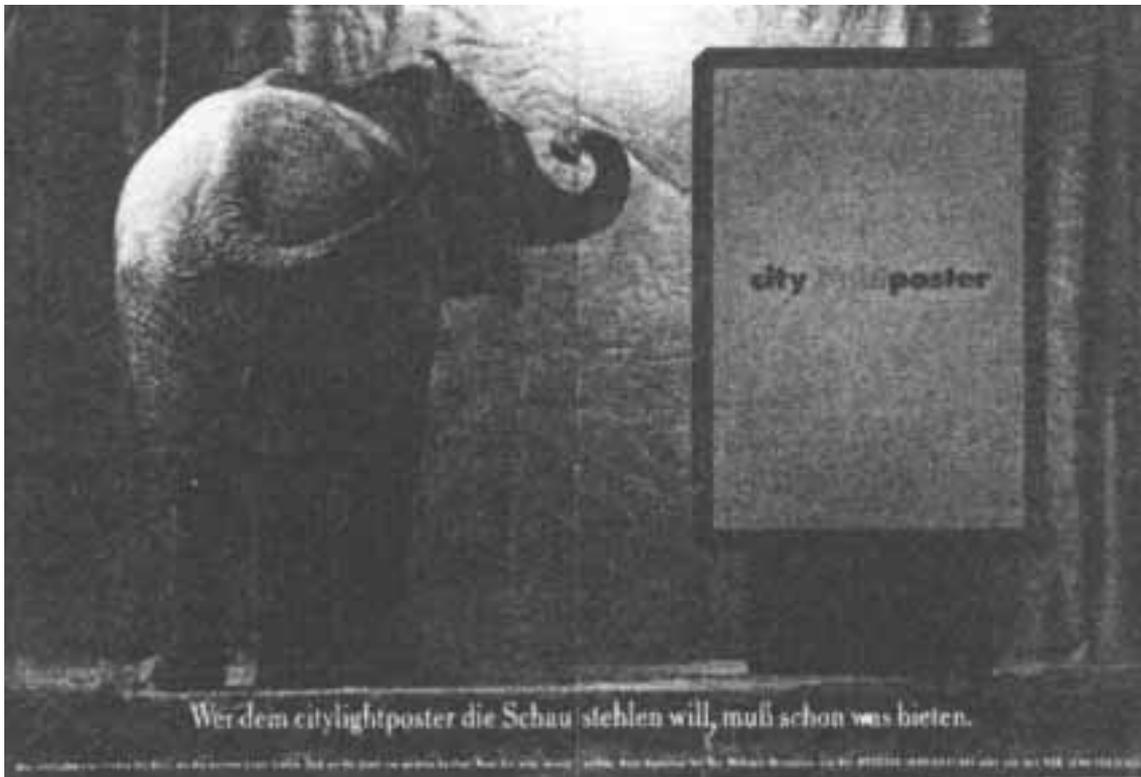
2.7. Bree (1997)

Die Marke BREE wirbt mit dem Elefanten wegen seiner hohen Lebenserwartung.



2.9. City Light-Poster (1995)

Die Anschlagstellen an Haltestellen werben mit der hohen Auffälligkeit/Größe des Elefanten.



2.10. Car Professional (1997)

CAR PROFESSIONAL stellt die Exotik des Arbeitselefanten in den Mittelpunkt der Anzeige, um die Kosten anzusprechen.



IM DSCHUNGEL DER KOSTEN IST DER
FUHRPARK UNBERECHENBAR.
DAS MUSS NICHT SEIN.



Wenn Sie Besseres zu tun haben, als sich ständig über die Verwaltung Ihres Fuhrparks zu ärgern, sollten Sie mit einem erfahrenen Spezialisten sprechen. Wir verstehen uns als eine ausgelagerte „Abteilung Ihres Hauses“. Statt vieler Kontaktpersonen bieten wir Ihnen einen kompetenten Ansprechpartner. Verantwortlich für die Beschaffung, Verwaltung,

Verwertung und für das Fuhrpark-Reporting. Das erspart Ihnen Zeit und Ärger. Und natürlich Kosten. Sprechen Sie mit uns – es lohnt sich! Coupon bitte absenden oder faxen an:

Car Professional Management, Flughafenstraße 54, Haus A, 22335 Hamburg.

Telefon: 0130 - 73 23 13

Telefax: 040 - 5 31 05 - 8 88

Ich interessiere mich für Complete Fleet Control.

Bitte rufen Sie mich an.

Name: _____

Firma: _____

Straße/Nr.: _____

PLZ/Ort: _____

Tele: _____



CAR PROFESSIONAL

MANAGEMENT

Deutsche Bank Gruppe

2.11. CDU (1998)

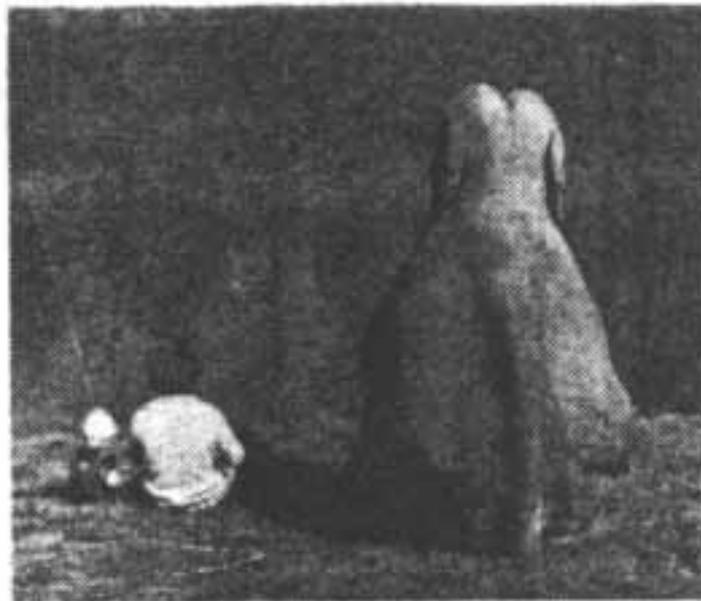
Die CDU warb mit dem Elefanten als großen Sympathieträger: Kohlifant.



2.12. COR (1990)

Für den Sitzmöbelhersteller COR dient der Elefant als Sympathieträger.

Drei Standpunkte zum Sitzen.



ERSTENS: Sitzen ist bei aller Selbstverständlichkeit ein höchst komplizierter Vorgang. Neben der körperlichen Beschaffenheit spielen die individuellen Sitzgewohnheiten und nicht zuletzt die jeweilige Sitzfläche eine tragende Rolle. ZWEITENS: Als kleiner, feiner Hersteller hochwertiger Sitzmöbel beschäftigen wir uns seit mehr als dreißig Jahren mit allen Details dieses vielschichtigen Themas. Weil wir der begründeten Ansicht sind, daß sich die Formen des Sitzens unseren Lebensformen anpassen müssen. DRITTENS: Daß wir von COR dabei nicht nur theoretisieren, sondern äußerst praktische und noch dazu bildschöne Beispiele hohen Sitzkomforts auf die Beine stellen, zeigt das nebenstehende Modell »Zeida. Und nicht zuletzt: eine gemütliche Sitzprobe bei einem unserer Fachhändler. Mehr über uns und unser Programm sagt Ihnen unser neuer Prospekt. COR, 4840 Rheda-Wiedenbrunn.



COR
zum Sitzen

2.13. Delta-V (1998)

In dem Einkaufsmagazin der Delta-V wird der Elefant als Signal für Größe eingesetzt.

GARDEROBENSCHRANK

1200 mm

TOP

Breite 1200 mm
Tiefe 500 mm

498,-

Breite 820 mm
Tiefe 500 mm

435,-

Jumbo-Schrank!
zum Minipreis!

Büro-/Garderobenschrank
- 1200 und 920 mm breit -

Größtmögliche Garderobens-Materialeinsparung in Ganzstahlausführung. Glatt abschließende, verstärkte Türen mit innenliegenden Schürmlöcher. Pulverbeschichtung schützender, PVAL 7035. Oberer geräumiger Abteil auf durchgehendem Boden.

Links der verstellbare Böden, rechts Garderobensattel mit wappbarer Kleiderstange. Dreifachgehäuseschrauf, 2-fachverstellbar 1100 x 1900 mm

Breite	820	1200
Best.-Nr.	B130 305	B130 306
DN	435,-	498,-



Produktion: mit Hochleistungsgeräten

TEL: 0 23 39 / 90 99 ● FAX: 0 23 39 / 90 95 01

Lieferzeit: sofort lieferbar
Preis: - gesetzl. MwSt

27

2.15. Dresdner Bank (1997)

Die DRESDNER BANK benützt den Elefanten, um Größe und Stärke zu symbolisieren.



Junge Aktien der Dresdner Bank.
Vom 14.-28. August 1997

Dresdner Bank.
Die Beraterbank.



Dresdner Bank

2.16. Deutsche Bundesbahn (1983)

Die Deutsche Bundesbahn nimmt den rosaroten Elefanten als Symbol für intelligenten Verhalten („intelligenter reisen“).

Die neue Bahn

Tätärätä: Sie können weiter zu rosaroten Preisen reisen.

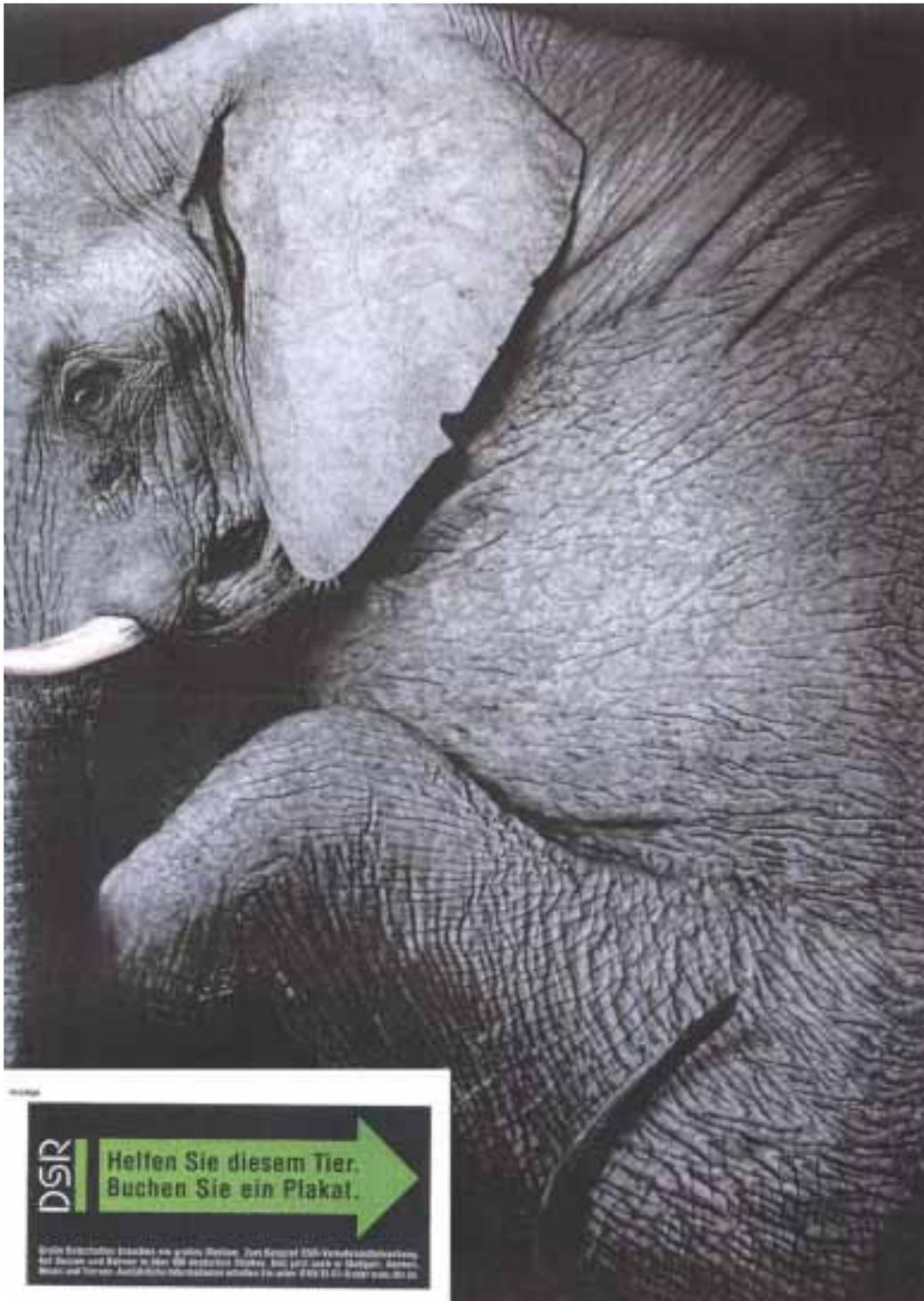


Bis zu 12 Tage lang fahren Sie mit Rosarot preisgünstig auf allen Strecken der DB. Allein, zu zweit oder mit Ihren Kindern oder Enkelkindern.

 Die Bahn

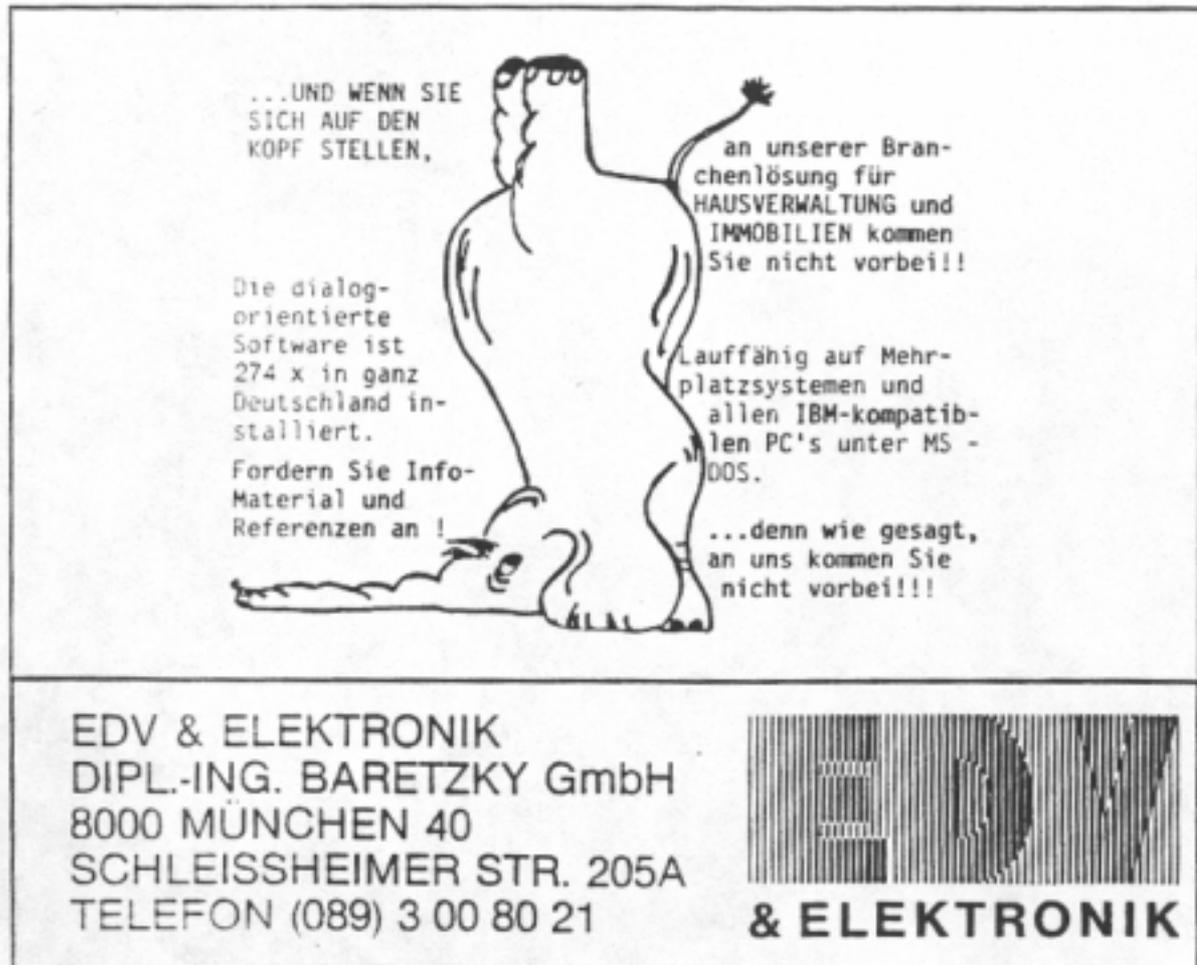
2.17. DSR-Verkehrsmittelwerbung (1998)

Die DSR-Verkehrsmittelwerbung vermitteln über den Elefanten die Größe ihrer Werbung auf Bussen und Bahnen.



2.18. EDV & Elektronik (1995)

Die Firma EDV & Elektronik nimmt sowohl den Sympathiegehalt des Elefanten als Eye-Catcher für ihre Anzeige als auch die Größe, an dem man nicht vorbeikommt.



...UND WENN SIE
SICH AUF DEN
KOPF STELLEN,

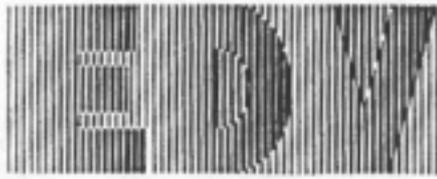
Die dialog-
orientierte
Software ist
274 x in ganz
Deutschland in-
stalliert.
Fordern Sie Info-
Material und
Referenzen an !

an unserer Bran-
chenlösung für
HAUSVERWALTUNG und
IMMOBILIEN kommen
Sie nicht vorbei!!

Lauffähig auf Mehr-
platzsystemen und
allen IBM-kompatib-
len PC's unter MS -
DOS.

...denn wie gesagt,
an uns kommen Sie
nicht vorbei!!!

EDV & ELEKTRONIK
DIPL.-ING. BARETZKY GmbH
8000 MÜNCHEN 40
SCHLEISSHEIMER STR. 205A
TELEFON (089) 3 00 80 21



& ELEKTRONIK

2.19. Elephanthouse (1998)

Das Elephanthouse, eine Grußkartenfirma, führt den Elefanten im Namen.

 <p>Elephant House Börning & Börning GmbH, Bremen Tel.: 04 21 / 349 86 07 Fax: 04 21 / 349 97 06</p>	<p>ERFOLGREICH SELBSTÄNDIG SEIN</p> <p>Sie suchen nach einer Veränderung und wollen Ihr eigener Chef sein? Der Kartenmarkt verzeichnet Jahr für Jahr Milliardenumsätze Organisieren Sie mit uns den Grußkartenvertrieb in Ihrem Exklusivgebiet und partizipieren Sie an einem riesigen Markt als EH-Franchise-Nehmer.</p>	 <p>Sie passen zu uns, wenn Sie</p> <ul style="list-style-type: none">-Aktiv verkaufen können-Selbständig sein wollen <p>Ideal wäre es, wenn Sie Kontakt zum Einzelhandel haben. Das ist aber keine Voraussetzung. Durch unser in über 15 Ländern erfolgreiches Franchise-System sind wir eines der führenden Kartenunternehmen weltweit geworden. Fordern Sie unsere Unterlagen an. Jetzt!</p>
--	--	---

2.20. Engelhard Arzneimittel (1994)

Einen Dressurakt mit einem Elefanten nimmt die Firma ENGELHARD ARZNEIMITTEL, um ihr Arzneimittel als zwar gewaltig, aber noch nicht durchgesetzt zu präsentieren.

