



Hau die Frau ...

... aus ihrem Rollenklischee! Der neue Hornbach-Spot zerschlägt dumme Frauenbilder drastisch und radikal.

Ein Loblied auf die Heimwerkerin

Hornbachs neuer TV-Spot setzt sich entschieden und leidenschaftlich von Frauenversteh-Spots ab.

WIENER NEUDORF. Entschieden und leidenschaftlich räumt der neue Hornbach-Spot von Heimat Berlin mit gängigen weiblichen Stereotypen und Klischees auf.

Kern der Inszenierung ist eine Frau, die nicht nur eine Wand in

ihrer Wohnung mit aller Kraft aus dem Weg räumt. Vielmehr zerschmettert sie auf gleichem Wege Frauen-Stereotypen und traditionelle Rollenbilder, dargestellt durch eine Reihe teils überlebensgroßer Skulpturen, mal in Terracotta, aber ebenso in grellem Pink. Beides ist nicht einfach, und so lautet der Slogan der Kampagne dann auch „Wir haben nie gesagt, dass es einfach ist.“

„Hornbach-Kunden sind Macher und Macherinnen gleichermaßen. Im Projekt gibt es da keinen Unterschied – auch dann nicht, wenn es richtig zur Sache geht“, erläutert Stefan Zöchbauer, Marketingleiter Hornbach Österreich. Der Spot setzt sich radikal von typischen Frauenversteh-Spots ab und bietet dabei ein Statement in einer vermeintlichen Männerdomäne – der körperlichen Schwerstarbeit beim Heimwerken inklusive Schweiß, Staub und Erschöpfung.

Vollblut-Heimwerkerinnen

„Hornbach, das heißt auch, Frauen wie Vollblutheimwerker zu behandeln; das war uns wahnsinnig wichtig, ungeschönt und echt“, sagt Guido Heffels, Kreativchef bei Heimat, der verantwortlichen Agentur. In der künstlerischen Inszenierung eint der Vorschlaghammer die parallelen Ebenen. Mit jedem

Schlag weist die Protagonistin das althergebrachte Denken in seine Schranken.

Unter den Themen finden sich „Männliche Dominanz“, die Reduktion auf ein Sexobjekt, das „Material Girl“, die Rolle als Umzorgerin der Familie bis hin zum unseligen Klischee der Prinzessin in Pink.

Final zertrümmert

Die entsprechenden Figuren wurden in drei verschiedenen Ländern hergestellt und dann am finalen Drehort zertrümmert. Mit dem Film agiert das bereits mit einem Cannes Grand Prix ausgezeichnete brasilianische Regieduo Jones+Tino erstmalig für den deutschsprachigen Markt. Die Leitung der Produktion übernahm STINK. Die Musik steuerte Thomas Berlin (48k) bei. (red)

”

Hornbach-Kunden sind Macher und Macherinnen gleichermaßen. Im Projekt gibt es da keinen Unterschied – auch dann nicht, wenn es richtig zur Sache geht.

Stefan Zöchbauer
Hornbach Österreich

“



Hornbach, die Frauen und der Vorschlaghammer: So einfach geht das.