

02.12.2024 – 13:00 Uhr

Werbespot rührt Menschen zu Tränen

Wermelskirchen (ots) -

Mit seiner ersten internationalen Marketingkampagne, die gleichzeitig in neun Ländern gestartet wird, läutet OBI die vorweihnachtliche Zeit ein. Der Weihnachtsfilm verbindet nicht nur alle Länder, in denen der Baumarkt präsent ist, sondern zielt auch darauf ab, Menschen zusammenzubringen.

DIY ist mehr als nur ein Produkt. Es verbindet, es schafft Selbstvertrauen, es ist ein Ausdruck von Leidenschaft und Liebe. Die Projekte, die mit Herzblut entstehen, bleiben für immer im Gedächtnis. DIY verbindet Menschen, Generationen und Familien.

Mit diesen Werten präsentiert OBI seinen neuen TV-Spot, der Teil einer internationalen Kampagne ist, die in Zusammenarbeit mit der Lead Agentur Zum goldenen Hirschen, CZAR und dem Regisseur Vincent René Lortie produziert wurde. Im Mittelpunkt dieser Kampagne steht die inspirierende Botschaft: "Manche Dinge baut man nicht nur mit den Händen, sondern vor allem mit dem Herzen".

"Manfred Maus, Mitgründer der Marke OBI, hat mir immer gesagt: 'Wir verkaufen keinen Hammer und keinen Nagel, sondern das Bild an der Wand.' Vor einigen Jahrzehnten wurde dieser Gedanke in einem Lied von Udo Jürgens, *Mehr als nur vier Wände*, zum Ausdruck gebracht, das bis heute allen OBI Mitarbeiter:innen in Erinnerung geblieben ist. Der Film zeigt, warum wir in einer der bewegendsten Branchen der Welt arbeiten: Bei uns geht es um das Zuhause - den emotionalsten Ort, den es für uns gibt. Ein Ort, der Geschichten schreibt und Menschen verbindet, in guten wie in schlechten Zeiten. Das passt sehr gut zur Marke OBI, denn wir versuchen jeden Tag, Menschen zusammenzubringen und sie bei der Lösung ihrer Probleme mit den besten Expert:innen und Partner:innen zu unterstützen. Daher haben wir uns entschieden, diesen emotionalen Film zu drehen - ein echtes Novum für das Marketing bei OBI." so Christian von Hegel, Marketingchef bei OBI.

Der emotionale Film von OBI wird nicht nur in Deutschland, sondern gleichzeitig auch in acht weiteren Ländern ausgestrahlt. Christian von Hegel: "Auch das ist ein Novum bei OBI und zeigt unsere zunehmend internationale Denkweise. Wir glauben zwar fest an lokale Kundenbedürfnisse und lokal angepasstes kommerzielles Marketing, doch unsere Marke und unsere Werte sind in allen Ländern gleich. Es ist für mich eine große Freude, die Kampagne mit unseren großartigen Kolleg:innen in den verschiedenen Ländern zum Leben zu erwecken."

Der 80-sekündige Film wird in einer Vielzahl von Medien ausgespielt, darunter Online-Video-Plattformen, Social Media, Display-Werbung, Online-Audio und Out-of-Home. Auf YouTube ist eine verlängerte Version mit einer Dauer von 2 Minuten und 16 Sekunden verfügbar.

Storyline:

"Zwischen den Brüdern Nicolas und Daniel herrscht angespannte Stimmung. Sie führen ein sehr unterschiedliches Leben und auch charakterlich liegen sie weit auseinander. Seit dem Tod ihres Vaters haben die Brüder kaum miteinander gesprochen. Doch ihrer Mutter Anne zuliebe kehren sie gemeinsam, ohne ein Wort miteinander zu wechseln, nach Hause zurück.

Auch wenn die Familie hier schöne Momente miteinander erlebt, spürt man die Traurigkeit über den Verlust des Vaters.

In Gedanken und mit den Schmerzen der Vergangenheit zieht Nicolas sich zurück und sucht die verlassene Werkstatt des Vaters auf, die vor Jahren mit Liebe erfüllt war. Auch Daniel kehrt in die Garage zurück und findet dort seinen Bruder, der an der heruntergekommenen Bank arbeitet, auf der seine Eltern früher immer so gerne zusammengesessen haben.

Zunächst arbeiten sie schweigend nebeneinander. Doch während sie das Holz schleifen und neu streichen, kommen die Erinnerungen zurück: an ihren Vater, an die gemeinsamen Momente in der Kindheit. Ohne große Worte beginnen sie, ihre alten Streitigkeiten loszulassen.

Als sie mit ihrem DIY-Projekt fertig sind, sehen sie sich an und wissen: Sie haben nicht nur die Bank, die sie früher mit ihrem Vater gebaut haben, repariert, sondern auch ihre Beziehung wiederhergestellt. An diesem Weihnachtsabend

versöhnen sie sich und schenken ihrer Mutter die Bank, die ihr doch so viel bedeutet. Das ist das größte Geschenk, das sie ihrer Mutter jemals machen können."

[Hier](#) geht's zum Clip auf YouTube

Zusammengefasst

Laufzeit der Kampagne: 01.12. bis 28.12.2024

Länder: Deutschland, Italien, Österreich, Polen, Schweiz, Slowenien, Slowakei, Tschechische Republik und Ungarn.

Kanäle DE: TV, Streaming, Kino, Bild Brand Story, Landingpage, Social Media + Influenceraktivierung

Konzeption und Produktion: Zum goldenen Hirschen und CZAR

Pressekontakt:

OBI Group Holding SE & Co. KGaA
Albert-Einstein-Str. 7-9
42929 Wermelskirchen
Tel: 02196/ 76 0
Fax: 02196/ 76 1019
E-Mail: presse@obi.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100090988/100926462> abgerufen werden.