Manche Methoden gegen **HUSTEN** setzen sich nur sehr schwer durch!



Publinter - Vienna

Prospan® macht's Ihrer Therapie leicht.



Prospan®

Natürlich. Nachhaltig. Bewährt bei Bronchitis.

Prospan® Bronchial-Tropfen, Lösung; **Prospan®** Bronchial-Tabletten, Filmtabletten; **Zusammensetzung:** **Prospan®** Bronchial-Tabletten: 1 Filmtablette enthält 25mg Eucalyptusnackensirup (E72) 25 (Auszugformel) Ethanol 20 Gew.-%; **Prospan®** Bronchial-Tropfen: 100ml Lösung enthält 2g Eucalyptusnackensirup (E72) 10 (Auszugformel) Ethanol 20 Gew.-%; Hinweis: Die Lösung enthält 47 Vol.-% Alkohol! **Anwendungsgebiete:** Akute Katarrhe der Atemwege mit der Begleitschleimhaut, symptomatische Behandlung chronisch-entzündlicher Bronchialerkrankungen. **Gegenanzeigen:** Schwangerschaft und Stillzeit. **Arzneimittel** sollten mit Vorsicht in der Schwangerschaft oder während der Stillzeit grundsätzlich nur nach vorheriger Rücksprache mit dem Arzt angewendet werden. **Nebenwirkungen:** Keine bekannt. **Wechselwirkungen:** Keine bekannt. **Dosierungsanleitung:** **Prospan®** Bronchial-Tabletten: Erwachsene und Jugendliche über 14 Jahre: 1 mal täglich 2 Tabletten einnehmen. **Prospan®** Bronchial-Tropfen: Erwachsene und Schulkinder nehmen 20 Tropfen, Kleinkinder 15 Tropfen, Säuglinge 10-14 Tropfen 3-4 mal täglich ein. **Dosierung für das Aerosolgerät:** Mehrmals täglich 20-25 Tropfen inhalieren. **Handelsformen und Preise:** **Prospan®** Bronchial-Tropfen: 100 ml (200 ml) (N) Lösung DM 9,90 (DM 14,90) DM 33,70; **Prospan®** Bronchial-Tabletten (200 mg) (N) 100 (N) 200 (N) 300 (N) DM 9,90 (DM 14,90) DM 33,70. **Handel:** 1-1-1994 Karl Engelhard, Fabrik-pharm., Präparate-GmbH & Co. KG, Sandweg 54, 80331 Frankfurt/Main



ENGELHARD Arzneimittel

fördert den Verein "Kinder brauchen Luft zum Leben e. V."



1994

2.21. Fenster mack (1997)

Den Elefanten als Symbol der Beständigkeit setzt die Firma MACK in die Anzeige.

Seit über 45 Jahren Beständigkeit im Handwerk!

FENSTER mack

Holzfenster
Kunststofffenster
Holz-Alufenster

SCHÜCO
Fenster+Türen

**Sonntag großer
Fensterschautag**
von 10.00-17.00 Uhr
kein Verkauf/Beratung

**Haustüren
Dachfenster**

71404 Korb, Maybachstr.6, 07151/9330-0
Werksbüro- 74391 Erlligheim, Tel. 07143/870169



2.23. Fischer Taschenbuch Verlag (1988)

Der Fischer-Verlag benutzt den Elefanten als Sympathieträger, als großes, gescheites („Brille“) Tier, das alles weiß.

**Ganz stark
im Wissen**

Ihr direkter Zugriff zu den Daten der Welt

- Alle Staaten, Länder, Gebiete
- Politik, Wirtschaft, Bevölkerung, Kultur
- Jahreschronik, Jahrestage
- Internationale Organisationen, Konferenzen
- Persönlichkeiten, Biographien

DM 16.⁸⁰

**DER FISCHER
WELTALMANACH
ZAHLEN DATEN
FAKTEN
'89**
Mit 500 die Aktualisierungen
Erweiterungen

**DER FISCHER
WELTALMANACH '89**
Die Nr. 1 unter den Jahrbüchern

 **Fischer
Taschenbuch
Verlag**

2.24. Ford (1993)

FORD bezeichnet seinen Transit als sein stärkstes Arbeitstier, spielt auf die Leistungsstärke des Elefanten an. Ford sieht den Elefanten als Symbol für *Arbeit, Leistung*: Das stärkste Arbeitstier ist der Transit Turbodiesel. Ford sieht den Elefanten als Symbol für Treuherzigkeit und Schlauheit: Sorglos, Super-Angebot.

Spiegel 1993

Unser stärkstes Arbeitstier.



Jetzt 3 Jahre (max. 100.000 km)
sorglos fahren mit den
Super-Leasing-Angeboten
der Ford Bank
inkl. Garantieschutzbrief

haltigen Angebot werden Sie es weit bringen. Unser stärkstes Arbeitstier ist der Transit Turbodiesel nicht zuletzt wegen seiner **wirtschaftlichen Transportleistung**. Die beginnt bei den verschiedenen Dachhöhen vom Normdach über das Mitteldach bis hin zum Hochdach mit 1,85 m Stehhöhe. In seiner größten Version bietet der Transit so Nutz- und Laderaum bis zu 10m³. Und das, was der Transit alles in puncto Komfort und Sicherheit drauf hat, erfahren Sie bei Ihrem Ford-Händler.

Der Transit. Unser neues Wirtschaftswunder.



2.25. Freundin

Der Frauenzeitschrift Freundin dient der „Elefant im Porzellanladen“ als Symbol für die emanzipierte Frau, der Zielgruppe der Zeitschrift.



2.26. Gerling (1999)

Der unmittelbare Wettbewerber benutzt den Elefanten als Trittbrettfahrer, interpretiert ihn allerdings anders: Der potentielle Versicherungsnehmer kann sorglos wie ein Elefant 100 Jahre alt werden.

www.gerling.de
Alles über Lebensversicherung
und Altersvorsorge

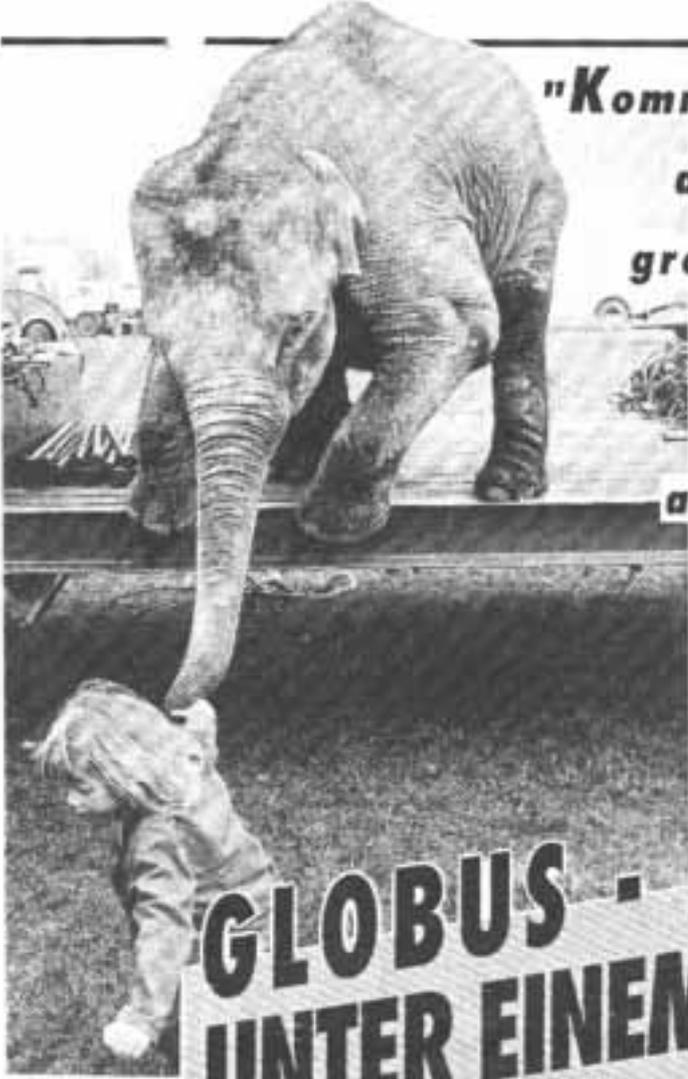
„Ich möchte
100 Jahre alt werden.
Schöner Gedanke.

Älter brauchen nicht ans Alter zu denken. Sie schon. Unsere Vorsorge-
analyse im Internet zeigt Ihnen einfach und schnell, wo in Zukunft finanzielle
Lücken auftreten. Wir bieten Lösungen, um sie sofort zu schließen.
Versicherung für Menschen, die sich ihre eigenen Gedanken machen.

GERLING.de
Wir unternehmen Blicke

2.27. Globus (1997)

GLOBUS stellt den Elefanten (von einem kleinen Mädchen geführt) in den Mittelpunkt ihrer Anzeige, um auf die riesengroße Auswahl hinzuweisen.



**"Komm schon mit,
diese riesen-
große Auswahl
bei GLOBUS
mußt Du
auch gesehen
haben."**

**GLOBUS - ALLES
UNTER EINEM DACH**

GLOBUS LOSHEIM

**IMMER AUF DER SEITE
SEINER KUNDEN!**

Haagstraße
Telefon 068 72/60 10

2.28. Hetzel-Reisen (1990)

Bei der Hetzel-Anzeige steht der Elefant für Fernweh, Exotik.



2.29. Heudorfer (1997)

Das Fotofachlabor Heudorfer kommuniziert mit der Signifikanz, der Unverkennbarkeit, dem typischen Profil des Elefanten.

**Fotofachlabor
DIN ISO 9001
mit zertifiziertem
QM-System**

Kommunikation mit Bildern...



...auch total digital !

Heudorfer
Fotofachlabor und Fachservice
Schülestraße • D-73230 Kirchheim-Teck
Postfach 1244 • D-73220 Kirchheim-Teck
Tel. 0 70 21/97 53-0 • Fax 0 70 21/97 53-21

**Fotofachlabor
DIN EN ISO 9001
mit zertifiziertem
QM-System**

**VISUELLE
KOMMUNIKATION**
Foto-Fachlabor für professionelle
Bild-Herstellung. Digital-Labor für
Dataline®-Medienprodukte



Heudorfer
Kommunikation mit Bildern

Schülestrasse 18 73230 Kirchheim-Teck
contact@heudorfer.de http://www.heudorfer.de
Tel. 07021 / 9753-0 Fax 07021 / 9753-21

2.30. Hieber (1997)

Die Firma Musik Hieber verwendet den Elefanten als Symbol für ein Musikinstrument (Trompete).



The advertisement is a black and white graphic. At the top center is an oval logo with a stylized four-leaf clover symbol and the text "Musik HIEBER am Dom". To the left, the headline "Jeder fängt mal klein an!" is written in a large, bold, sans-serif font. In the center, a line drawing of an elephant is shown with its trunk extended towards a large musical note on the right. Below the headline, a detailed illustration of a trumpet is shown in a vertical orientation. To the right of the trumpet, the text "Ein neues Musikinstrument mit unserem besonderen Angebot: **Mietkauf!**" is displayed, with "Mietkauf!" underlined. Below this, a list of four bullet points, each preceded by a small trumpet icon, lists the benefits of the lease purchase offer. At the bottom, a dark horizontal bar contains the company's address and phone number in white text.

Jeder fängt mal klein an!

Ein neues Musikinstrument mit unserem besonderen Angebot:
Mietkauf!

- ☛ Kein Risiko
- ☛ Keine Anzahlung
- ☛ Volle Anrechnung der Mietraten bei Laufzeit bis sechs Monate (zinslos!)
- ☛ Volle Garantie

Liebfrauenstr. 1, 80331 München - Tel: 089-29 00 80-0

2.31. Hörakustik Berlin Gemeinschaftswerbung (1985)

UNERHÖRT



Das ist es gar nicht, was wir Ihnen zeigen wollen. Was wir Ihnen zeigen wollen, ist so wenig auffallend, daß Sie es nicht bemerken würden. Sie können es sehen. Und hören. Unverbindlich. Bei uns. Das kleinste Hörgerät der Welt.

Flemming

1/21, Wilsnacker Str. 14 Tel. 394 45 75
 1/27, Schlieperstr. 14 Tel. 433 65 85
 1/65, Kameruner Str. 9 Tel. 451 77 35

Lapletal

1/26, Märkisches Zentrum Tel. 415 58 83

HOLBORN

1/12, Savignyplatz 3 Tel. 31 69 90
 1/30, Europa-Center Tel. 261 45 35

XLINGBEIL

1/30, Potsdamer Str. 171/173 Tel. 216 35 31
 1/44, Reuterstraße 59 Tel. 623 70 93
 1/61, Dudenstraße 8 Tel. 785 48 68

SAUER

1/15, Kurfürstendamm 64/65 Tel. 882 60 06
 1/20, Kinkelstraße 24 Tel. 333 54 93
 1/37, Onkel-Tom-Str. 3 Tel. 802 61 98

Wir sind Vertragspartner aller Krankenkassen für Hörmessungen und Hörgeräteanpassungen und Mitglieder der Leistungsgemeinschaft Hörakustik Berlin.

2.32. Huger Electronics (1998)

Huger Electronics verwendet den Elefanten als Symbol der Größe für Jumbo-Funkuhren.



The advertisement features a large elephant in the center, holding a large digital clock. The clock displays the time 12:38 and the temperature 28°. The word "HUGER" is written in large, bold letters across the top of the elephant's head. Below the elephant, there are two more digital clocks, one of which is tilted. A small orange card is also visible. At the bottom, there is contact information for Huger Electronics GmbH, including the address, phone numbers, email, and website. The Huger logo is also present at the bottom.

HUGER

JUMBO-FUNKUHREN
JM 838 WF
JM 828 MP

HUGER
Huger Electronics GmbH
Niederwiesenthalstraße 28
D-70058 Vödingen-Schwemmigen
Telefon +49-077 21-052384
Telefax +49-077 21-05603
E-mail: sales@huger.de
Internet: www.huger.de
Huger findet Sie zu guten Fachmärkten!

HUGER

2.33. Hypothekenbanken 1988

Die Anzeige für die „Festzinshypothek der Hypothekenbanken“ setzt zwei Elefanten als Symbol der „Verbundenheit“ ein.

**Bauherrn und Hauskäufer:
Jetzt investieren...**

...weil Immobilien
nicht mehr billig
werden.

Die Abschaffung des
Zinseszinses durch den
Zinsfuß von 0,25 Prozent ist
ein Schritt in die richtige
Richtung.

**...weil die Zinsen
immer noch niedrig
sind.**

Die Zinsen für langfristige
Kredite sind nach wie vor
relativ gering. Daher
sollte man sich für eine
Festzinshypothek entscheiden.
Diese garantiert eine
günstige Finanzierung über
den gesamten Zeitraum.
Die Zinsen sind auch
steuervergünstigt.

**...weil Eigentums-
bildung von Staat auch
nicht gefördert wird.**

Die von der Bundesregierung
vorgeschlagene Reform des
Eigentumssteuernetzes
wird voraussichtlich im
Sommer 1988 in Kraft
treten. Die Zinsen für
langfristige Kredite werden
dann höher sein als heute.
Daher ist die Investition
in Immobilien jetzt
noch attraktiv.

Die Festzinshypothek ist die
beste Wahl für die Investition
in Immobilien.

Feste Beziehung:

Bei einer Festzinshypothek der Hypothekenbanken wissen Sie, worauf Sie sich verlassen können.

Überhaupt, ob heute oder in 20 Jahren, ein Haus ist eine
Wahlung zu kaufen, die sich jetzt damit anfragen: Doch sind die
Zinsen niedrig.

Es gibt kein schlechteres Fundament als die Festzinshypothek -
mit einer 120 Jahren das Markensymbol der Hypothekenbanken.
Mit Zinsen, die immer wieder steigen bis zu 10 Jahren, wenn Sie
wollen. Trotzdem kann man die Zukunft nicht planen.

Hierzu kommt bei der Hypothekendarlehen die sehr niedrige
Tilgung. Das macht Ihre laufende Belastung niedrig.

Lassen Sie sich von einer der 22 deutschen Hypothekenbanken
ein Angebot anrechnen, das ganz auf Ihre Situation zugeschnitten ist.

Festzins-Informationen

Bank für Hypotheken der Hypothekenbanken für Baden-Württemberg
Ludwigshafen am Rhein, Postfach 10 10 10, 6700 Ludwigshafen

Name: _____

Wohnort: _____

PLZ: _____

Str. Nr.: _____

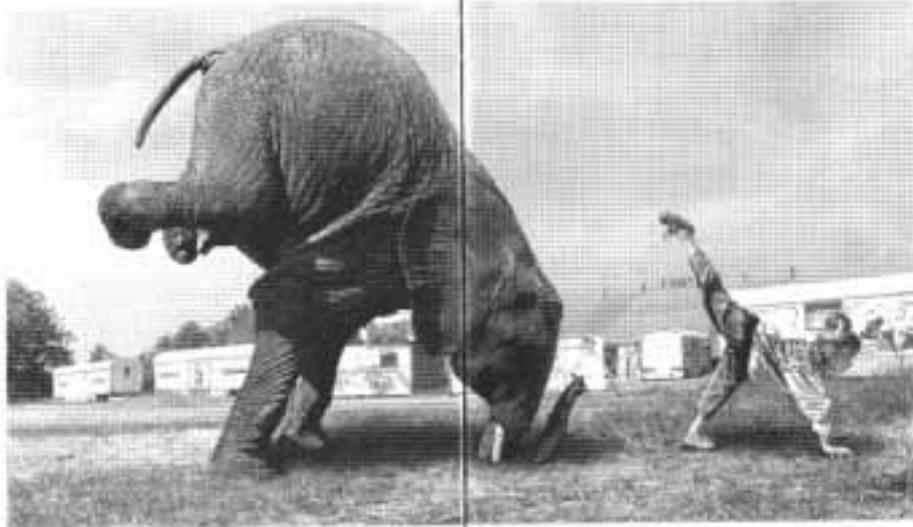
Telefon: _____

Bitte in Briefumschlag einwickeln und an: Hypothekenbanken
der Hypothekenbanken, Postfach 10 10 10, 6700 Ludwigshafen

**DIE FESTZINSHYPOTHEK
DER HYPOTHEKENBANKEN**

1990 kuferten die Hypothekenbanken die Konzeption der Stuttgarter sowohl bezüglich Headline als auch Abbildung ab.

