

Nieuwe reclamekoers Hornbach

04-07-2015 09:26



“De Hornbach-commercials die de meeste mensen kennen, zijn er vooral op gericht het merk Hornbach anders te positioneren dan andere retailers doen. Dankzij die onderscheidende benadering hebben we een sterke naamsbekendheid opgebouwd”, vertelt Michel van Slingerland, marketingmanager bij Hornbach Nederland. Toch was het tijd voor een aanvullende insteek, speciaal voor de Nederlandse markt. “We wilden een campagne die de unieke eigenschappen van Hornbach – het ruime assortiment, altijd de laagsteprijsgarantie, service – bij de consument op het netvlies brengt.”

Melige klant op ontdekkingsreis

Zo ontstond het concept ‘[Ontdekkingsreis bij Hornbach](#)’, waarin twee vrienden op humoristische wijze een vestiging ontdekken. Met één van de vrienden achter de camera volgen we zijn melige makker, die door de vestiging loopt en gaandeweg onder de indruk raakt van het enorme assortiment, de vaste lage prijzen en de vriendelijkheid en deskundigheid van de medewerkers.

Bewuster van onderscheid

“Een ander soort campagne dus dan de bekende en bekroonde Hornbach-campagnes die vooral op een bepaald gevoel inspelen, zoals trots, moed en doorzettingsvermogen. Deze nieuwe campagne gaat meer in op wie Hornbach is qua concept, en speelt daarmee meer in op de ratio van de kijker. De kijker zal zich bewuster zijn van het onderscheidend vermogen van Hornbach na het zien van de spots”, aldus Van Slingerland.

Marc Nelissen