

Presse-Information

hagebaumarkt Kampagne mit neuen Spots

- 360 Grad Kampagne startet zweiten Flight in TV, Radio und digitalen Medien
- Optimale Visualisierung des Markenkerns der hagebaumärkte
- Erfolgreiches Leitmotiv „helfende Hand“ auch im Zentrum der neuen Stories für den Herbst

Soltau, 9. September 2015. Die im Frühjahr 2015 in Deutschland und Österreich angelaufene Werbekampagne der hagebaumärkte startet heute in den zweiten Flight. Auf humorvolle Art und Weise visualisieren die drei neuen TV-Spots, dass die Hilfe vom hagebaumarkt immer nur eine Armlänge entfernt ist.

Mit der Herbstkampagne knüpft der hagebau Einzelhandel an den erfolgreichen Kampagnenstart des Frühjahrs an. „In den drei neuen Spots wird die frische Idee, die thjnk hamburg gemeinsam mit dem hagebau Einzelhandel entwickelt hat, auf aktuelle Herbstthemen adaptiert. Die aufwändig produzierten Spots treffen auch diesmal wieder den Nerv unserer Kunden“, ist Kai Kächelein, Geschäftsführer hagebau Einzelhandel Vertrieb & Marketing, überzeugt. Das Feedback der Kunden auf allen Kanälen zeige, dass die Kampagne zudem den Markenkern ‚Hier hilft man sich‘ optimal in Szene setze.

Die drei TV-Spots, die in Deutschland ausgestrahlt werden, erzählen Geschichten von Heimwerkern und deren kleinen und großen Herausforderungen. Zentrales Thema ist hierbei ganz klar der Herbst: Laub harken, dämmen und draußen letzte Instandsetzungsarbeiten vor dem Winter vornehmen. In einem Spot möchte ein Kunde sein Hausdach schnell fertig dämmen, während um ihn herum bereits ein starker Sturm tobt. Doch

sein Dämmmaterial reicht nicht mehr aus, um die letzte Lücke zu schließen. Szenenwechsel: Seine tastende Hand taucht im Regal eines hagebaumarkts auf. Der Berater bemerkt die Hand des Kunden und reicht ihm mit Hilfe eines Gabelstaplers die benötigte Dämmwolle.

„Die Frühjahrs-Spots haben hervorragend funktioniert und wir haben nur positives Feedback erhalten. Diese Resonanz werden wir auch mit der Herbstkampagne erreichen“, so H.-Jürgen Meißner, Bereichsleiter Marketing hagebau Einzelhandel. „Die neuen Spots visualisieren den Markenkern ‚Hier hilft man sich‘ wie auch schon die Frühjahrs motive. Sie machen einfach Spaß, stecken an und zeigen wieder mit intensiven Bildern, dass die Beratung im hagebaumarkt hält, was sie verspricht: Hier hilft man sich.“ Es werde erneut gelingen, Kunden und Fans zu begeistern. Auch auf die Markenbekanntheit werde die Kampagnenfortsetzung positiv einzahlen, ist auch Meißner sicher.

Die unter der Regie von Alex Feil entstandenen TV- und Online-Spots werden ab dem 9. September 2015 in Deutschland ausgestrahlt. Begleitet wird die Herbst-TV-Offensive von aufmerksamkeitsstarken Image-Plakatmotiven, Radio-Spots und Online-Bannern sowie einem umfangreichen PoS-Paket.

2.750 Zeichen

Bildunterschriften:

Hagebau_Herbstkampagne_1-6.jpg

Der Markenkern "Hier hilft man sich" wird in den TV-Spots humorvoll in Szene gesetzt.

Fotos: hagebau (Abdruck honorarfrei)

hagebau Gruppe

1964 gegründet ist die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG eine durch heute über 360 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel getragene Kooperation. Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.650 Standorte in Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Belgien und Spanien) angeschlossen.

Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,1 Milliarden Euro (2014) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein. Alle Gesellschafter des Fach- und Einzelhandels der hagebau Gruppe erwirtschafteten ein Jahr zuvor (2013) einen Netto-Außenumsatz von 13,8 Milliarden Euro.

Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2014 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 2,04 Milliarden Euro.

Der Fachhandel bedient unter der (Kann-)Marke hagebau die Bereiche Baustoffe, Fliese/Naturstein und Holz (primär B2B). Der Einzelhandel, dem mittelständische Unternehmen über die 100-prozentige hagebau Tochter ZEUS Zentrale für Einkauf und Service GmbH & Co. KG der Gruppe angeschlossen sind, ist mit den Marken hagebaumarkt, Floraland und Werkers Welt im standortgebundenen B2C-Markt aktiv. Mit dem Joint Venture baumarkt direkt der hagebau mit der Otto Group Hamburg deckt die Verbundgruppe auch den B2C-Onlinehandel ab. Die Zentrale der Kooperation hat ihren Sitz in Soltau. Mit etwa 800 Mitarbeitern erbringt diese zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser, insbesondere in den Bereichen Einkauf, Vertrieb, Systeme, Logistik, Marketing und Finanzberatung. Damit wird das Tagesgeschäft der selbstständigen mittelständischen Handelshäuser umfassend und kostenoptimiert unterstützt.

Pressekontakt:

Nina Lemmerz-Sickert
Abteilungsleitung Unternehmenskommunikation
stellvertretende Pressesprecherin

hagebau
Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Str. 47
29614 Soltau
Telefon: +49 5191 802-879
Telefax: +49 5191 98664-879
Mobil: +49 160 2239999
E-Mail: nina.lemmerz-sickert@hagebau.com
Internet: www.hagebau.com