



Presseinformation

BAUHAUS Frühjahrskampagne 2024:

Hymne auf die eigene Schaffenskraft – „Selbst gemacht tut gut“

Mannheim, 19. März 2024. *Selbst gesät, selbst gepflegt, selbst geerntet – getreu dem Kampagnenmotto „Selbst gemacht tut gut“ zeigt die Frühjahrskampagne 2024 von BAUHAUS pünktlich zum Frühlingsstart beispielhaft die Lebensfreude, wenn die Arbeit im eigenen Garten Früchte trägt. Der Selbstanbau von Gemüse, Obst und Kräutern macht Spaß und stolz gleichermaßen – erst recht, wenn es einem selbst gelingt. Egal ob im Hochbeet, auf dem Balkon oder in einem großen Nutzgarten: direkt vom eigenen ‚Feld‘ auf den Tisch, ursprünglicher, naturbelassener und frischer geht es nicht. Denn Gärtnern erdet, ist Kraftquelle und pure Lebensenergie zugleich.*

Die von der Frankfurter Agentur Leo Burnett entwickelte Kampagne spricht all jene an, die an ihre eigene Schaffenskraft glauben – vom Feinschmecker bis hin zum gärtnerischen Neuling. Sie fokussiert sich stark auf den Garten und ist eine ausdrucksstarke Aufforderung und Motivation zur ganz persönlichen Verwirklichung eigener Visionen mit echter Wertschätzung für frische und selbst erbrachte Ernte.

Selbst gepflanzt, selbst versorgt und selbst genossen: Mit BAUHAUS fällt das Selbermachen leicht. Geboten wird alles, was man für den Erfolg beim Gärtnern braucht – ob auf dem Balkon, im Naschgarten oder auf dem großen Gemeinschaftsacker. Fachkundige Anleitungen und Tipps der Stadtgarten Profis machen Lust auf das Abenteuer Selbstgemacht im Garten sowie einen kulinarischen und aromatischen Hochgenuss mit Obst, Gemüse und Kräutern. Ob hochwertiges Saatgut, kraftvolle Setzlinge oder stattlich vorgezogene Pflanzen: der Selbstanbau wird mit BAUHAUS zum Kinderspiel. So wird aus eigener Hand das Paradies im Garten zur Kraftquelle und Bühne für den ganz persönlichen Genuss. Kurzum: Die unverwechselbare Freude am eigenen Wirken im Garten – ein erlebbarer Erfolg, der wächst und sich vermehrt.



Presseinformation

Kampagne betont die Vielfalt der Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden

Robert Köhler, Leiter Marketingkommunikation bei BAUHAUS, betont: „Die Kampagne zeigt die vielfältigen Möglichkeiten, selbst anzupacken und sein ganz persönliches Genuss-Paradies zu schaffen. Durch das Selbermachen spürt man die Kraft der Natur in den eigenen Händen. Ganz dem Motto folgend: Säe, ernte und genieße die Früchte deiner Arbeit! BAUHAUS ist der Erfolgsgarant zur Erfüllung der eigenen Ideen. Mit unserem breiten und qualitativ hochwertigen Sortiment stehen wir als verlässlicher Partner den Kunden hilfreich zur Seite. Denn Selbst gemacht tut einfach gut und schmeckt auch noch besser!“

Emotionen, Wertschätzung und Selbstbestimmtheit – die Kampagne zeigt’s

„Uns war es wichtig, die Emotion und die Wertschätzung gegenüber dem eigenen Schaffen in unserer Kampagne zum Leben zu erwecken. Gleichzeitig zeigen wir konkret, welchen Anteil BAUHAUS daran hat – und etablieren das Fachcentrum als Startpunkt der Selbstbestimmtheit“, sagt Kristine Holzhausen von Leo Burnett, die die Werbekampagne als Kreativgeschäftsführerin verantwortet.

Breiter Mediamix begleitet die Kampagne – Aktionen machen sie erlebbar

In den kommenden Monaten stellt BAUHAUS ein breites Angebot an Servicetexten mit ansprechendem Bildmaterial zur Verfügung. Zunächst liegt der inhaltliche Fokus auf dem Frühling und dem entsprechenden Sortiment und wird im Laufe des Jahres um saisonale Schwerpunkte erweitert. „Wo die feinen Aromen wohnen“ (Thema Kräuter), „Dein Garten voller Leben“ (Thema Nährstoffboost) oder „Raus aus dem Kopf, rein ins Grün“ (Thema Nutzgarten-Trend) stehen beispielhaft für die kommunikative Umsetzung. Parallel wird die Kampagne durch eine Vielzahl von Marketingaktivitäten begleitet, darunter TV-Werbung, Out-of-Home-Plakate, Printanzeigen und Social-Media-Formate. Über die komplette Kampagnenlaufzeit hinweg werden vielseitige Aktionen in den BAUHAUS Fachcentren die Freude am Selbermachen zusätzlich verstärken und erlebbar machen.

Den 30-Sekünder der BAUHAUS Kampagne finden Sie unter:

<https://youtu.be/FvaPnkpTL9E>



Presseinformation

BAUHAUS – Der Spezialist für Werkstatt, Haus und Garten

Bereits 1960 brachte BAUHAUS eine neue Idee nach Deutschland: Markenprodukte verschiedenster Fachsortimente in Selbstbedienung, angeboten unter einem Dach. Nach diesem erfolgreichen Konzept sind in Deutschland mehr als 160 Fachcentren entstanden. Europaweit ist BAUHAUS in 19 Ländern über 290 Mal vertreten. Jedes der Fachcentren ist in 15 Fachabteilungen untergliedert. Seinem Grundkonzept – Fachhandelsqualität und Produktvielfalt zu besten Preisen – ist BAUHAUS bis heute treu geblieben und hat dieses kontinuierlich weiterentwickelt.

Disclaimer

BAUHAUS verzichtet auf eine geschlechtsspezifische Schreibweise und verwendet ausschließlich zum Zweck der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum. Personenbezogene Bezeichnungen und Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.

Ansprechpartner für die Presse: Manuel Löhmann

BAUHAUS AG
Service Center Deutschland
Gutenbergstr. 21
D-68167 Mannheim
Tel. 0621 / 3905-0
Fax. 0621 / 3905-118
E-Mail: presse@bauhaus-ag.de