

Presseinformation

Bestes Kampagnen-Foto 2009: *Der Schwimmer* von Hornbach

Das Motiv der Baumarktgruppe siegt beim Wettbewerb „obs-Awards 2009 – Die besten PR-Bilder des Jahres“ der dpa-Tochter *news aktuell*

Hamburg/Bornheim bei Landau, 18. November 2009. Für ihre besondere Art der Unternehmenskommunikation hat die Hornbach-Baumarkt-AG erneut einen Preis erhalten: Aus knapp 400 eingereichten Fotos in der Kategorie „Events und Kampagnen“ ist das Foto *Der Schwimmer* bei den obs-Awards zum besten PR-Foto 2009 gewählt worden. Der Branchenpreis wird alljährlich gemeinsam von der dpa-Tochter *news aktuell* und dem Magazin *pressesprecher* verliehen.

Das Foto zeigt einen athletischen Mann mit Badehose und Bademütze, der sich offenbar vorstellt, auf einem Startblock eines Schwimmbades zu stehen. Nur: Er steht inmitten der seit Jahren verlassenen ehemaligen Beelitz-Heilstätten in Berlin. Der Gebäudekomplex wurde Anfang des 20. Jahrhunderts errichtet und steht unter Denkmalschutz. Er war auch Drehort der Fernsehspots der Hornbach-Kampagne „Du kannst es Dir vorstellen, also kannst Du es auch bauen.“. Deren Ziel war es, die Menschen dazu anzuregen, eigene Träume und Ideen zu verwirklichen und letztlich der Vorstellungs- und Schaffenskraft keine Grenzen zu setzen. Die Kampagne hat die Werbeagentur Heimat für Hornbach gestaltet.

Das dramaturgisch anspruchsvoll beleuchtete und inszenierte Foto „Der Schwimmer“ ist von Fotografen, Art-Direktoren und Chefredakteuren zusammen mit neun weiteren Motiven in der Kategorie „Events und Kampagnen“ aus 400 eingereichten Bildern ausgewählt worden.

Anschließend wurden Journalisten, Pressesprecher und PR-Fachleute aufgerufen, öffentlich über das beste Motiv der zehn Finalisten abzustimmen.

„Diese Auszeichnung freut uns deshalb besonders, weil unser Foto von Journalisten und Kommunikations-Experten ausgewählt wurde, die genau wissen, was qualitative Bildkommunikation ist. Wir versuchen ja, eine gleichermaßen anspruchsvolle und ästhetische Werbung zu machen und sind froh, wenn das anerkannt wird“, sagt Jürgen Schröcker, Vorstand für Marketing und Personal bei der Hornbach-Baumarkt-AG.

Die Siegerehrung findet am Mittwoch, 18. November, bei Facebook und Twitter statt. Das Gewinnerfoto von Hornbach wird zusätzlich auf Flickr, YouTube und sogar am Times Square in New York zu sehen sein.

Über HORNBACH

Die Hornbach-Gruppe ist einer der größten Betreiber von Bau- und Gartenmärkten in Europa. Der Gesamtkonzern Hornbach Holding AG umfasst neben dem größten operativen Teilkonzern Hornbach-Baumarkt-AG (Bau- und Gartenmärkte/DIY) noch die Teilkonzerne Hornbach Baustoff Union GmbH (regionaler Baustoff- und Baufachhandel) und Hornbach Immobilien AG (Immobilien- und Standortentwicklung).

Im abgelaufenen Geschäftsjahr) 2008/2009 (1.März 2008 bis 28.Februar 2009) erzielte die Hornbach-Gruppe einen Umsatz von 2,75 Mrd. Euro. Die 38 Auslandsmärkte trugen 41 Prozent zum Gesamtumsatz der Baumärkte bei. Konzernweit sind mittlerweile mehr als 13.000 Mitarbeiter beschäftigt.

1877 gegründet, ging das Familienunternehmen mit Wurzeln in der Pfalz 1987 erstmals an die Börse. Hornbach betreibt derzeit 130 großflächige Bau- und Gartenmärkte in neun Ländern, davon 92 in Deutschland. Die weiteren Länder sind Österreich, die Niederlande, Tschechien, die Schweiz, Schweden, die Slowakei, Luxemburg und Rumänien.