

“Hei, fruntea sus! Continuă treaba” – noua campanie de publicitate Hornbach

București, 31 martie 2017

După ultimele campanii Hornbach, concentrate pe descoperirea euforică a proiectului („Trăiești. Mai știi cum e?” sau „Proiectul tău e doar al tău”), noua campanie de primăvară aduce în lumină o altă față a acestui demers - depășirea obstacolelor. În acest context, sloganul campaniei este o încurajare pentru toți cei ce se tem să continue sau să înceapă un nou proiect: “Hei, fruntea sus! Continuă treaba!”.

În cadrul noului spot al campaniei, conceput de agenția Heimat, la Berlin, un bărbat extrem de entuziasmat, doboară, din greșeală, întreaga sa casă de vacanță pe care tocmai o pusese pe picioare. Dar reacția acestuia uimește total – nu se plânge, nu se lamentează deloc. Mai mult, treptat, personajul începe să râdă în hohote, molipsitor, iar această atitudine reprezintă și pentru fiul său, care se apropie în fugă de locul respectiv, o adevărată lecție pe tema „cum să ne păstrăm cumpătul în cazul în care ceva nu iese chiar cum ne dorim”.

„Fiecare proiect prezintă riscurile și provocările sale. HORNBACH transmite prin această nouă campanie o încurajare: trebuie să începi proiecte, chiar dacă sunt și aspecte care nu merg întotdeauna bine. Cea mai mare calitate a unui meseriaș pasionat constă în a nu renunța, a relua lucrările de câte ori este nevoie și a le duce la bun sfârșit”, afirmă Guido Heffels, directorul de creație al companiei Heimat.

Așa cum Hornbach a obișnuit publicul, spotul prezintă o semnificație profundă și nu se rezumă la a portretiza omul ideal, care nu greșește niciodată. Încercările pentru acumularea experiențelor personale, manifestarea unei atitudini curajoase, cu toate elementele presupuse de o asemenea abordare, inclusiv o posibilă înfrângere, sunt adevărate calități.

„Campania reprezintă o invitație plină de pasiune pentru a testa diferitele experiențe pe cont propriu, în cadrul proiectelor de primăvară, cu privire la casă și grădină, dar, cu siguranță, și la depășirea acestor limite. Chiar dacă ceva eșuează cu această ocazie ar trebui să regretăm cel mult doar ceea ce nu am făcut”, afirmă Thomas Schnaitmann, director de marketing Germania și al comunicării internaționale de marketing în cadrul Hornbach.

În România, campania se desfășoară pe TV, în mediile online și outdoor, începând cu 17 martie. De asemenea, Hornbach va avea în această campanie și o acțiune BTL out-of-the box. Spotul campaniei “Hei, fruntea sus! Continuă treaba!” poate fi vizualizat pe www.hornbach.ro.

###

Despre Hornbach România

HORNBACH este o companie multinațională, de familie, care a înregistrat în exercițiul financiar 2015/2016 (data bilanțului: 29 februarie) o cifră de afaceri (netă) de peste 3,755 miliarde de Euro, în creștere cu peste 5% comparativ cu perioada anterioară.

Fondată în anul 1877, HORNBACH este singura companie din domeniul construcțiilor și grădinăritului care se poate mândri cu o istorie de 5 generații. În acest moment, concernul deține 155 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinărit, în nouă țări din Europa (Germania,

Austria, Olanda, Luxemburg, Elveția, Cehia, Slovacia, Suedia și România), dintre care 6 în România (București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu).

Conceptul comercial și gama de produse sunt orientate în întregime către sprijinirea proiectelor clienților. HORNBACH garantează acestora prețuri mereu mici, fiind lider de piață pe acest segment. În plus, calitatea excelentă a consultanței și a serviciilor oferite au fost confirmate de nenumărate studii și teste independente.

Prin pionierat, ca de exemplu deschiderea primului magazin mixt de materiale de construcție și articole de grădinărit (1968), a primului megastore (1980) și a primului magazin de materiale de construcții cu conceptul drive-in (2003), HORNBACH își dovedește în permanență forța inovatoare. De decenii, HORNBACH este considerat un angajator de top, în acest moment având peste 17.000 de angajați care contribuie la succesul companiei.

###