Starke Leistung:



Mit der Festzinshypothek der Hypothekenbanken brauchen Sie bei der Baufinanzierung keine Kopfstöße zu machen.

Die Sie bevorzugen die
festen Zinsen, dann
ist die Hypothek der
Hypothekenbanken
die richtige Wahl für
Sie. Denn die Hypothek
der Hypothekenbanken
ist die einzige, die
Sie bei jeder Zinsänderung
nicht wechseln müssen.
Das ist ein großer Vorteil.
Die Hypothek der
Hypothekenbanken
ist die einzige, die
Sie bei jeder Zinsänderung
nicht wechseln müssen.
Das ist ein großer Vorteil.



HYPOTHEKENBANKEN
BAUFINANZIERUNGSEXPERTEN

2.34. Hyundai (1994)

HYUNDAI stellt den Elefanten als Beispiel für die Nutzlast dar.

VIEL NUTZLAST,
WENIG MÄUSE:
269,- DM/MONAT

The advertisement features a large, hand-drawn style text at the top. Below the text, there is a visual equation. On the left is a black and white photograph of an elephant. To its right is a large black plus sign. To the right of the plus sign is a black and white photograph of a mouse. Below this row is a large black equals sign. To the right of the equals sign is a black and white photograph of a Hyundai H 100 van, viewed from the rear three-quarter angle.

Serienmäßig ist an dem neuen Hyundai H 100 so manches dran und drin, was Sie bei anderen Arbeitstieren dieser Klasse oft nicht mal für Geld bekommen: gewaltige 1.178 kg Nutzlast, genügsame 7,1 Liter bei 90 km/h, Seitenaufprallschutz in den Türen, Servolenkung und vieles mehr. Dazu gibt es für die Handwerksbereiche Elektro, Sanitär und den Bereich Frischdienst noch die unterschiedlichsten Ausstattungsvarianten. Und das ab gerade mal DM 269,- Leasingmüssen pro Monat ohne MwSt., bei einer Anzahlung von 80 %, 36 Monaten Laufzeit und einer Laufleistung von 90.000 km. Unverbindliche Preisempfehlung ab DM 33.469,57 ohne MwSt. zzgl. Überführungskosten. Und wie sich der neue H 100 für Sie ganz persönlich rechnet, verrät Ihnen Ihr Hyundai-Händler – wo der nächste ist, erfahren Sie unter 01 30-85 11 33 an Hyundai im Internet (<http://www.hyundai.de>)

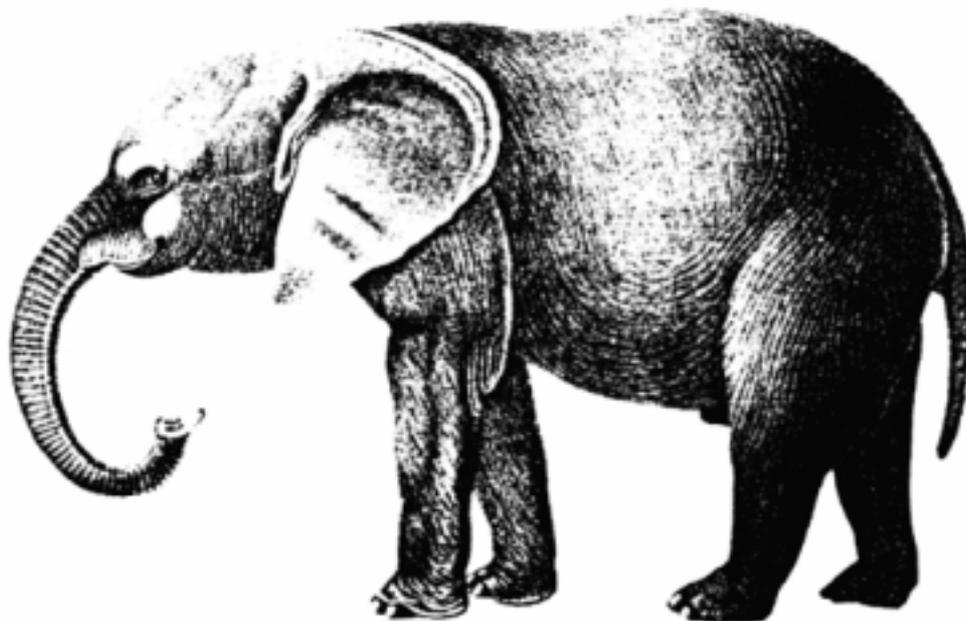
 **HYUNDAI** VERZICHTEN SIE AUF NICHTS.

ca. 1994

2.35. iii-Anlagebeartung (1993)

Die iii-ANLAGEBERATUNG versucht mit einem Elefanten (Mammut?) die Mobilität ihrer ImmobilienFonds zu veranschaulichen.

VON WEGEN IMMOBIL.



Immobilien - laut Lexikon, unbewegliches Vermögen. Wir wissen, mit **iii**-Immobilien-Fonds schaffen Sie Substanz und bleiben mobil in jeder Lage. Nutzen Sie die Vorteile dieser dynamischen und flexiblen Vermögensanlage. **iii**-Immobilien-Fonds.

Die Rechenschafts- Halbjahresberichte und die Verkaufsprospekte des iii-Fonds Nr. 1 und des iii-Fonds Nr. 2 erhalten Sie bei den Geschäftsstellen der Bayerische Hypotheken- und Wechsel-Bank AG und der Bayerische Vereinsbank AG oder direkt von uns.

Internationales Immobilien-Institut GmbH.
Postfach 440364, 8000 München 44,
iii-Anlageberatung: Tel. (089) 3808-132.

2.36. Jimbo-wash (1998)

Jimbo-wash hat den Elefanten in seinem Logo, als reinliches, sich mit dem Rüssel abspritzendes Tier.



Jimbo-wash

Ein starkes Team mit Kompetenz und Erfahrung freut sich auf Sie!

 <p>Jimbo-exclusiv Autovermietung</p>	 <p>Jimbo-wash Auto-Textilsoftwaschstrasse</p>	 <p>Jimbo-wash Autokosmetik</p>
<p>Mieten Sie für besondere Anlässe ein tolles Auto mit Chauffeur:</p>	<p>Gründlich, umweltschonend und sparsam waschen wir Ihr Auto:</p>	<p>Damit Sie rundum zufrieden sind, für Ihr Auto nur das Beste:</p>
<ul style="list-style-type: none">- Chevrolet business: Baujahr 1952- DB 300 SEL: Baujahr 1966- DB 220 SE Coupé: Baujahr 1964- für Hochzeiten, Festtage oder Tages- und Wochenendausfahrten	<ul style="list-style-type: none">- Schonende Autowäsche mit neuer Textilwasch-Technik- 58 Waschplätze- 8 überdachte Staubsauger-Boxen- Mitterreiniger	<ul style="list-style-type: none">- Reparatur-Werkstatt- Reinigung innen und außen- Polier- und Lackaufbereitung- Fenster- und Teppichreinigung- Oldtimer-Restauration
<p>Jeany Ebert - Promäckerstraße 3 73432 Aalen-Unterkochen Tel. 0 73 61/98 11 30 - Fax 98 11 31</p>	<p>Jeany Ebert - Promäckerstraße 3 73432 Aalen-Unterkochen Tel. 0 73 61/98 11 30 - Fax 98 11 31</p>	<p>Reinhard Sber - Promäckerstraße 3 73432 Aalen-Unterkochen Tel. 0 73 61/98 18 78 - Fax 98 18 78</p>

2.37. Kavalier der Straße (1998)

In einer Anzeige der Aktion Kavalier der Straße wird der Elefant als Beispiel für Masse, Gewicht, gebraucht.



Wenn ein junger Elefant durch Ihr Auto fliegt

Ein junger Elefant wiegt etwa 600 kg!
Das Gewicht eines 20 kg schweren, ungesicherten Kindes wirkt bei einem Frontalzusammenstoß mit 30 km/h wie die Masse eines jungen Elefanten.
Sitz und Gurt bieten Sicherheit!

KAVALIER
Verkehrspatenamt der Süddeutschen Zeitung e.V.
Sendlinger Straße 8
80331 München
Hotline: 089/2183-489 Freie Gabg Trost

Bundesministerium für Verkehr

www.bundesministerium.de

2.38. Kex (1995)

Die KEX-Schmutzfang-Matte nimmt die Elefantenhaut als Symbol für *Widerstand* gegen Schmutz.

KEX-Schmutzfang-Matte
... die „Elefantenhaut“
für Ihren Eingangsbereich
Großwäscherei · Textil-Service
BAVARIA Mietservice
77 20 26
A•Reindl Lipowskystraße 16 · 81373 München

The advertisement is a black and white graphic. On the left, a woman in a bikini holds a large, textured mat. In the center, an elephant is shown from behind, standing on the mat. To the right of the elephant are two potted plants. The text is arranged in a structured layout, with the product name at the top, followed by a descriptive tagline, the company name 'BAVARIA', and contact information at the bottom.

2.39. Kömmerling (1999)

Der Fensterhersteller Kömmerling benutzt eine kleine Elefantenherde als Symbol der Ausdauer.

Es liegt einfach in der Familie,
daß unsere Fenster so ausdauernd sind.

Mehr Informationen?
Tel. 018 427 31 31 43
(24h Service)

Die FACHEN Mäuse!

KÖMMERLING
+ Fenster-Profis

eller und Türen aus Kömmerling-Systemen reduzieren Heizungs- und Umwälzleistung,
sichern keine Ausblicke, sind extrem lange haltbar und vollkommen recyclingbar.
Kunststoffscheiben-Profile beraten Sie, messen auf, fertigen und bringen alle Werkzeuge in der Hand
in Kombination mit Sie, Kömmerling + Fenster-Profis, Job-Service, Postf. 100 152, D-73391 Esslingen.

Kömmerling + Fenster-Profis ist eine Offensiv von führendes Fenster- und Türen-
hersteller und Kömmerling, der Nr. 1 in Europa für Fensterprofile aus Kempten.

Name: _____
Straße: _____ Tel. No.: _____
PLZ: _____

2.40. Krieg (1992)

Die Firma KRIEG verwendet den Elefanten zur Demonstration der Stärke: Elefantenstarke Angebote

Völlig neue Angebote auf über 45 Seiten!

Der neue KRIEG-Katalog ist da!

Elefantenstarke Angebote · Qualität zu günstigen Preisen

Für B...

Ferti...

und T...

Stahlprofilregale mit 15 Auflageböden	
3000 mm breit, 2000 mm hoch, 300 mm tief LR 020011	DM 388,-
3000 mm breit, 2000 mm hoch, 400 mm tief LR 020012	DM 422,-
3000 mm breit, 2000 mm hoch, 500 mm tief LR 020013	DM 472,-
3000 mm breit, 2000 mm hoch, 600 mm tief LR 020014	DM 521,50

Auflageboden
 Holzverbundboden mit ober- und unterseitig aufgepreßten, harten Holzfaserplatten. Beidseitig, auf Regaltiefe mit eingelassenen, feuerverzinkten C-Stahlprofilen. Tragkraft 100 kg/m². Länge 1000 mm, ca. 21 mm stark.

Weitere Angebote im Katalog ab Seite 92

2.41. Kraftfahrzeug Gewerbe

Das Kraftfahrzeug Gewerbe benutzt den Elefanten in der Gemeinschaftsanzeige für Gebrauchtfahrzeuge als Symbol der Ruhe.

Brauchen Gebrauchtwagenkäufer ein dickes Fell?



Schon in manchen Gebrauchs-Verfahren haben Besitzer von Motorfahrzeugen geklickt. Unter Sie. Wenn Sie Ärger vermeiden wollen, kaufen Sie lieber kein Kfz-Fachhandel!

Beim Fachhandel mit ZDK Gebrauchtwagen-Verkaufssiegel können Sie ganz beruhigt sein. Wie Sie das neue Zeichen sehen, bekommen Sie auf Gebrauchte ein ganzes Jahr Garantie. Sie enthält wesentliche Teile von Motor, Getriebe, Lenkung, Bremsen, Kraftstoffanlage und elektrischer Anlage. Das ist allemal ein besserer Ruhe-Nutzen als das „Geklickt wie bei einem“! Warum wollen Sie sich da beim Gebrauchtwagenkauf auf irgendwelche Abenteuer einlassen?

NEU

Auf Gebrauchte: Ein ganzes Jahr lang Garantie.
Entsprechend ZDK Garantie-Empfehlung.



KRAFTFAHRZEUGE
GEWERBE
Gebrauchtwagen-Verkaufssiegel

2.42. Kugler (1992)

Die Firma KUGLER zeigt den Elefanten in ihren Anzeigen sicher um Aufmerksamkeit zu bewirken, aber auch um die Größe und Robustheit ihrer Produkte zum Ausdruck zu bringen.



**Container,
Behälter
und
mehr.**

**Basis- und
Spezialmodelle:**

**Aus Stahl, sogar
beheizt, belüftet
und, und, und**

KUGLER®

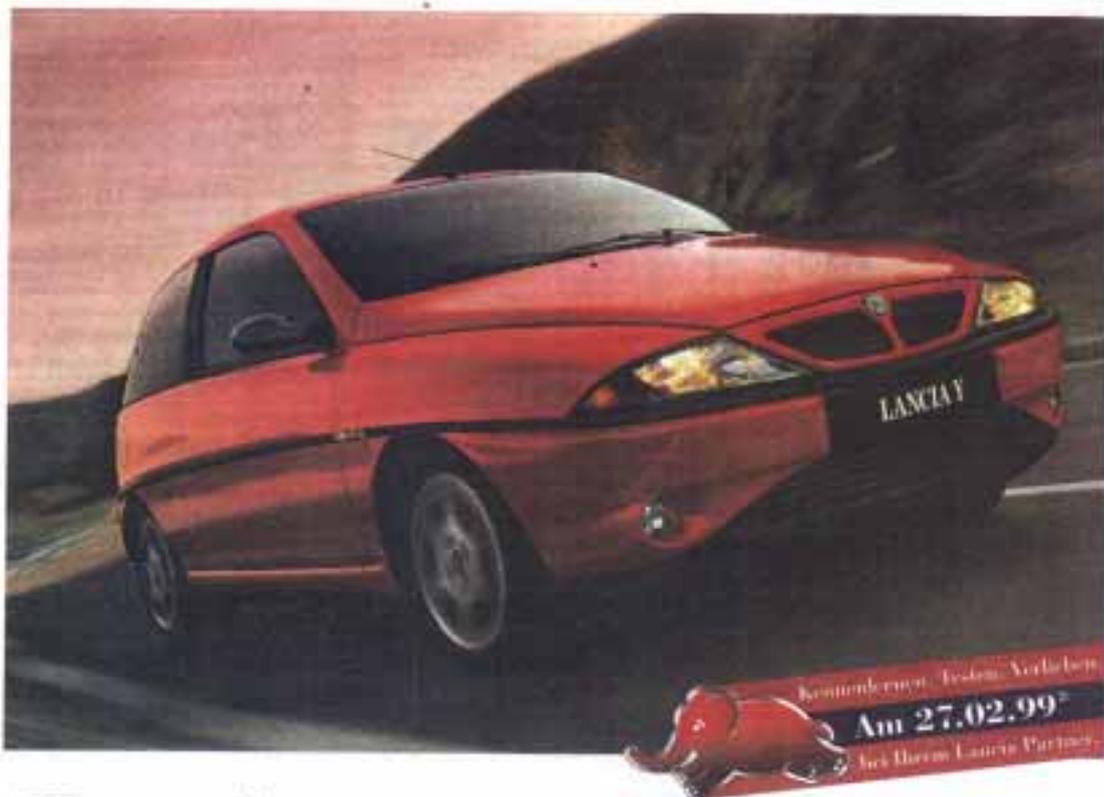
Kompetenz in Behälterbau

Benzstr. 5 · 7048 Bondorf · Tel. 0 74 57/80 93 · Fax 0 74 57/51 06

STOLL & FISCHBACH

2.43. Lancia (1998)

Lancia nennt sein neues Modell Lancia Y elefantino rosso. Der Name steht für Dynamik, Sportlichkeit.



Rendezvous bei Lancia

Am 27.02.99 erwartet Sie der neue Lancia Y elefantino rosso bei Ihrem Lancia Händler. Neben vielen Überraschungen, einem Gewinnspiel**, der CD zum Verlieben und dem Drives-me-crazy-Guide mit 2.000 Polaroids von netten Leuten zum Kennenlernen können Sie auch die Qualitäten des Lancia Y elefantino rosso testen. In seinem Herz schlägt ein dynamischer 1,2 16v Motor mit 63kW (85PS). Das sportliche Fahrwerk und Leichtmetallfelgen bringen den Puls auf Touren. Seriennützlich: Servolenkung, Lederlenkrad und -schaltknopf, ABS Fahrer- und Beifahrer-Airbag u. v. m. Aber Achtung: Nach einer Probefahrt ist eine feste Bindung nicht ausgeschlossen. Weitere Informationen unter www.lancia.de und bei der Lancia Infoline 0180/5 50 44 (DM 0,48/Min.)

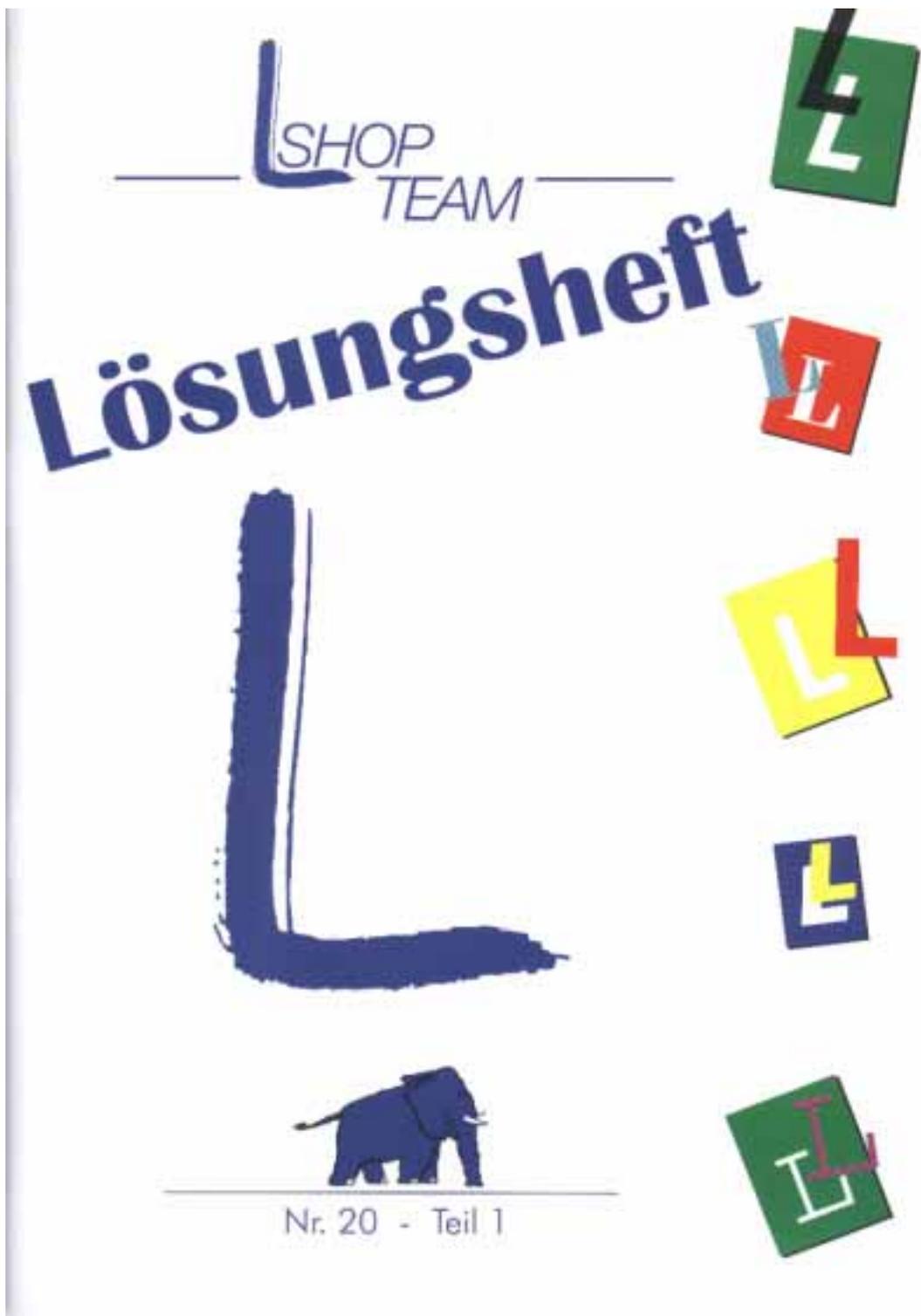
*Bestand, Verkauf und Probefahrt nur innerhalb des gesetzlichen Ladestoffmasses.
**Bestmöglicher Gewinnspiel mit Lancia. Teilnahmeberechtigt sind Personen ab 18 Jahren.
Der Rechnung ist anzuschließen.

