

Kleine Baumarkt-Geschichten

Die neue Kampagne für die Baumarktkette setzt über die Preiswerbung hinaus Akzente.

Am Freitag startet die neue Kampagne der Baumarktkette Praktiker. Die neue Lead-Agentur Lukas Lindemann Rosinski betreut künftig den gesamten klassischen Etat des Unternehmens. Das bedeutet: TV- und Radiospots kommen künftig von den ehemaligen Jung von Matt-Werbern aus Hamburg. Für Beileger und Broschüren zeichnet nach wie vor der bisherige Gesamtetathalter EPS aus Frankfurt verantwortlich. Bei Anzeigen und Plakaten hält sich Praktiker traditionsgemäß eher zurück.

Der neue Werbeauftritt soll die bekannte Rabattaktion („20 Prozent auf alles“) des Baumarktes ein wenig in den Hintergrund rücken. Offenbar steht künftig weniger der Preisnachlass im Vordergrund – die



Praktiker Der neue Auftritt stammt von den Ex-JvM-Werbern Lukas Lindemann Rosinski (v.l.n.r.).

Taktungen werden zurückgefahren. Trotzdem: „Die Kernstärke von Praktiker ist die Preisführerschaft“, sagt Bent Rosinski, Geschäftsführer Beratung. „Deshalb ist die Kampagne auch weiterhin eine Preisführer-Kampagne, aber eben mit neuen werblichen Akzenten.“ Man wolle bei

der kraftvollen Tonalität der bisherigen Kampagne („Hier spricht der Preis“) bleiben. Die Spots erzählen kleine Geschichten aus dem Baumarkt. Im Mittelpunkt stehen



die Mitarbeiter, die erklären, warum Praktiker so günstig ist. Die 26-Sekünder (Produktion: Big Fish, Berlin; Regie: Andreas Hoffmann) laufen auf allen reichweitenstarken Sendern.