LANCIA 

Ihre Lancia Partner freuen sich auf Ihren Besuch.
Infos unter 0180/5 50 44 (DM 0,48/Min.).

2.44. L-Shop-Team (2000)

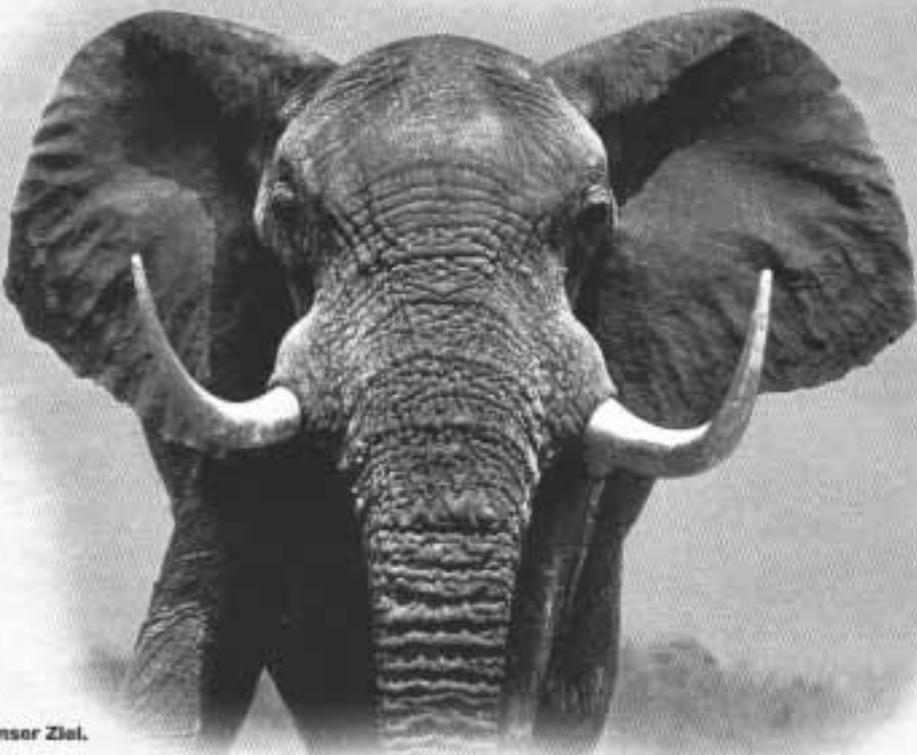
Das L-Shop-Team bietet als Direktversender Werbemittel an. Es verwendet auf dem Titel den Elefanten als eine Art Logo ohne unmittelbar erkennbaren Zusammenhang mit den angebotenen Waren.



2.45. Lufthansa (1996)

1996: Die Lufthansa stellt den Elefanten als interessantes Photomotiv in den Mittelpunkt der Anzeige. Zugleich werden im Text die Tugenden des Elefanten als Argument benutzt: Ruhe und Größe (Raum).

Die Welt braucht Jumbos.
Nicht zu viele. Nicht zu wenige.



Balance ist unser Ziel.

Zwischen dem Jumbo im Tsavo Park Kenia und dem Lufthansa Jumbo „Niedersachsen“ besteht tatsächlich ein Zusammenhang. Natürlich ein sehr indirekter. Je mehr Welt der Mensch braucht, desto weniger bleibt der übrigen Natur. (Und je mehr Elefanten – in manchen afrikanischen Gebieten heute ein Problem –, desto weniger andere Tiere.) Ein Ziel der Lufthansa ist es, Balance zu halten zwischen den Mobilitäts-Bedürfnissen der Menschen und dem Schutz

der Natur. Also expandieren wir nicht grundsätzlich und um jeden Preis. Wir kooperieren zum Beispiel lieber mit anderen Fluggesellschaften. Das bedeutet: Der optimale Einsatz vorhandener Flugzeuge geht vor. Neue Kapazitäten, wie sie leider häufig von selbstverschuldeten Staats-Airlines mit Hilfe öplicher Subventionen in den Markt gesetzt werden, decken nicht die Kosten und verzerrten den Wettbewerb. Unsere Zukunft sehen wir vor allem im qualitativ

eren, weniger im quantitativen Wachstum. Wollen Sie mehr erfahren? Wir senden Ihnen gerne unsere ausführliche Information „Balance – Umweltbericht“ zu. Lufthansa Konzernkommunikation, Postfach, 60158 Frankfurt, Telefon 018 02/32 31 30.



Lufthansa
Die Unternehmensgruppe

1999: Der Elefant als sympathischer Eye-Catcher steht für Sicherheit, für die Möglichkeit sich auf seinen Job konzentrieren zu können.



2.46. Mailer (1995)

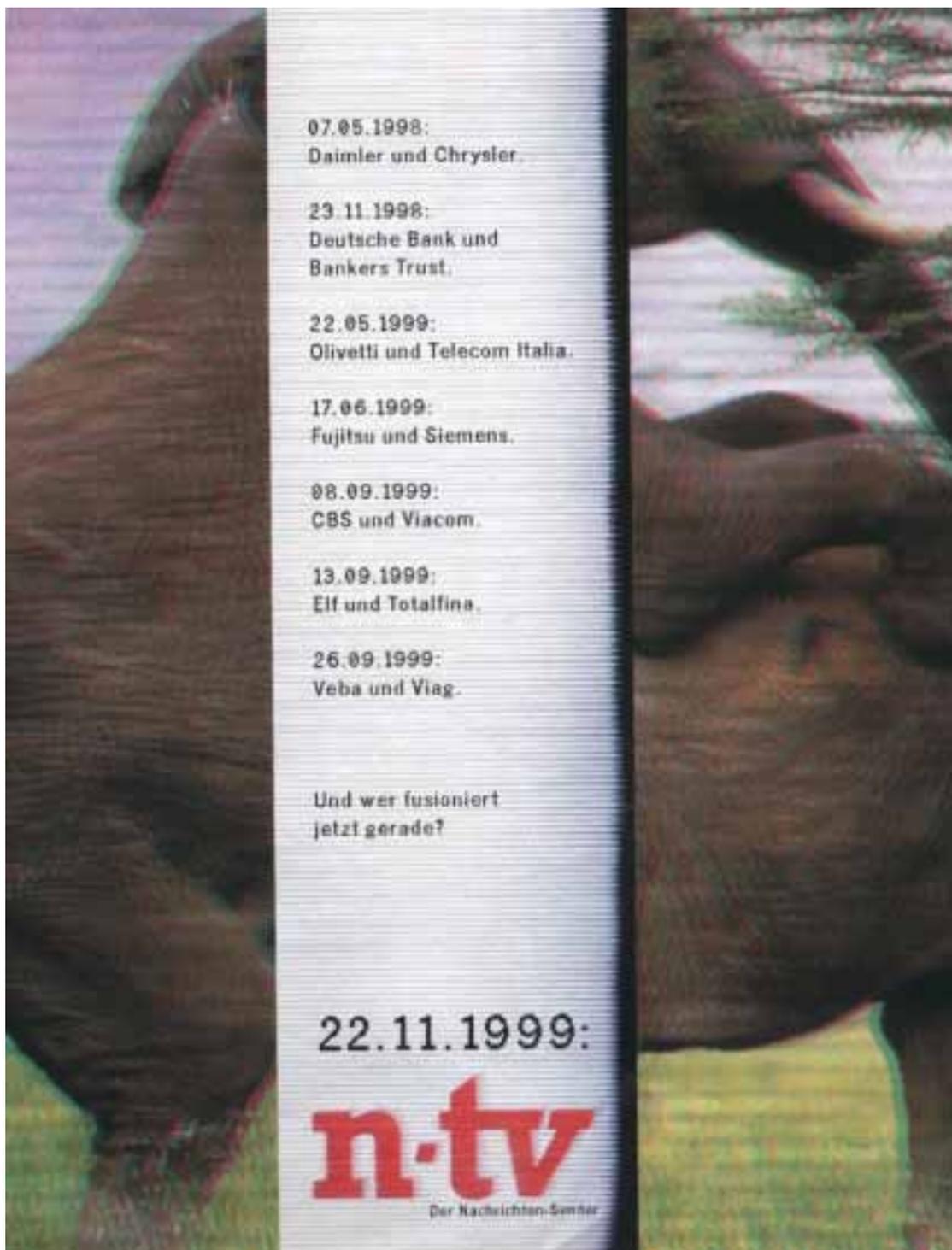
Die Firma Mailer benützt den Elefanten mit dem Wortspiel `fant tastisch' als Symbol für ungewöhnliche *Leistung*.

The image shows the cover of the magazine 'MAILER' (IHR COMPUTERMEGAZIN 5/95). The central theme is an elephant, with the headline 'FANT TASTISCH' (a pun on 'fantastisch' and 'tastisch'). The cover features several advertisements:

- NETZWERK Fiber line**: Personal NetWare Starter Kit (für kleine Starter-Set für alle Netzwerksteiger)
- DA BEISST DIE MAUS KEIN FADEN AB!**: M1 Windows Maus (DM 8,90)
- GRAFFITI-PACK**: DM 555,- (includes a Galaxy 40 Monitor & ET-4000 W 32p PCI Grafik Karte)
- ELEFANTENHOCHZEIT**: GALAXY TOURING (jetzt auch mit pentium)

2.48. n-tv (1999)

Der Nachrichten-Sender n-tv benutzt in einer Anzeige zwei (kopulierende) Elefanten als Zeichen für eine „Fusion“ von zwei Größen.



2.49. Österreichische Klassenlotterie (1995)

Die Österreichische Klassenlotterie setzt den Elefanten mit geknotetem Rüssel in ihrem Logo ein. Sie will vermutlich zwei Dinge damit symbolisch ausdrücken: Die Größe des Elefanten für die Größe der Gewinne, der geknotete Rüssel als Hinweis darauf, es nicht zu vergessen.

Servus bei der ÖKL



- da haben Sie die besten Chancen der Welt.

2.50. Paribas (1998)

Paribas, eine der größten Banken der Welt, nimmt den Elefanten einerseits als Symbol für Größe, andererseits (durch das Wortspiel) auch als für Schlaueheit.

**GET YOUR MIND
WORKING WITH
PARIBAS**

Zwei Elefanten sitzen auf einem Baumstamm.
Der kleine Elefant ist der Sohn des großen.
Aber der große Elefant ist nicht sein Vater.
Wie ist das möglich?



Fig. 1
"Wie ist mein Mann,
wenn Du's nicht bist?"



Fig. 2
"Ja, aber...
wer bist ich denn?"



■

PARIBAS
FINE KOMPLEXITÄZ
IM GLOBALEN
CORPORATE
BANKING

Aktiva
US-\$ 290 Milliarden

Eigenmittel
US-\$ 17 Milliarden

70% der Erträge
außerhalb Frankreichs
wirtschaftlich

■

GRÖSSE KANN TÄUSCHEN

Die oben gestellte Frage zeigt, wie sehr gewisse Formulierungen und Verurteile aus zu intellektuellen Schlüssen führen können. Speziell das Corporate Banking ist oft Opfer falscher Vorstellungen.

Nur wenigen ist zum Beispiel bekannt, daß Paribas mit Aktiva von über 290 Milliarden US-Dollar eine der drei größten Banken in der internationalen Rohstoff- und Handelsfinanzierung ist und in Europa den zweiten Platz in der Finanzierung des Metallsektors einnimmt.

Über zwei Drittel unserer Geschäftsaktivitäten konzentrieren sich auf strukturierte Finanzierungen und betreffen Wirtschaftssektoren wie internationale Großprojekte und Export, Luft- und Raumfahrt sowie Gesundheitswesen.

Doch lassen sich viele, die mit dem Bankwesen nicht allzu vertraut sind, leicht von bekannteren Namen beeindrucken. Oft zu Unrecht.

Wenn wir wieder bei unserem Baumstamm mit den beiden Elefanten angelangt wären. Die Moral von der Geschichte: "Hüte Dich vor falschen Annahmen".

Wir gehen nämlich davon aus, daß der große Elefant nämlich sein muß. Ist er aber gar nicht. Ganz einfach: Der große Elefant ist die Mutter des Meinen. <http://www.paribas.com>



PARIBAS Thinking beyond banking

2.51. Post

Ein neuer Postservice wird mit der Bequemlichkeit eines Rittes auf einem Elefanten angeboten.



2.52. Renault (1996)

RENAULT nimmt den Elefanten, um Größe und Luxus (Leder) darzustellen.

Von wegen nach Leder riechen nur die Großen. Clio Baccara.

*Jeder wird überrascht in der schwarzen Lederwelt einer Dies oder einer Motoren abstrachen hoch
komplexen auto. Ein so raffiniertes, daß man das gleiche bei progressiven Autos sagen kann. Ein Clio Baccara
Leder kann. An seiner Material-Verarbeitung erkennt man sofort das Gefühl, daß kein gewöhnliches Auto
das ist. Es ist ein Auto, das die besten Materialien und Materialien zu den
Renault Clio Baccara*

*Diebstahl- und Einbruchschutz-Geräte und Drehmoment der Räder, auch
ein kleines Perforations- und selbst im Fall der Fälle ist er auf seinen Einsatz
und seine drehbaren Achsen haben verstanden. Fortschritt auch im Einbaubereich
sowie die besten Möglichkeiten der Welt in der Welt zu sein.*

RENAULT
MADE IN FRANCE

2.53. Sächsische Zeitung (1999)

In der Anzeige der Sächsischen Zeitung („Das ist Sachsen“) tritt zwar sehr prominent und sympathisch ein Elefant auf, der Bezug zum umworbenen Produkt ist allerdings nicht erkennbar.



2.54. Sanyo (1992)

Intelligent, leistungsstark und zuverlässig wie die eigenen Produkte wird der Elefant in der Anzeige der Firma SANYO beschrieben.



Elefanten ins Büro!

Sanyo Büro-Electronic mit 3-Jahres-Garantie.

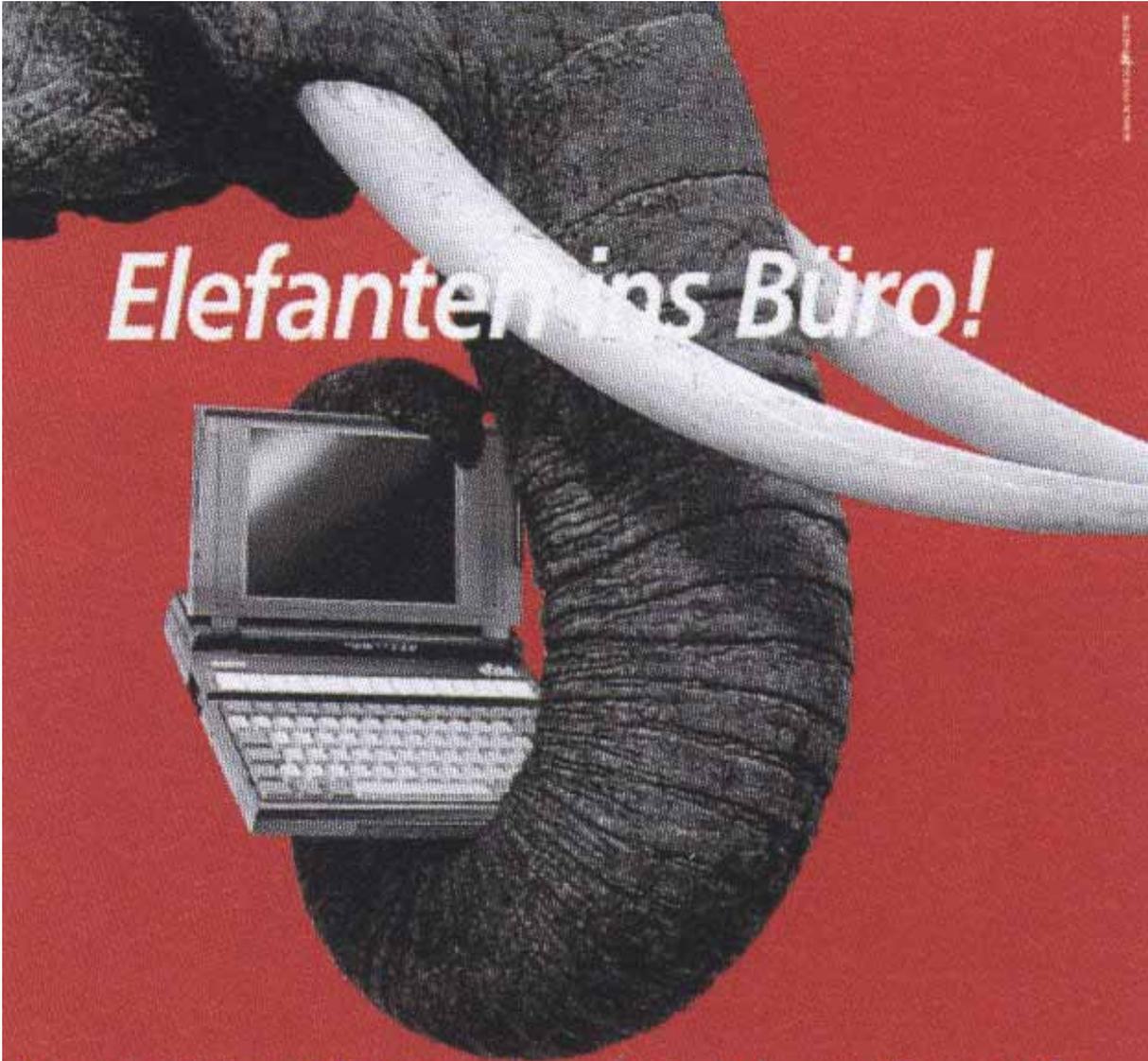
3 Jahre SANYO Garantie
AUCH VON SANYO
Garantiebeschleuniger

Elefanten ins Büro - mit dem Sanyo Kopierprogramm! So intelligent, leistungsstark und zuverlässig wie alles von Sanyo Büro-Electronic. Und deshalb auch mit der einzigartigen 3-Jahres-Garantie. Wie alle Geräte von Sanyo Büro-Electronic: Personal Computer, Kopierer, Telefax, Diktiergeräte, Kassensysteme, Telefonanrufbeantworter und Tischrechner. Sanyo. Die intelligente Lösung.



SANYO
Die intelligente Lösung

SANYO Büro-Electronic - Europa-Vertrieb GmbH - Indusring Str. 12 - 8000 München 80 - Tel: (0 89) 416 04-0 - Fax: (0 89) 416 04-127

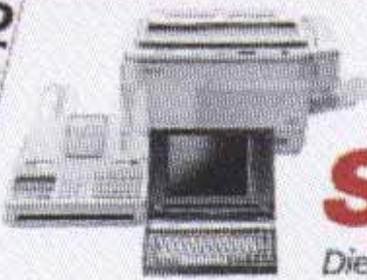


Elefanten ins Büro!

Sanyo Büro-Electronic mit 3-Jahres-Garantie.

**3 Jahre
SANYO
Garantie**
nach den SANYO
Garantiebestimmungen

Elefanten ins Büro - mit dem Sanyo
Computerprogramm! So intelligent,
leistungsstark und zuverlässig wie
alles von Sanyo Büro-Electronic. Und
deshalb auch mit der einzigartigen 3-Jahres-Garantie.
Wie alle Geräte von Sanyo Büro-Electronic: Personal
Computer, Kopierer, Telefaxe, Diktiergeräte, Kopier-
systeme, Telefonantwortschreiber und Tischrechner.
Sanyo. Die intelligente Lösung.



SANYO
Die intelligente Lösung

SANYO Büro-Electronic - Europa-Vertrieb GmbH - Truderinger Str. 12 - 80333 München 80 - Tel. (089) 47604-0 - Fax (089) 47604-227

Elefanten ins Büro!



Sanyo Büro-Electronic mit 3-Jahres-Garantie.

Elefanten ins Büro - mit dem Sanyo Telefaxprogramm! So intelligent, leistungsstark und zuverlässig wie alles von Sanyo Büro-Electronic. Und deshalb auch mit der einzigartigen 3-Jahres-Garantie. Wie alle Geräte von Sanyo Büro-Electronic: Personal Computer, Kopierer, Telefaxe, Diktiergeräte, Kassensysteme, Telefonanrufbeantworter und Tischrechner. Sanyo. Die intelligente Lösung.

**3 Jahre
SANYO
Garantie**
NUR BEI SANYO
Garantiebestimmungen



SANYO
Die intelligente Lösung



Elefanten ins Restaurant!

Sanyo Büro-Electronic mit 3-Jahres-Garantie.

**3 Jahre
SANYO
Garantie**
NACH DER SANYO
QUALITÄTSGARANTIE

Elefanten ins Restaurant - mit dem Sanyo Kassen-System! So intelligent, leistungstark und zuverlässig wie alles von Sanyo Büro-Electronic. Deshalb auch mit der einzigartigen 3-Jahres-Garantie. Wie alle Geräte von Sanyo Büro-Electronic: Personal Computer, Kopierer, Telefax, Diktiergeräte, Kassen-Systeme, Telefonansruflbeantworter und Tischrechner. Sanyo. Die intelligente Lösung.



SANYO
Die intelligente Lösung

SANYO Büro-Electronic · Europa-Vertrieb GmbH · Truderinger Str. 13 · 8000 München 80 · Tel. (089) 41604-0 · Fax (089) 41604-127

2.55. Schmitz Cargobull (1998)

Schmitz Cargobull nimmt den Elefanten als Zeichen für Größe (Marktführerschaft) und überdurchschnittliche Wachstumsraten. In der Headline wird der bekannte Spruch aus einer Maus einen Elefanten machen verwendet.



Wir machen aus Ihren Mäusen Elefanten

Eine der interessantesten Neuzulassungen des Jahres steht bevor. Der Marktführer bei Sattelauffliegern für den Gütertransport rollt im März 1999 an die Börse. Die Zahlen sprechen für sich: Im Verhältnis zum Wettbewerb erzielen wir überdurchschnittliche Wachstumsraten bei Umsatz und Rentabilität. Seit 1995 konnten wir unseren Umsatz mehr als verdoppeln. Mit einem Marktanteil bei isolierten Sattelkoffern von

über 40% in Deutschland und 24% in Europa haben wir uns zum Markt- und Technologieführer entwickelt. Im Geschäftsjahr 1997/98 erzielen wir einen Konzernumsatz von 944,3 Mio. DM mit einem Jahresüberschuß vor Steuern von 53,6 Mio. DM. Im laufenden Geschäftsjahr wurde dieses Ergebnis bereits nach 9 Monaten erreicht. Beste Aussichten für unseren Gang an die Börse!

Dank unserer Expansion in Europa, unseres Innovationspotentials und unseres wachsenden Angebot an Dienstleistungen rund um den Transport bietet Ihnen unsere Aktie gute Chancen für eine langfristig ertragsreiche Anlage.

Schmitz Cargobull verändert den Transportmarkt. Profitieren Sie von unserer Marktführerschaft und unserem Wachstum.

SCHMITZ Cargobull 

Wir rollen an die Börse

Fax-Abruf: 01805/339998
Internet: www.cargobull.de
E-Mail: site@cargobull.de

CARGOBULL, BÜHN

2.56. Schott (1997)

SCHOTT nimmt das Sozialverhalten der Elefanten als Zeichen für ihr kundenorientiertes Verhalten. Die Firma Schott benützt die *Kontaktfreude* der Elefanten als Symbol für die Kundenorientierung ihres Unternehmens.



Zwei Elefanten bei der ersten Begegnung: Das Umschlingen der Rüssel dient als Begrüßung und bietet die Möglichkeit, den Artgenossen besser kennenzulernen.

Nichts ist natürlicher, als soziale Kontakte zu pflegen – besonders für Elefanten. Sie haben ein ganzes Spektrum an Verhaltensformen entwickelt, die für Zusammenhalt in der Gruppe und für gegenseitigen Respekt sorgen.

Gute Beziehungen brauchen viel Pflege. Wir nennen das "Total Customer Care".

Aus dieser Erkenntnis heraus haben wir für uns eine neue Herausforderung formuliert. Wir nennen sie "Total Customer Care". Denn ein Unternehmen, das im internationalen Wettbewerb erfolgreich bleiben will, kann mit hervorragenden Produkten allein heute keinem Kunden mehr gerecht werden. Mit anderen Worten: Die Anforderungen unserer Kunden werden künftig bei allem, was wir tun, noch stärker im Vordergrund stehen. Eine Aufgabe, die von uns Flexibilität, interdisziplinäres Denken und die Bereitschaft verlangt, immer wieder auf den Kunden zuzugehen. Wenn Sie mehr über unser Unternehmen wissen möchten, schreiben Sie uns: Schott Glaswerke, Frau Wispich, Postfach 24 80, 55044 Mainz. Wir haben nicht nur den Ehrgeiz, Europas Nr. 1 bei Spezialglas zu bleiben, sondern auch bei der Kundenorientierung vorne zu liegen. Wir suchen nach Wegen, die unsere Kunden weiterbringen.



2.57. Siemens (1988)

Siemens bemüht das Elefantenbaby („Kindchenschema“), das dem „Elefantenpapa“ folgt als Bild den „Anschluss“ und „Wachstum“.

SIEMENS

Problemloser Anschluß
hat manche Karriere begründet.

Das Bild zeigt eine Gruppe von Elefanten, bestehend aus einem großen Elefantenpapa, der von drei kleineren Elefantenbabys gefolgt wird. Die Elefanten sind in einer natürlichen Umgebung dargestellt. Rechts neben den Elefanten ist ein Siemens PC-Konsole abgebildet, die als Produktfoto dargestellt ist.

Die Siemens PC-Konsole ist ein Desktop-Computer-System, das in den 1980er Jahren populär war. Es besteht aus einer CPU-Einheit, einer Tastatur und einer Maus. Die Konsole ist in einem dunklen Gehäuse untergebracht und hat eine typische Designästhetik der damaligen Zeit.

Das Bild ist eine Schwarz-Weiß-Abbildung, die die Verbindung zwischen der Natur (Elefanten) und der Technologie (Siemens PC) darstellt. Die Elefanten sind in einer natürlichen Umgebung dargestellt, während die Siemens PC-Konsole ein Produktfoto ist.

1997 stellt Siemens einen Elefanten als „Sicherheitsgarant“ in den Weg, um die Zutrittskontrolle im Computernetz zu symbolisieren.

SIEMENS

SIPORT NT
Moderne Zutrittskontrolle
für fortschrittliche
Unternehmen



SIPORT kontrolliert den Zutritt

**SIPORT Zutrittskontrolle
Integrierte Netzwerklösung**

In vielen Unternehmen, egal ob groß oder klein, sollte nicht jeder Mitarbeiter zu beliebigen Tages- und Nachtzeiten unkontrolliert Zutritt zu allen Geschäftsräumen haben. Deshalb verbindet SIPORT NT Zutrittsicherung, Zutrittskontrolle und Arbeitszeiterfassung in einer modernen Netzwerklösung.

Moderne Technik

SIPORT NT läuft unter Windows NT 4.0, ist uneingeschränkt kompatibel und bietet alle Vorteile leichter Bedienbarkeit. Zugänge sind mit Scheckkartenlesern und zeitgesteuerten Schließanlagen gesichert. Zutrittsberechtigungen werden für definierte Zeiträume und für unterschiedliche Unternehmensbereiche auf personalisierten ID-Karten gespeichert.

Und wenn Ihnen selbst das nicht sicher genug erscheint, so können wir den Zutritt auch über elektronische Auswertungen von Fingerabdrücken steuern.

Siemens fertigt, installiert und wartet seit über 140 Jahren äußerst zuverlässige Sicherheits- und Gefahrenmeldeanlagen zum Schutz von Leben und Sachwerten.

SIGMASYS
Mit Sicherheit ein Risiko weniger. ✓

2.58. SAA South African Airways (1994)

Für die SAA South African Airways gilt der Elefant als Symbol für Südafrika.



2x pro Woche
nonstop
ab München*

Südafrika

Kapstadt

Eine Woche ab
DM 2.153
inklusive
5 Übernachtungen
im 4-Sterne-Hotel

In jedem guten
Reisebüro

*ab 1. Juli 1993

SAA 

SOUTH AFRICAN AIRWAYS

1997: Die SOUTH AFRICAN AIRWAYS sehen den Elefanten als Hinweis für ihr Land und ihr Flugzeug (Jumbo).



SÜD- AFRIKA: JUMBO- PREISWERT

Ab **DM 64** pro Tag für den
Mietwagen mit dem **SAA Fly & Drive
Special**. In jedem guten Reisebüro oder
per Fax: 069 / 97204822.



2.59. Secadur (1994)

Die dicke Haut des Elefanten dient den Beruhigungsdragees Sedacur forte als Symbol für *Ruhe*.

The advertisement features a large elephant and a smaller calf on the left side. Above them is the headline "Nicht jeder wird mit dicker Haut geboren" in blue text. To the right, the product name "Sedacur[®] forte" is prominently displayed in a large, bold, black font, with "Beruhigungsdragees" underneath it. A blue box with the product name and "NEU" (New) is shown at an angle. Below the product name, it says "Baldrian - Hopfen - Melisse". A bullet point states "rezeptfrei in Ihrer Apotheke". At the bottom, there is a dashed line with a scissors icon, indicating a coupon area. The coupon text reads "Vorlagen Sie in Ihrer Apotheke nach Sedacur[®] forte Beruhigungsdragees". The manufacturer's name "Schäper & Bräuner GmbH & Co. KG" and address "34293 Selgitter" are at the bottom center. The text "Bei Unruhezuständen und nervlich bedingten Einschlafstörungen." is also present. The name "Klaus Vonnahme" is written vertically on the left side of the elephant image.

Nicht jeder wird mit dicker Haut geboren

Baldrian - Hopfen - Melisse **NEU**

Sedacur[®] forte
Beruhigungsdragees

• rezeptfrei in Ihrer Apotheke

Bei Unruhezuständen und nervlich bedingten Einschlafstörungen.
Schäper & Bräuner GmbH & Co. KG
34293 Selgitter

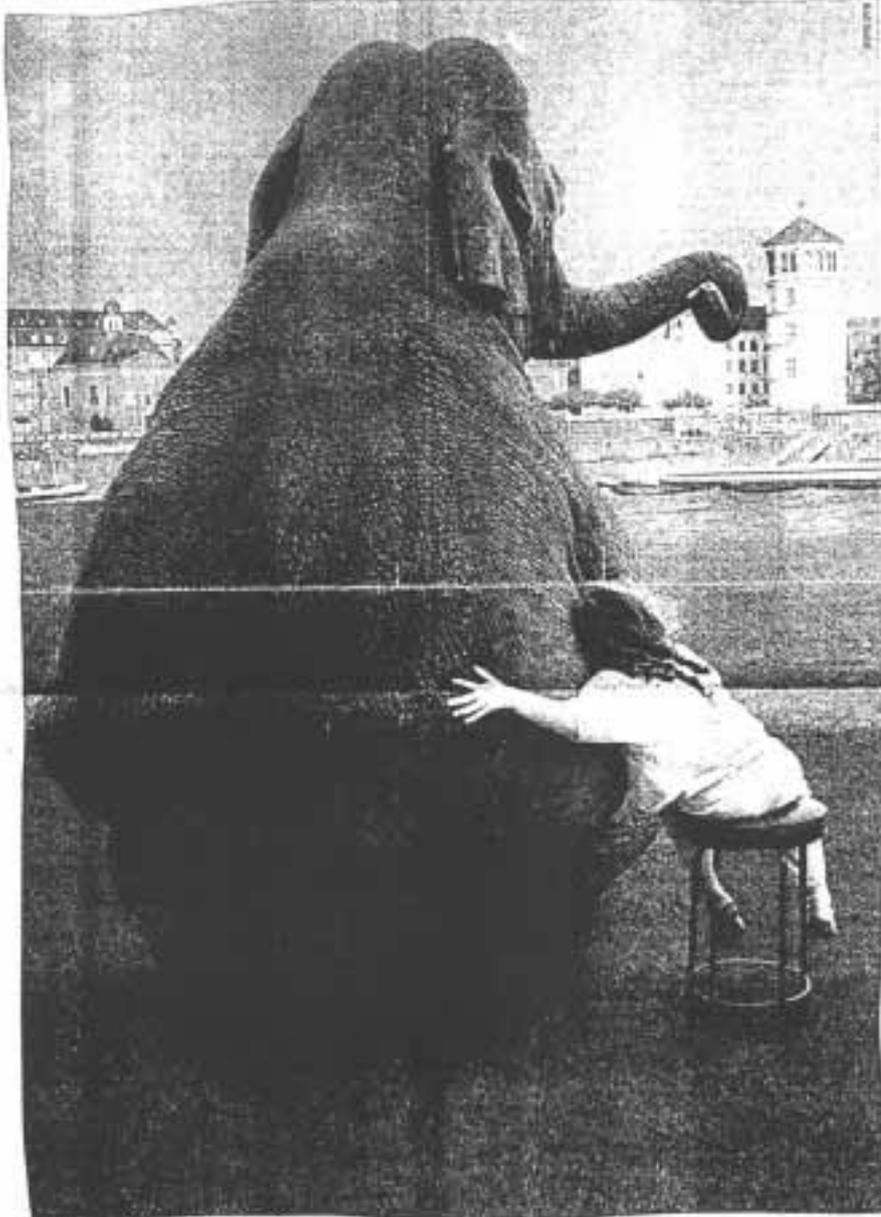
Vorlagen Sie in Ihrer Apotheke nach
Sedacur[®] forte
Beruhigungsdragees

Klaus Vonnahme

2.60. Stadt-Sparkasse Düsseldorf (1992)

Die STADT-SPARKASSE DÜSSELDORF versinnbildlicht mit dem Elefanten und einem Kind die Freundschaft = Zusammenarbeit.

IN DÜSSELDORF GIBT  DICKE FREUNDSCHAFTEN.



Wir bei vielen die Freundschaft aufhört, trägt sie für die Stadt-Sparkasse Düsseldorf und ihre Kunden erst richtig an: beim lieben Geld. Nicht selten ist daraus eine so dicke Freundschaft geworden, daß sie ohne zu wanken Generationen überdauert hat. Schön, wenn man einen Partner hat, an den man sich auch mal vertrauensvoll anlehnen kann.  **STADT-SPARKASSE DÜSSELDORF**
 bleibt ja in der Familie.

2.61. Stuttgarter Versicherung (1985)

Bereits der Slogan bringt zum Ausdruck, für was der Elefant steht: Als Symbol für Leistungsstärke. Durch die Gestaltung wird aber deutlich, dass der potentielle Versicherungsnehmer diese Stärke in sich aufnehmen/übertragen kann.

1985:

**Die Stuttgarter:
In der Leistung ganz stark**

Eine Lebensversicherung soll Ihnen später den gewohnten Lebensstandard erhalten und Ihrer Familie sofort finanzielle Sicherheit geben.
 Aber muß sie gleich so viel kosten? Nein. Denn die Stuttgarter hat eine neue Versicherungsklasse, die es Ihnen von Anfang an leichter macht. Das Stuttgarter Modell.
 Mit einer hohen Absicherung bei niedrigen Beiträgen, die erst nach und nach langsam steigen. Wie das Einkommen.

Keine die Menge Alternative zur bestmöglichen Lebensversicherung. Mit einer Leistungsstärke, die Ihnen direkt spürbar kommt. Auch wenn Sie nicht gleich so große Dinge bewegen wollen.

**Stuttgarter
Versicherung**

Schenken Sie mich ausführlich über die besonderen Leistungen der Stuttgarter Versicherung
 Name _____
 Straße _____
 Ort _____
 Tel. _____
 An die Stuttgarter Lebensversicherung AG
 Algenstr. 40, 7000 Stuttgart 1 SP 1306

1986:

Die Stuttgarter: In der Leistung stark



Alles Anfang ist leichter mit dem »Stuttgarter Modell«. Der besonderen Lebensversicherung von der Stuttgarter. Mit sehr niedrigen Anfangsbeträgen, die erst nach und nach langsam steigen, wie das Einkommen. Und das bei optimaler Absicherung für Sie und Ihre Familie. Leistungsstark, von Anfang an.

Detailliert prüfen Sie unsere Leistungsstärke. Sprechen Sie mit der Stuttgarter, der klugen Alternative in der Lebensversicherung.

Stuttgarter Versicherung

Informieren Sie sich ausführlich über die besonderen Leistungen der Stuttgarter Versicherung.

Name: _____

Strasse: _____

PLZ: _____

St. _____

An die Stuttgarter Lebensversicherung A.G.
Hauptstadt 49, 7030 Stuttgart 1

1987/88/89:

Stark mit der Stuttgarter



Mit kleinen Mitteln Großes bewegen. Dabei hält das -Stuttgarter Modell- die besondere Lebensversicherung von der Stuttgarter. Sie bietet optimale Absicherung für Sie und Ihre Familie zu äußerst geringem Anfangsbetrag.

Prüfen Sie die Leistungsfähigkeit der Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

Stuttgarter Versicherung

Informieren Sie sich ausführlich über die starken Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name _____

Wohnort _____

Ort _____

Titel _____

An die Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
Ulmerstraße 20, 7000 Stuttgart 1

St 1

1990:

**Stark mit der
Stuttgarter**

Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel die Absicherung der Familie
zum äußerst günstigen Anfangsbetrag.
Dabei hilft das »Stuttgarter Modell«,
das besondere Lebensversicherung von
der Stuttgarter
Prüfen Sie die Leistungsstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

*(Tiltet Form: Ich möchte wissen, wie ich meine
Lebensversicherung bei Stuttgarter Versicherung
Name: _____
Vorname: _____
Geburtsdatum: _____
Geburtsort: _____
Für die Stuttgarter Lebensversicherung AG
Postfach 101, 7030 Stuttgart 1)*

1991:

**Stark mit der
Stuttgarter**

Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel die Absicherung der Familie
zum äußerst günstigen Anfangsbetrag.
Dabei hilft das «Stuttgarter Modell»,
die besondere Lebensversicherung mit
der Stuttgarter.
Prüfen Sie die Leistungsstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Wohin Sie sich wenden, ist die Karte
auf der Stuttgarter Lebensversicherung

Name: _____
Vorname: _____
Str. _____
PLZ _____
St. _____
für die Stuttgarter Lebensversicherung v.B.
Postfach 1014 St. 70101 Stuttgart 30

**Stark mit der
Stuttgarter**

Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel die Absicherung der Familie
zum äußerst günstigen Anfangsbetrag.
Dabei hilft das »Stuttgarter Modell«,
die besondere Lebensversicherung von
der Stuttgarter.
Prüfen Sie die Leistungsstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Informationen über die Stuttgarter Lebensversicherung AG

Informationen über die Stuttgarter Lebensversicherung AG
Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

Informationen über die Stuttgarter Lebensversicherung AG
Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

**Stark mit der
Stuttgarter**

Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel bei der Finanzierung
der eigenen vier Wände.
Dabei hilft das «Stuttgarter Modell»,
die besondere Lebensversicherung von
der Stuttgarter.
Prüfen Sie die Leistungsstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

Informieren Sie mich ausführlich über die besten
Leistungen der Stuttgarter-Versicherung.

Name: _____
Straße: _____
Ort: _____
Tel.: _____

An: Die Stuttgarter Lebensversicherung AG,
Postfach 1044 01, 7000 Stuttgart 10

**Stuttgarter
Versicherung**

1992/93:

Stark mit der Stuttgarter

Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel die Absicherung der Familie
zum äußerst günstigen Anfangsbetrag.
Dabei hilft das »Stuttgarter Modell«,
die besondere Lebensversicherung von
der Stuttgarter.
Prüfen Sie die Leistungsstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Informieren Sie sich ausführlich über die weiteren
Leistungen der Stuttgarter Versicherung.
Name _____
Straße _____
Ort _____
Tel. _____
An die Stuttgarter Lebensversicherung a. S.
Postfach 101, 7000 Stuttgart 2.

Stark mit der Stuttgarter

Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel die Absicherung der Familie
zum »best günstigen« Anfangsbeitrag.
Dabei hilft das »Stuttgarter Modell«,
die besondere Lebensversicherung von
der Stuttgarter.
Prüfen Sie die Leistungstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

Stuttgarter
Versicherung

Stuttgarter Versicherung
Königsplatz 125, 70372 Stuttgart



**Stark mit der
Stuttgarter**

Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel die Absicherung der Familie
zum äußerst günstigen Anfangsbeitrag.
Dabei hilft das »Stuttgarter Modell«,
die besondere Lebensversicherung von
der Stuttgarter.

Prüfen Sie die Leistungstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Stuttgarter Lebensversicherung a.G. · Rosenstraße 121, 7030 Stuttgart 18

**Stark mit der
Stuttgarter**

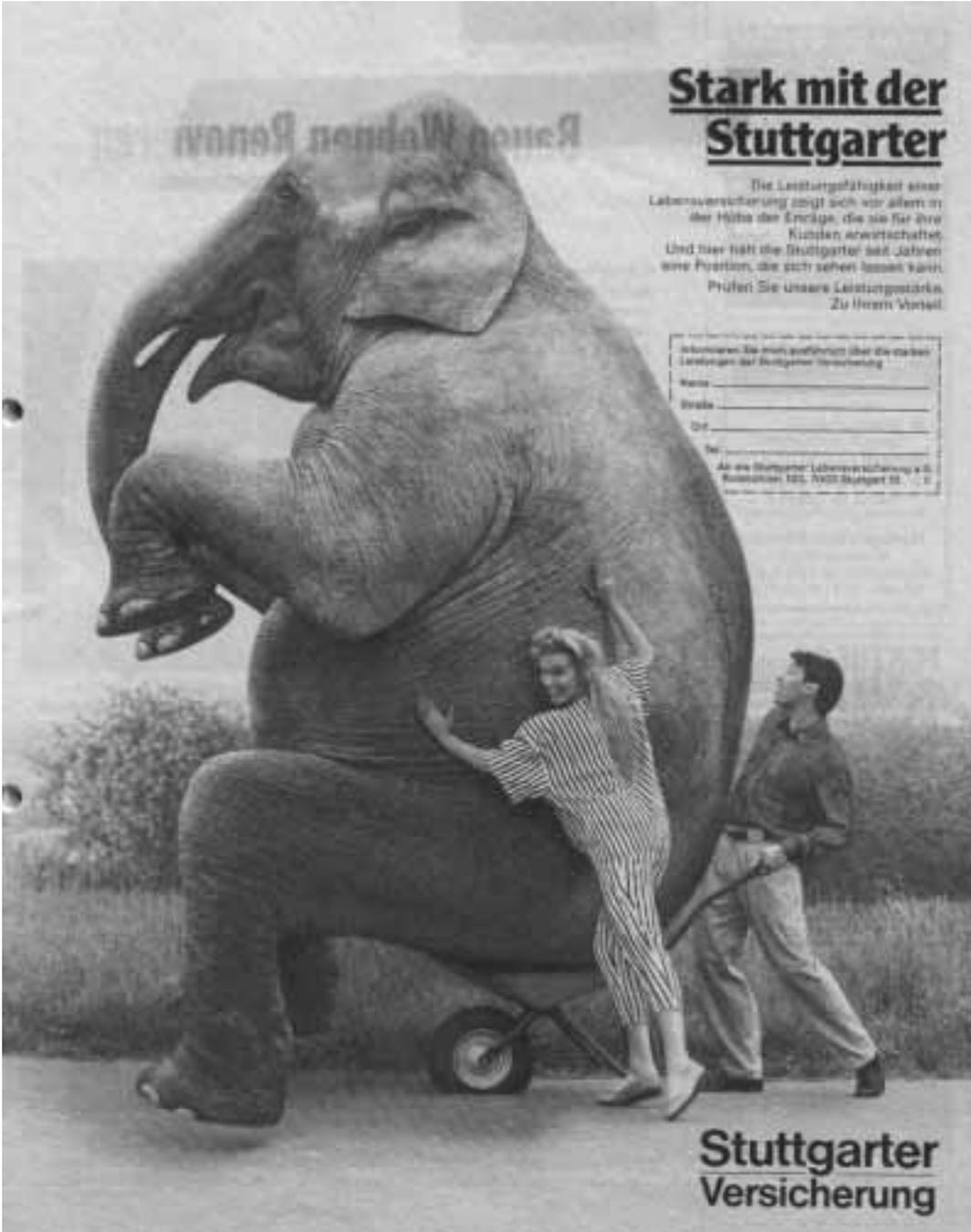


Mit kleinen Mitteln Großes bewegen.
Zum Beispiel die Absicherung der Familie
zum äußerst günstigen Anfangsbeitrag.
Dabei hilft das »Stuttgarter Modell«,
die besondere Lebensversicherung von
der Stuttgarter.

Prüfen Sie die Leistungstärke der
Stuttgarter. Zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Stuttgarter Lebensversicherung a.G. · Rosenstraße 121, 7030 Stuttgart 18



**Stark mit der
Stuttgarter**

Die Leistungsfähigkeit einer
Lebensversicherung zeigt sich vor allem in
der Höhe der Erträge, die sie für ihre
Kunden erwirtschaftet.
Und hier hält die Stuttgarter seit Jahren
eine Position, die sich sehen lassen kann.
Prüfen Sie unsere Leistungstärken.
Zu Ihrem Vorteil.

Wenden Sie sich an Ihren Makler oder
direkt an die Stuttgarter Lebensversicherung.

Name _____
Straße _____
Ort _____
Tel. _____

An die Stuttgarter Lebensversicherung a. S.
Königsplatz 100, 7000 Stuttgart 30.

**Stuttgarter
Versicherung**

1994/95:

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Informieren Sie mich ausführlich über die besten Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name _____

Adresse _____

Ort _____

PLZ _____

Für die Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
Postfach 103028, 70304 Stuttgart

Ca

Stark mit der Stuttgarter

A woman in a patterned shirt and light-colored pants stands on a dirt road, lifting a large elephant by its trunk and legs. The elephant is suspended in the air, upside down. The background is a cloudy sky.

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung... Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Informieren Sie mich ausführlich über die besten Leistungen der Stuttgarter Krankenversicherung

Name _____

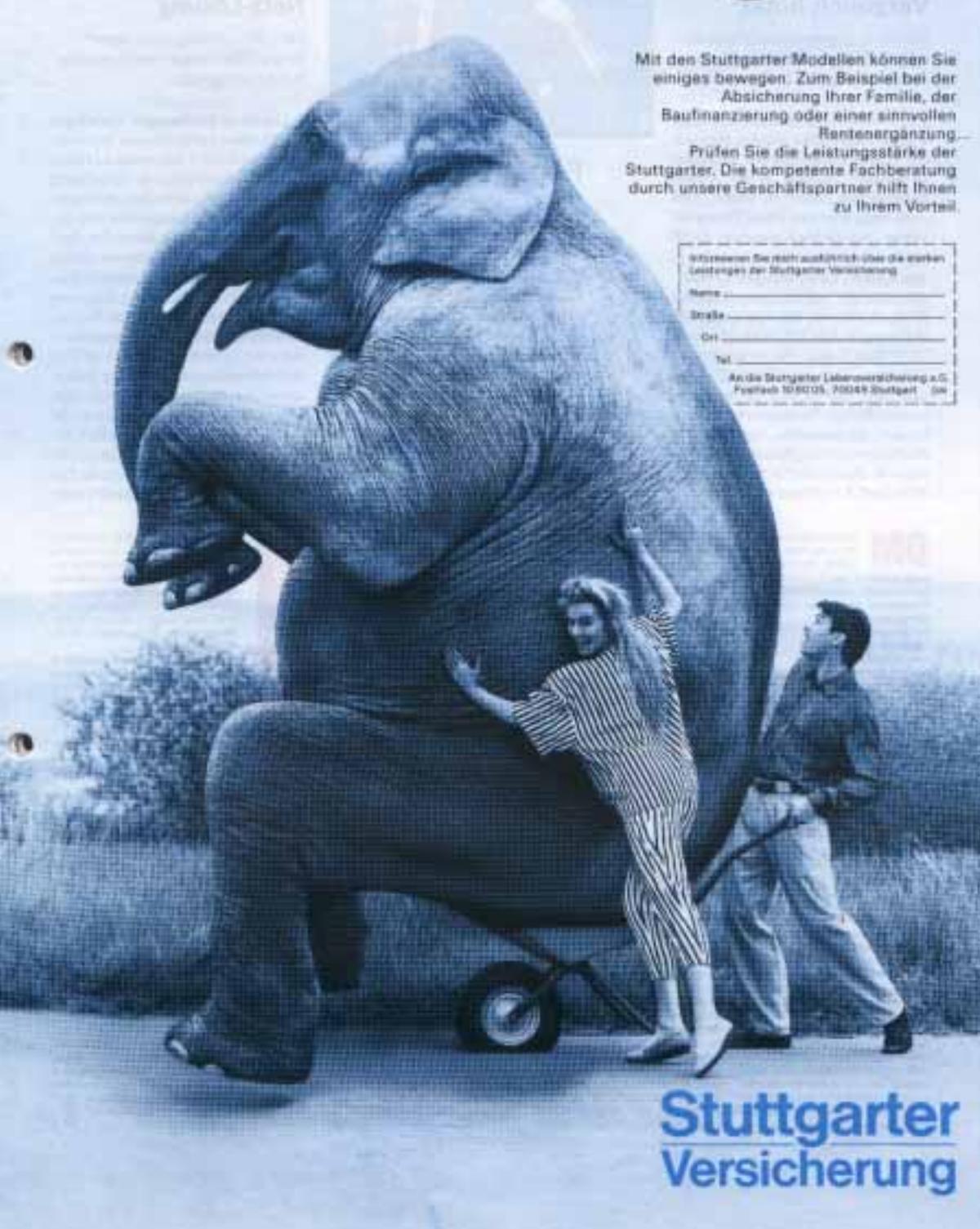
Strasse _____

Ort _____

St. _____

An die Stuttgarter Lebensversicherung A.G.
Postfach 10 80 06, 70549 Stuttgart

Stark mit der Stuttgarter



Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Renteergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

Informieren Sie mich ausführlich über die besten Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name: _____

Strasse: _____

Ort: _____

Telefon: _____

An die Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
Postfach 10 60 05, 70349 Stuttgart SW

Stuttgarter
Versicherung

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

Informieren Sie mich ausführlich über die starken Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name: _____
Straße: _____
Ort: _____
Tel: _____

An die Stuttgarter Lebensversicherung & Co.
Postfach 10 60 05, 70302 Stuttgart

Stuttgarter
Versicherung

1996/97:



Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Abstimmen Sie sich selbstständig über die besten Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name _____
Ort/Bezirk _____
Ort _____
Tel. _____
An die Stuttgarter Lebensversicherung AG
Postfach 10 80 00, 70304 Stuttgart



Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Wann immer Sie sich wünschen über Sie stehen Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name _____
Geburtsdatum _____
PLZ _____
Straße _____
für die Stuttgarter Lebensversicherung AG
Postfach 10 80 06, 70304 Stuttgart CA

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

Stuttgarter
Versicherung

Schneiden Sie nach Maßstab über die rechte Leiste der Stuttgarter Versicherung

Name _____
Straße _____
Ort _____
Tel. _____
An die Stuttgarter Lebensversicherungs AG, 60
Postfach 10 90 06, 70503 Stuttgart

Stark mit der Stuttgarter

Abgemerkt: Sie sind natürlich über die besten Leistungen der Stuttgarter Versicherung.

Name: _____
Straße: _____
Cod: _____
Tel: _____
An die Stuttgarter Lebensversicherung AG, Postfach 13 80 08, 70303 Stuttgart

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

Stuttgarter
Versicherung

1997:

Stark mit der Stuttgarter

Informieren Sie mich verbindlich über die starken Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name _____
Straße _____
Ort _____
Tel. _____

An die Stuttgarter Lebensversicherung AG
Postfach 10 50 08, 70549 Stuttgart

CA

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

Stuttgarter Versicherung

**Stark mit
der Stuttgarter**

Werden Sie noch zufriedener über die starken Leistungen der Stuttgarter Versicherung

Name: _____
Straße: _____
Ort: _____
Tel.: _____
An die Stuttgarter Lebensversicherung AG
Postfach 10 50 09, 70349 Stuttgart

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung... Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

1998:

A man in a dark shirt and light trousers stands on a dirt path, lifting a large elephant by its trunk and legs. The elephant is suspended in the air, upside down. The background is a clear blue sky with a faint grid pattern. The headline 'Stark mit der Stuttgarter' is written in large white letters at the top. To the right, there is a block of text in German. At the bottom right, the 'Stuttgarter Versicherung' logo is displayed. On the left side, there is a vertical column of small text containing contact information.

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Platz: Stuttgarter Lebensversicherung a. S.
Rudolfstr. 111/117/118, 70372 Stuttgart
Fax (Abw.): 07141 988-21515
Internet: <http://www.stuttgarter-versicherung.de>

A woman in a patterned vest and trousers stands in a desert landscape, lifting a large elephant by its trunk and legs. The elephant is suspended in the air, its trunk curled. The background is a vast, open landscape under a clear blue sky. The text 'Stark mit der Stuttgarter' is written in large white letters at the top. Below the woman, there is a block of text in German and the logo for 'Stuttgarter Versicherung'.

Stark mit der Stuttgarter

Stuttgarter Lebensversicherung a. G.
Postfach 10 03 06, 70309 Stuttgart
Fax (Abwehrl.) 07141 3165-33 31
Internet: <http://www.stuttgarter-lebensversicherung.de>

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Kunden-Service-Team
Fax (Aussen): 07141 800 100
Internet: <http://www.stuttgarter-versicherung.de>

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung... Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Recht: Stuttgarter Lebensversicherung a. D., Postfach 70-00 00, 70049 Stuttgart
Fax (Abwurf): 07141 991-1515
Internet: <http://www.stuttgarter-versicherung.de>

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung.

Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

Stuttgarter
Versicherung

Post | Stuttgarter Lebensversicherungs v. G.
Postfach 10 00 05 | 70049 Stuttgart
Fax | 07141 80711 | 07141 8071-1530
Internet: <http://www.stuttgarter-versicherung.de>

1999:



**Stark mit
der Stuttgarter**

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung.

Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Post: Stuttgarter Lebensversicherung a. G.,
Postfach 10 610 05, 70349 Stuttgart,
Baden-Württemberg | <http://www.stuttgarter-versicherung.de>

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung.

Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Head: Stuttgarter Lebensversicherungs AG
Postfach 10 40 016, 70340 Stuttgart
Internet: <http://www.stuttgarter-versicherung.de>



Stark mit der Stuttgarter

Post-Steueramt Lebensversicherung AG
Postfach 10 00 00, 70001 Stuttgart
Internet: <http://www.stuttgarter-versicherung.de>

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hält Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Stark mit der Stuttgarter

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer situativen Rentenergänzung.

Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Post: Stuttgarter Lebensversicherungs AG
Fax (Abruf): 0711 665-15.35
Internet: <https://www.stuttgarter-versicherung.de>

Stark mit der Stuttgarter



Recht: Stuttgarter Lebensversicherung a. G.
Postfach 10 80 00, 70040 Stuttgart
Internet: <http://www.stuttgarter-versicherung.de>

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baufinanzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung.

Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unsere Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

**Stark mit
der Stuttgarter**

Photo: Stuttgarter Lebensversicherung / Purtych - Kubrick - 2003 Stuttgart
Titeltext: http://www.stuttgarter-versicherung.de

5116

Mit dem Stuttgarter Modell können Sie einiges bewegen. Zum Beispiel bei der Absicherung Ihrer Familie, der Baulianzierung oder einer sinnvollen Rentenergänzung. Hätte es das schon zu meiner Zeit gegeben, ich hätte mich dafür entschieden.

Vincent van Gogh

**Stuttgarter
Versicherung**

2000:



**Stark mit
der Stuttgarter**

Mit den Stuttgarter Modellen können Sie einiges bewegen. Auch wenn es um die Absicherung Ihrer Arbeitskraft geht. Die Berufsunfähigkeitsversicherung der Stuttgarter bietet Ihnen konkrete Marktvorteile und eine herausragende Rating-Bewertung.

Prüfen Sie die Leistungsstärke der Stuttgarter. Die kompetente Fachberatung durch unseren Geschäftspartner hilft Ihnen zu Ihrem Vorteil.

**Stuttgarter
Versicherung**

Photo: Christoph Lorenz, www.stuttgarter.de
Rechtschreibprüfung: www.stuttgarter.de
www.stuttgarter.de

2.62. Südafrika (2000)

Der Elefant dient als Zeichen für Ungezähmtheit und Größe neben anderen Wildtieren.



UNGEZÄHMTHEIT BEDEUTET GRÖSSE

Südafrika ist ein Land, in dem die Natur ihre eigenen Regeln hat. Die Tiere sind wild und frei, und das ist es, was sie so einzigartig macht. Wenn Sie nach Südafrika reisen, werden Sie die Schönheit der Natur erleben und die Größe der Tiere bewundern können. Südafrika ist ein Land, in dem die Natur ihre eigenen Regeln hat. Die Tiere sind wild und frei, und das ist es, was sie so einzigartig macht. Wenn Sie nach Südafrika reisen, werden Sie die Schönheit der Natur erleben und die Größe der Tiere bewundern können.

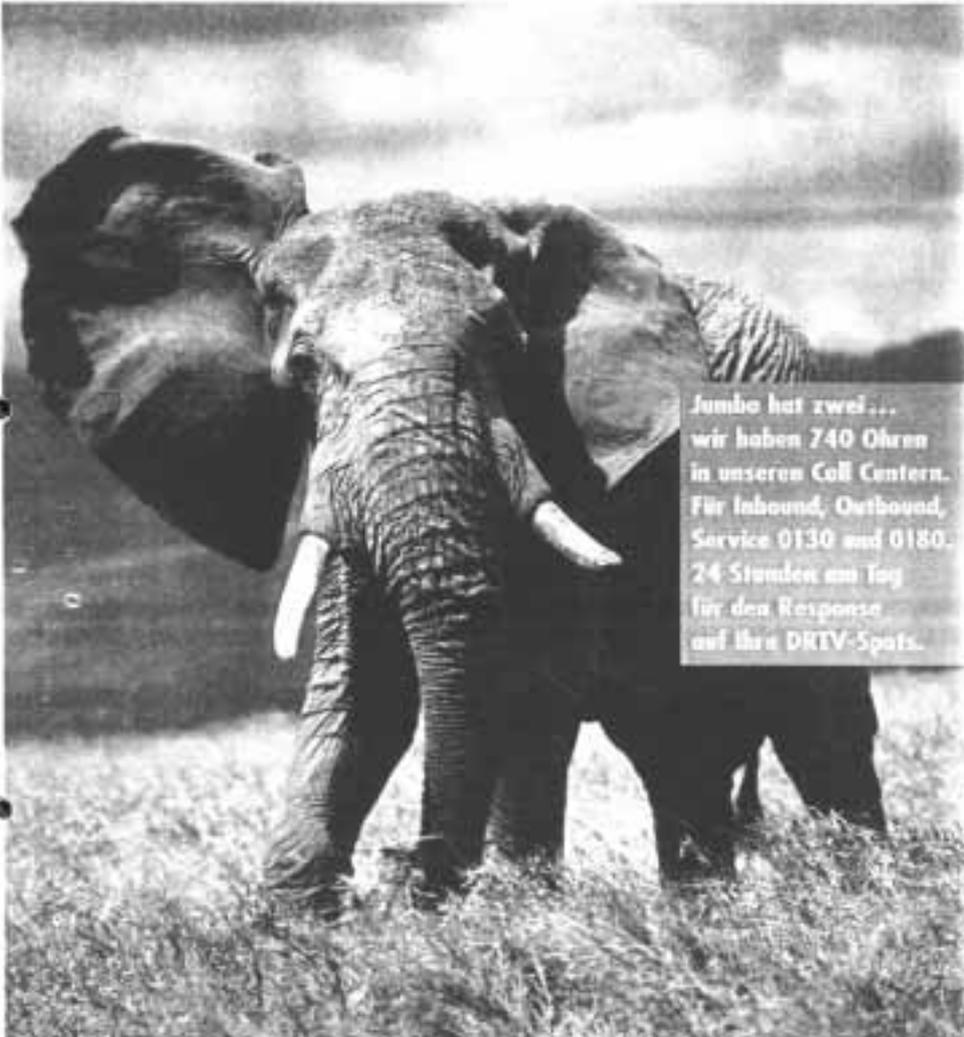
Südafrika ist ein Land, in dem die Natur ihre eigenen Regeln hat. Die Tiere sind wild und frei, und das ist es, was sie so einzigartig macht. Wenn Sie nach Südafrika reisen, werden Sie die Schönheit der Natur erleben und die Größe der Tiere bewundern können. Südafrika ist ein Land, in dem die Natur ihre eigenen Regeln hat. Die Tiere sind wild und frei, und das ist es, was sie so einzigartig macht. Wenn Sie nach Südafrika reisen, werden Sie die Schönheit der Natur erleben und die Größe der Tiere bewundern können.



2.63. Telemarketing & DRTV-Partner (1997)

Die Firma TELEMARKEETING & DRTV-PARTNER sieht sich noch stärker als ein Jumbo, der nur zwei Ohren hat.

BEI UNS BUCHEN SIE OHREN



Jumbo hat zwei...
wir haben 740 Ohren
in unseren Call Centern.
Für Inbound, Outbound,
Service 0130 und 0180.
24 Stunden am Tag
für den Response
auf Ihre DRTV-Spots.

·TV124·

TELEMARKEETING & DRTV-PARTNER

TV124 - Telemarketing GmbH

Heinrich-Büssing-Ring 42 · 38102 Braunschweig · Telefon 0531/222 000 · Telefax 0531/222 010

2.64. Trinkaus & Burkhardt (1998)

Das Bankhaus Trinkaus & Burkhardt nimmt einen großen und einen kleinen Elefanten, um darzulegen, dass es für beide - groß und kleine - zuständig ist.

Es gibt
solche
und solche
Vermögen.



Und eine Bank
für beide.

Stehen gehören wir nicht zu den „Discontos“ unter den Banken – und dennoch sind wir nicht die Bank nur für die ganz Großen. So ist ein Vermögen, das in den 6-stelligen Bereich herangewachsen ist und sich kräftig weiterentwickeln will, bei uns sehr gut aufgehoben. Die von uns entwickelten Anlagekonzepte gehören zum Besten, was der Markt zu bieten hat. Profitieren Sie auch davon – lassen Sie uns in Zukunft die Bank für Ihr Vermögen sein.

Unser Berater beantwortet gerne Ihre Fragen und freut sich auf einen ersten Termin. Sie sind immer für Sie da. Ganz persönlich. Rufen Sie uns in der nächstgelegenen Niederlassung an.

Die Bank für Vermögen

Bank für Sie
Wolfgang M.
Christoph B.
Tel. 0 69 - 22
40 1 14 Mobil
www.trinkaus.de

 **Trinkaus & Burkhardt**
Bank seit 1785

2.65. Trostberger Tagblatt (1994)

Als besondere *Leistung* ihres Kleinanzeigen-Angebots tritt das Trostberger Tagblatt mit dem Elefanten auf.

The advertisement features a cartoon elephant on the left, holding a form titled "Abende:". The main headline reads "Kleinanzeigen kommen hier ganz groß raus!" with a starburst graphic saying "5000 Leser!". Below this, it says "Jeden Dienstag" and "Anzeigen, die bis Montag, 11.30 Uhr eintriften, werden am Dienstag veröffentlicht." A large grid for classified ads is in the center, with a price list on the right: 3 Zeilen DM 9,-, 12,-, 15,-, 18,-, 21,-. At the bottom, it says "Nutzen Sie unseren Telefon-Aufnahme-Service im Verlagshaus!" and provides contact information for Trostberger Tagblatt and Traunreuter Anzeiger.

Super günstig!
3 Zeilen
nur DM 9,-

Kleinanzeigen kommen hier ganz groß raus!

5000 Leser!

Jeden Dienstag

Anzeigen, die bis Montag, 11.30 Uhr eintriften, werden am Dienstag veröffentlicht.

Abende:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

3 Zeilen DM 9,-
12,-
15,-
18,-
21,-

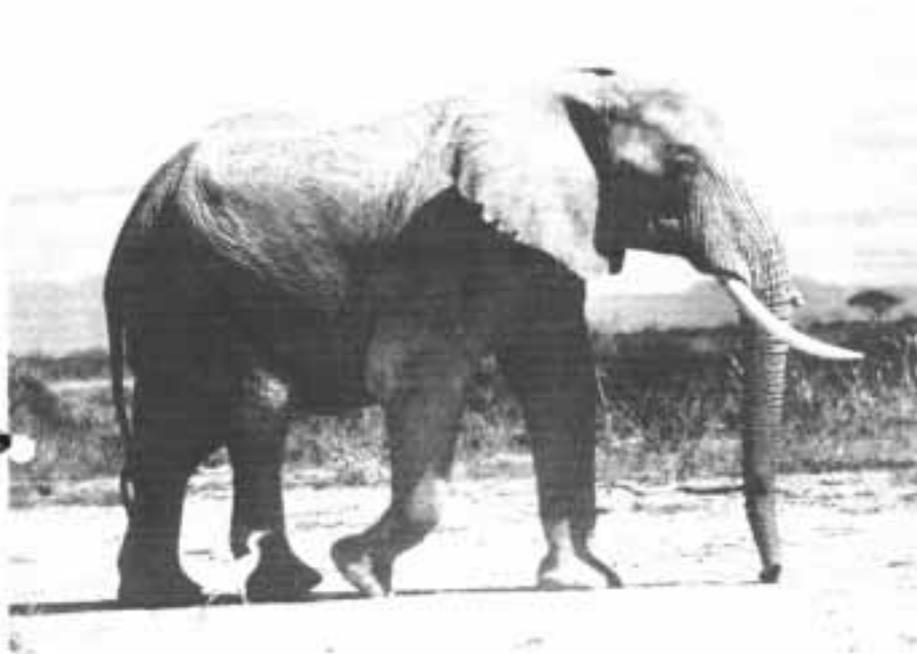
Nutzen Sie unseren Telefon-Aufnahme-Service im Verlagshaus!

Trostberger Tagblatt Traunreuter Anzeiger

Quellstrasse 4a • 83304 Trostberg • Telefon 085 21 804-0 • Fax 085 21 806-11

2.66. VP Bank (1997)

Auf der Anzeige der VP BANK geht neben dem Elefanten ein kleiner Vogel. Hier wird der Elefant als groß und schwerfällig, der Vogel als klein und beweglich (so wie die VP Bank) bezeichnet.



Warum schauen Sie nicht genauer hin ?

Manchmal sollte man zweimal hinschauen und sich überlegen, was vorliegender ist: groß und schwerfällig oder klein und beweglich.

- Auch bei der Auswahl Ihres Finanzpartners lohnt es sich, genauer hinzuschauen: nicht die Größe, sondern die Flexibilität könnte wichtig sein.

Wir sind die hundertprozentige Tochter der Verwaltungs- und Privatbank Aktiengesellschaft, Vaibar, Finestman Luxemburg, und die erste luxemburgische Bank am Finanzplatz Luxemburg. Unsere Größe ermöglicht die Flexibilität, eine Voraussetzung für die individuelle Beratung und die Bemessung Ihrer Vermögenswerte. Unsere Angebotspalette ist auf die

Wünsche der anspruchsvollen Privatkundschaft abgestimmt, und dies ist verbunden mit den vorzüglichen Rahmenbedingungen des Finanzplatzes Luxemburg. Was weniger offensichtlich, dafür aber nicht weniger interessant ist: unseren Kunden können auch noch unsere besonderen Verbindungen zu den Finanzplätzen Schweiz und Liechtenstein zugute.

Warum sollten Sie sich mit nur einem Womel zufriedengeben, wenn Sie bei genauerem Hinschauen gleich drei haben können? Wenn Ihr Finanzpartner *unvergleichlich persönlich*, *beweglich* sein soll, dann schreiben Sie uns *hier* oder rufen Sie uns an (00352-404777-270 Herr Peter, Leiter der Privatkundenabteilung). Mindestanzahl: DM 250.000,-.



VP Bank (Luxemburg) S.A. Privatkundenabteilung 23, avenue de la Liberté Postfach 923 L-2019 Luxemburg

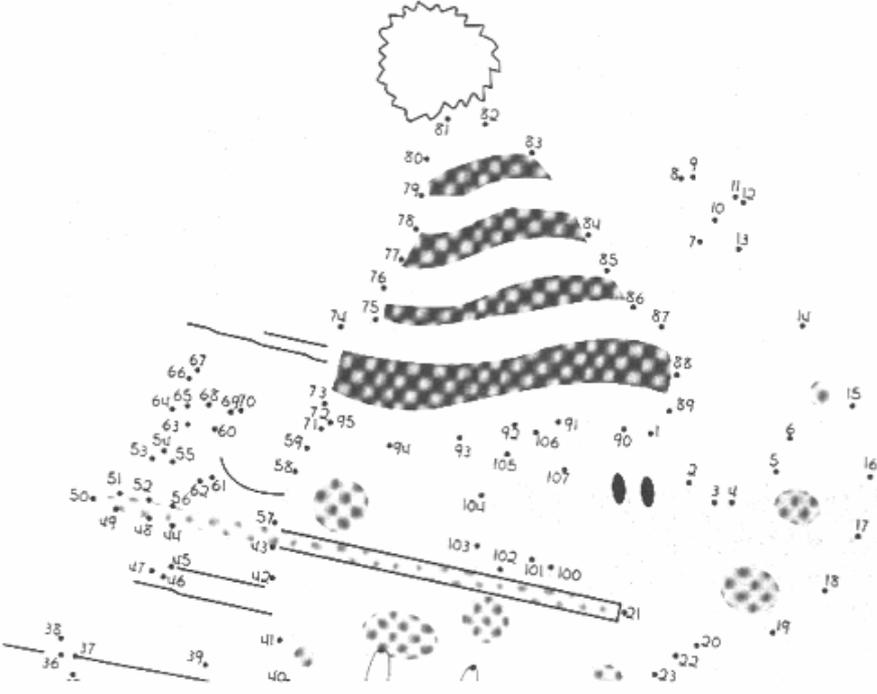
An die VP Bank (Luxemburg) S.A.
Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationen
über die einzelnen Anlagensmöglichkeiten.

Name: _____
 Adresse: _____
 Tel.: _____ FA

1002

2.67. WEBJUMBO.DE (1999)

Der (lustig gezeichnete) Elefant ist Bestandteil des Logos und des Firmennamens. Er symbolisiert die Leistungsfähigkeit der Firma: Service rund um die Uhr, Niedrigpreise, keine Versandgebühren.



www.webjumbo.de

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- An 7 Tagen in der Woche und 24 Stunden am Tag finden Sie bequem Ihr Wunschspielzeug.
- Einfach und schnell bestellen: 2-3 Tage später erfolgt die Lieferung.
- Wir bieten Ihnen Niedrigpreise für alle Markenspielzeuge.
- Alle gängigen Zahlungsarten sind möglich.
- Bis zum 31. Dezember zahlen Sie keine Versandgebühren.



WEBJUMBO.DE

WEBJUMBO.DE ist ein Unternehmen der TOYS INTERNATIONAL.CO

2.68. Western Hotels (1990)

Die Hotelkette Western Hotels benutzen Hannibal mit seiner Alpenüberquerung als Aufhänger.

EIN LANGER WEG.

...22228 11111 111111 111111



„Mit 37 Elefanten über die Alpen zu ziehen, ist leichter, als in großen Städten Ruhe und Erholung zu finden“

Hannibal
„ad portas gastronomicas“

- würden heute zufriedene Gäste, Geschäftsreisende und Wochenendaurlauber rufen.

Sieben Hotels mit einem individuellen Ambiente, zeitlosem Service und persönlicher Gastlichkeit.

Sieben Hotels von bester Klasse. Privat geführt.

Siebentmal sich ausprobieren.

* Sie sind bei über 70 best Western Hotels in Deutschland immer herzlich willkommen. Informieren Sie sich zum Ortstarif unter 01 30-44 53

HOTEL PALACE
Zentrale Lage
2000 m. Seeblick
Parkplatz, 24 St.
Telefon: 01 30-44 53
Telefax: 01 30-44 53

HOTEL IDEE
Kulturnahe Lage
2000 m. Seeblick
Parkplatz, 24 St.
Telefon: 01 30-44 53
Telefax: 01 30-44 53

PARADISO HOTEL BAD NÜNEN
Kulturnahe Lage
2000 m. Seeblick
Parkplatz, 24 St.
Telefon: 01 30-44 53
Telefax: 01 30-44 53

HOTEL REGENT INTERNATIONAL
Kulturnahe Lage
2000 m. Seeblick
Parkplatz, 24 St.
Telefon: 01 30-44 53
Telefax: 01 30-44 53

HOTEL GERMANIA
Kulturnahe Lage
2000 m. Seeblick
Parkplatz, 24 St.
Telefon: 01 30-44 53
Telefax: 01 30-44 53

HOTEL ARVENI PARK
Kulturnahe Lage
2000 m. Seeblick
Parkplatz, 24 St.
Telefon: 01 30-44 53
Telefax: 01 30-44 53

HOTEL FONTANA STUTTGART
Kulturnahe Lage
2000 m. Seeblick
Parkplatz, 24 St.
Telefon: 01 30-44 53
Telefax: 01 30-44 53

BERLIN

DÜSSELDORF

FRANKFURT

KÖLN

MÜNCHEN

NÜRNBERG

STUTTGART

2.69. WWF (1996)

Für den WWF gilt der Elefant als geschundene (sympathische) Kreatur, welcher der Wald weggenommen wurde.



The advertisement features a central image of an elephant looking up at a cutout of a tree trunk. The elephant's trunk is raised towards the cutout. To the left of the elephant, the text "GIB MIR MEINEN WALD ZURÜCK!" is written in a hand-drawn, black marker style. To the right, the text "Jetzt anrufen und spenden!" is followed by the phone number "0 69/60 50 03-42". At the bottom right is the WWF logo (a panda) and the slogan "Im Auftrag der Natur."

GIB MIR
MEINEN
WALD
ZURÜCK!

Jetzt anrufen und spenden!
0 69/60 50 03-42

WWF
Im Auftrag der Natur.

Koblenz/WALDELEFANT/Photographica - 040410



Dresdner Bank,
Spendenkonto 200 000,
BLZ 500 800 00,
„Kennwort Waldelefant“.

„GIB MIR
MEINEN WALD
ZURÜCK!“

Afrikas Regenwald stirbt. Schon mehr als die Hälfte dieser Schatzkammer der Natur ist für immer verloren. Besonders hart trifft das die schönen Waldelefanten. Lange wurden sie wegen ihres Elfenbeins gejagt – jetzt verlieren sie auch noch ihren Lebensraum.

Der WWF will den Elefantenwald im grünen Herzen Afrikas retten: in neuen, grenzüberschreitenden Schutzgebieten, durch die Ausbildung von Wäldhütern, mit Hilfsmaßnahmen für die lokale Bevölkerung.

Dafür brauchen wir Ihre Unterstützung. Machen Sie mit und geben Sie dem Waldelefanten seinen Wald zurück. Werden Sie aktiv: Spenden Sie jetzt. Was Sie darüber hinaus tun können, erfahren Sie unter 0 69/60 50 01-42 oder im Internet unter <http://www.wwf.de>. Auf Ihre gute Tat kommt es an.



WWF

Im Auftrag der Natur.

2.70. X-TRA (1972)

Der Elefant steht für die Kraft des Waschmittels, sympathisch mitten zwischen den freundlichen Menschen.

X-TRA holt mehr Schmutz aus jeder Wäsche

man sieht's

So schön sie gründlich saubere Wäsche! Holen Sie sich X-TRA!

Das ist der große Vorteil von X-TRA:

X-TRA ist ein besonders wirksames Vorwaschmittel. Denn X-TRA dringt tief ins Gewebe. Löst von innen heraus selbst hartnäckigsten Schmutz. Das kann X-TRA, weil es statt scharfer Bleichmittel mehr natürliche Waschkraft enthält (darum wäscht X-TRA auch so schonend). Sie können sicher sein: X-TRA holt mehr Schmutz auch aus Ihrer Wäsche.

X-TRA - zum Vorwaschen und Hauptwaschen bis 60°

Hier der Beweis:

Kakaoflecken, eingetrocknetes Blut. Da ist ein normales Waschmittel bis 60° überfordert. Aber nicht X-TRA!

X-TRA befreit die Faser. Macht die Wäsche rein, weiß und gründlich sauber!

3. Definitionen



Elephas, Loxodonta

Elefanten kommen in Indien (*Elephas maximus*, mit kleinen Ohren) und in Afrika (*Loxodonta a. cyclotis* Lydekker - Rundohrelefant, *Loxodonta africana* Blumenbach - Afrikanischer Steppenelefant) vor, während ihre Vorfahren fast weltweit in etlichen Arten vertreten waren.

Elefanten sind heutzutage die größten Landsäugetiere mit einer ungewöhnlich langen Tragezeit von 660 bis 670 Tagen. Der Rüssel, eine Verlängerung der Nase, die mit der Oberlippe zusammengewachsen ist, kann bis 10 Liter Flüssigkeit aufnehmen und auch zum

Greifen benutzt werden. Elefanten sind sehr gesellige

Herdentiere mit einer stark ausgeprägten Sozialstruktur. Elefantenjunge werden oft auch von Geschwistern und Tanten mit aufgezogen oder sogar gesäugt, wenn die Mutter nicht da ist. Indische Elefanten werden häufig gezähmt und als Arbeitstiere gehalten, die zu Bauarbeiten und Holztransporten herangezogen werden. Dort vermehren sie sich auch in Gefangenschaft.

Ele'fant, E-le'fant

In Herden lebender Pflanzenfresser mit kurzem Hals u. zum Rüssel (Greiforgan) verlängerter, schlauchförmiger Nase; die oberen Schneidezähne sind als Stoßzähne ausgebildet:

Elephantida; er benimmt sich wie ein Elefant im Porzellanladen <fig.; umg.> er richtet durch seine Ungeschicklichkeit Unheil an; aus einer Mücke einen Elefanten machen <umg.> eine Angelegenheit (unötig) aufbauschen [*ahd.* elafant, elphant, helfant *lat.* elephantus *grch.* elephas]

4. Symbolik des Elefanten

4.1. Anzeigen

Symbol	Anzahl
Alter, Lebensdauer, Lebenserwartung, Wachstum	3
Arbeit, Ausdauer	2
Auffälligkeit	1
Auswahl, große Auswahl	1
Beständigkeit	1
Dynamik, Beweglichkeit, Balance, Mobilität, Porzellanladen	4
Exotik, Fernweh, Alpenüberquerung	4
Firma, Bestandteil des Firmennamens	2
Flugzeug (Jumbo)	1
Gelassenheit, Wohlgefühl	2
Gewicht, Wichtigkeit	5
Größe, Menge, Riese, Raum, Schwerfälligkeit, Masse	23
Intelligenz, Schlaueit	3
Kontaktfreude, Sozialverhalten, Freundschaft	2
Lustigkeit	1
Luxus (Leder)	1
Nutzlast	1
Reinlichkeit	1
Robustheit	1
Ruhe, Bequemlichkeit	4
Sicherheit, Widerstand	4
Stärke, Leistung, Leistungsstärke	14
Südafrika	1
Sympathie, Sympathieträger	7
Trompete	1
Unverkennbarkeit, Signifikanz	1
Vielfalt (ein Tier unter anderen)	1
Zuverlässigkeit	1

In den Anzeigen wird der Elefant insbesondere als Symbol verwendet für:

- Größe, Menge, Riese, Raum, Schwerfälligkeit, Masse 23
- Stärke, Leistung, Leistungsstärke 14
- Sympathie, Sympathieträger 7
- Gewicht, Wichtigkeit 5
- Dynamik, Beweglichkeit, Balance, Mobilität, Porzellanladen 4
- Exotik, Fernweh, Alpenüberquerung 4
- Ruhe, Bequemlichkeit 4
- Sicherheit, Widerstand 4

4.2. Befragung

Die inma Institut für Marktforschung GmbH hat 1992 über einen längeren Zeitraum hinweg insgesamt 91 Personen folgenden Satz ergänzen lassen: Der Elefant ist ein Symbol für ... Dabei wurden folgende Ergebnisse erzielt:

	%	Nennungen
Kräftig und stark	77	Ausdauer, enorm, Größe, imposant, Kraft, Lebenskraft, Macht, Mächtigkeit, Stärke, Symbol für Kraft, Sympathischer Riese, Tatkraft, Überlegenheit, Urkraft, voluminös, Widerstand, Wohlerährtheit, Riese, mächtig, groß, übermäßige Stärke, Entschlossenheit, Kraft der Natur, langsame, stetige Kraft, hohe Leistung, Wucht, Mut
Gelassen und ruhig	31	Dicke, dickfällig, dicke Haut, dickhäutig, Gewicht, gute Nerven, Masse, Ruhe, Schwere, Schwerfälligkeit, Standfestigkeit, Trägheit, Unbeweglichkeit, dickes Fell, zuverlässig, graue, dicke Haut, Unnahbarkeit, Dickhäutigkeit, Unempfindlichkeit, Dickfälligkeit, Dickleibigkeit, Gelassenheit, Unantastbarkeit
Treu und beständig	20	Beständigkeit, Dauerhaftigkeit, Freundschaft, Kontinuität, Solidität, Treue, Vertrauen, Zusammengehörigkeit, Zusammenhalt, Familiensinn, Geborgenheit, Sicherheit, anpassungsfähig an jede Lage und Stimmung, Zuverlässigkeit, nachtragend bei schlechter Behandlung, Verlässlichkeit, große Ausdauer, nachtragend
Gutmütig und gemütlich	23	Gutmütigkeit, Gleichmut, Gemütlichkeit, gutmütig, innerlicher Friede, Güte, Ausgeglichenheit, Duldsamkeit, Sensibilität, Empfindlichkeit, Ängstlichkeit, Liebenswürdigkeit, liebevoll
Natur/Tier/Zoo	16	Aussterbende Rasse, Das Tier des Urwaldes, geschützte, bedrohte Tierart, mein Lieblingstier, Natur, Indisches Nutztier, Gruppentier, Wilhelma, Zoo, Tier, Arbeitstier, Wildnis, Urwald, Dschungel
Tollpatschig und unbeholfen	9	Trampelhaftigkeit, der Elefant im Porzellanladen, Unsicherheit, Schwerfälligkeit, Naivität, Plumpheit, tollpatschig, Unbeholfenheit, tollpatschig, ein bisschen doof
Gedächtnisstark und weise	9	Erinnerungsvermögen, Gedächtnis, gewisse Lebensweisheit, gutes Erinnerungsvermögen, gutes Gedächtnis, Intelligenz, Weisheit
Glück	8	In Afrika gilt er als Glücksbringer, Glück
Alter	5	Langlebigkeit, Überlebenskraft, Alter, Altwerden, hohes Alter
Ferne Länder	3	Indien, Afrika, weit entfernte Länder
Werbung	4	LBS, Stuttgarter Versicherung, Wird in der Werbung verwendet, Werbe-Symbol, Allianz, Kinderschuhe, Schuhe
Otto	3	Otto
Miscellen/ Einzelne Nennungen	6	Faszinierend, Frieden, Würste, große Ohren, Rudi Rüssel, Herde, Kinderspielplatz, Eleganz seiner Bewegungen, ausdrucksstark, die Farbe grau, Geld, schön, Freiheit, Arbeit

5. Symbol-Lexikon

„Elefant, in Asien Reittier der Herrscher, Symbol der Macht, der Weisheit, des Friedens u. des Glücks. Reittier des ind. Gottes Indra; Ganesha, der populäre Sohn des Gottes Shiva, Beseitiger aller Hindernisse, wird mit einem E.enkopf dargestellt. In Indien u. Tibet begegnet der E. häufig als Träger des gesamten Universums; er erscheint daher in der Architektur oft als Karyatide. - Im weißen E.en verbinden sich die symbolische Bedeutung des E.en mit der symbolischen Bedeutung der Farbe Weiß. Nach buddhist. Vorstellung ging der Bodhisattwa als weißer E. vor seiner Wiedergeburt als Buddha in den Schoß seiner Mutter, der Fürstin Maya, ein; der weiße E. wurde daher zum populären Symbol des Buddhismus. - Auch in Afrika wird der E. als Sinnbild der Kraft, des Glücks u. des langen Lebens verehrt; verschiedentl. begegnet man z. B. einem E.enkult, der auf eine Entschuldigung der Jäger gegenüber einem erlegten E.en hinausläuft. - Dem MA galt der E. als besonders keusch, da sich der männl. E. nach Aristoteles angebl. während der zweijährigen Tragzeit seines Weibchens enthaltsam verhält; er wurde daher auch mit der Tugend der Besonnenheit u. des Maßes (Temperantia) in Verbindung gebracht.“ (Oesterreicher-Mollwo Marianne [Bearb.], Herder-Lexikon Symbole, Freiburg im Breisgau 1978)

6. Spruchweisheiten

6.1. Deutsch

Elefant: linkisch, plump

Aus einer Mücke einen Elefanten machen: etwas übertreiben

Sich wie ein Elefant im Porzellanladen benehmen: sich ungeschickt benehmen

Ein Gedächtnis wie ein Elefant haben: gutes Gedächtnis haben

Eine Elefantenhaut haben: unsensibel sein

Elefantenküken, Elefantenbaby: dickes Mädchen

Nachtragend wie ein Elefant: nichts vergessen

Elefantenhaut: nichts spüren, gefühllos

Elefantenhochzeit: zwei große Firmen gehen zusammen

6.2. Englisch

White elephant: lästiger oder kostspieliger Besitz

To have a memory like an elephant: ein gutes Gedächtnis haben, nichts vergessen

To see the elephant: die Welt bereisen

Elephantine: riesenhaft, plump, schwerfällig

6.3. Französisch

Elephant: linkisch, plump

Un elephant dans un magasin de porcelaine: sich ungeschickt benehmen

Il a une memoire d'elephant: nichts vergessen

6.4. Italienisch

Elefante: dick und plump sein

Pare un elefante: linkisch sein

Fare di una mosca un elefante: etwas übertreiben

Elefantiaco: riesengroß

Un'amministrazione elefantiaca: riesengroße Bürokratie

Elefantiasi: riesige Organisation

7. Etymologie

Elefant, männlich, mittelhochdeutsch elefant, althochdeutsch elpfant, elafant. Daneben schon im Althochdeutschen helfant in volksetymologischer Verknüpfung mit helfen (der Elefant als nützliches Arbeitstier). Die Germanen erhielten durch den Elfenbeinhandel vom Südosten her schon früh Kunde von diesem Tier, das sie allerdings viel später als seinen Namen kennenlernten. Benannt ist es nach seinen (elfenbeinernen) Stoßzähnen. So weisen denn auch die vorausliegenden Formen lateinisch elephantus, griechisch éléphas (Genetiv: éléphantos) zurück auf ägyptisch ab(u), koptisch eb(o)u „Elfenbein; Elefant“, das zugleich Quelle ist für lateinisch „Elfenbein“. (Nach Der große Duden Etymologie, Mannheim 1963.)

8. Mythologie

Die indischen Dichter preisen den Elefanten als Symbol der Weisheit und des Mitgefühls. Das Weltall wird von 8 Elefanten getragen.

9. Die tierischen Verführer

1992 fand im Deutschen Werbemuseum e.V. eine Ausstellung unter dem Titel *Die tierischen Verführer. Auf Safari durch den Dschungel der Werbung*. Nachstehendes Zitat stammt aus dem gleichnamigen Katalog (Hrsg. Heinz-Michael Bache und Dr. Michael Peters). Der Autor des Artikels *Elefant* ist Dr. Stephan Oettermann.

Merkmal	Das Sensationstier
Verbreitung	Überall, wo ein Rüssel gefragt ist
Gewohnheiten	Steht auf der Farbe Rosa

„Kein Tier hat jemals mehr die Aufmerksamkeit der Menschen auf sich gezogen als der Elefant“, konstatierte der englische Zoologe Bingley. Und sein französischer Kollege Buffon meinte: „Der Elefant ist, wenn wir uns nicht in die Reihe stellen wollen, das bedeutendste Tier dieser Erde“.

Tatsächlich ist alles an diesem grauen Koloss bemerkenswert, wenn nicht einzigartig. Seine unübersehbare Größe, sein trompetender Rüssel, seine elfenbeinernen Stoßzähne, seine Fledermausflügel-Ohren, seine massive Kraft, seine Säulenbeine. Kolossal, aber nicht ungeschickt - tonnenschwer, aber behende, ja grazil - dickhäutig, aber verletzlich - weise und friedfertig, aber nicht wehrlos - gutmütig, aber mit einem niemals versagenden Gedächtnis ausgerüstet, das ihn noch nach Jahren erlittenes Unrecht rächen lässt. Dank seiner unzählbaren Kraft ist er ein letztlich unabhängiges Wesen – gleichwohl ein Arbeitstier, das am Ende allein die Karre aus dem Dreck zieht. Er ist ein Tier mit sehr menschlichen Eigenheiten und Schwächen: Der Elefant ist anhänglich, gesellig, kinderfreundlich, liebt die Frauen und die Musik, er tanzt gern. Und, wie 1804 bereits das Museum des Wundervollen feststellte: „Er trinkt gern Wein und hitzige Getränke“. Er ist heiter. Jedenfalls macht sein Anblick den Betrachter heiter.

Einerseits scheint der Elefant dem Menschen so ähnlich, andererseits so fremd: ein Riese aus der Urzeit, geheimnisvoll, weise. Eine „graue Bergmasse“, deren „kluges Auge zu sagen scheint, dass ein heller Verstand doch mehr sei als eine tote Körpermacht, und daß der Geist nicht viel danach fragt, in welcher Behausung er eingeschlossen ist“, meinte ein Zoobesucher. Der Elefant ist der bessere Mensch.

Nicht wenige Menschen fühlen sich verwandt mit ihm. Vielleicht hat er deshalb so viele Freunde gefunden, die ihn zu ihrem Lieblings- und Symboltier erklären. Walter Höllerer hat über seine elefantische Inklinaton einen ganzen Roman geschrieben. Walter Kempowski wird vielleicht noch einen Roman schreiben, denn auf die Fragebogenfrage „Wer oder was hätten Sie sein mögen“, antwortete er: „Ein Elefant“. Und Nietzsche war fast überzeugt, daß er „im Grunde ein Elefanten-Weibchen“ sei, weil er zur Abfassung seines „Zarathustra“ 18 Monate benötigte - also gerade die Trächtigkeitdauer des Elefanten.

Sicher war sich der Hauptdarsteller des gleichnamigen Films: „Ich bin ein Elefant, Madame!“ Gerade die Widersprüchlichkeit zwischen inneren Werten und äußerer Erscheinung, zwischen Weisheit und dicker Haut, macht den Elefanten zum Sympathieträger. Davon profitierte nicht nur der gewesene Außenminister Hans-Dietrich Genscher, den die politischen Karikaturisten mit Vorliebe als großhörnigen Elefanten darstellten. Und der, wie es heißt, privat Elefantendarstellungen in jeder Form sammelte; vielleicht um ihnen noch ähnlicher zu werden.

Auch die Werbung macht sich das gute Image des Elefanten vielfältig zunutze, sei es, daß man den grauen Riesen ganz allgemein zum Sympathietransfer gebraucht - groß, stark und freundlich – sei es, dass eine bestimmte Eigenart des Tieres besonders in den Vordergrund gestellt wird.

Als „Elefantenhochzeit“ umschreibt man euphemistisch die Fusion von Industrie- oder Handels-Giganten: Eigentlich müsste das Bundeskartellamt eingreifen, aber bei Elefanten sind wir bereit, ein Auge zuzudrücken. Eine Großbank spielt mit ihrem Negativimage; in Annoncen stellt sie sich als Elefant dar und trompetet: „Von wegen immobil!“ - und schon sind wir bereit, unser wohl zu begründendes Urteil über die Hartleibigkeit dieser Bank bei Kreditvergaben als ungerechtfertigtes Vorurteil infrage zu stellen. Bestimmte Computer-Disketten haben ein „Elefanten-Gedächtnis“. Sowohl Staubsauger als auch Ölwechsellanlagen für Automobile berufen sich auf den Elefantenrüssel als Vorbild: kraftvoll, bewährt, umweltfreundlich. Die nie ermüdende Kraft des Elefanten, gepaart mit großer Elastizität, macht einer Gummifabrik alle Ehre. Aus der - ach so menschlichen! – Tollpatschigkeit des „Elefanten im Porzellanladen“ bezieht ein Tubenkleber seine besondere Adhärenz. Der Elefant ist ein Werbeträger, der manches erträgt.

„Die Idee des Elefanten ist unvergänglich“, meinte der Philosoph Arthur Schopenhauer. Die Idee vielleicht. In seiner physischen Existenz wird der Elefant kaum das neue Jahrtausend erleben.