



Joey Kelly pflegt den Strip

Al-KO und Kelly suchen den X-Treme Mäher 2012



Wer überzeugt eine prominente Jury um Joey Kelly mit seinem Rasenmäher-Video und schafft es den Titel „X-Treme Mäher 2012“ verliehen zu bekommen?

Dieser Frage geht der Sportler, Musiker und Unternehmer Joey Kelly zusammen mit AL-KO. Der Hersteller von Gartengeräten hat deshalb die Viral-Kampagne „Go X-Treme“ ins Leben gerufen. In verschiedenen Videos macht es Joey den Usern vor und präsentiert ungewöhnliche Aktionen mit einem Rasen-

So könnte es aussehen: **Joey Kelly und ein Spindelmäher bei der Rasenpflege am "Strip" in Las Vegas.**

mäher. So mäht er etwa unter Wasser und fährt auf Cross Skatern mit einem Rasenmäher einen steilen Berghang hinab.

Auf einer eigenen Microsite unter www.go-x-treme.com sind diese Videos zu sehen sein. Infos zur Aktion

gibt es auf der Facebook-Seite www.facebook.com/alko.ag. Verknüpft sind diese Videos mit der Aufforderung, ähnlich spannende Aktionen mit einem Rasenmäher zu filmen. Dem Einfallsreichtum sind keine Grenzen gesetzt. Die selbst erstellten Videos können dann bis 31. Juli 2012 auf der Microsite hochgeladen werden. Bewertet werden die einzelnen Filme von einer Jury, der unter anderem Joey Kelly selbst angehören wird. Den Gewinnern winken attraktive Preise.

Joey Kelly: „Die Aktionen haben viel Spaß gemacht. Ich freue mich auf weitere verrückte Ideen, die man mit den Rasenmähern machen kann.“

tesa

Mucki-Mann geht auf Baumarkt-Tour

Er wirft Waschmaschinen, zieht einen Feuerwehr-Löschzug 20 Meter weit und stemmt bis zu 190 Kilogramm schwere Baumstämme: Seit kurzem ist Patrik Baboumian, „Strongman“ und Diplom-Psychologe mit Schwerpunkt Hirnforschung, das neue Werbegesicht für tesa Powerbond. Mit einer Halteleistung von 100 kg pro Meter Klebeband soll es das leistungsstärkste Montageband aller Zeiten sein.

Geplant ist außerdem eine Roadshow: An bis zu zehn Terminen wird Patrik Baboumian zwischen Juni und Oktober in verschiedenen Bau- und Heimwerkmärkten vor Ort sein.

Mit zur Hochstrecke gebrachten 165 kg hält der 125-Kilo-Mann seit 2009 den Weltrekord in der Leichtgewichtsklasse.



TV: „Hart aber fair“

Frank Plasberg's schwacher DIY-Talk

„Wissen, wo der Hammer hängt – was treibt die Deutschen in die Baumärkte?“ fragte Frank Plasberg am Montag, 23. April, in seiner Talkshow „Hart aber fair“, die live in der ARD ausgestrahlt wurde. Zu Gast waren u. a. BHB-Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst** und die TV-Moderatorin **Sonya Kraus**, die vor Jahren eine TV-Heimwerker-Show moderierte. Das Interesse am Plasberg-Talk fiel recht gering aus. Nur 2,49 Mio. Zuschauer waren dabei, ge-



messen wurden 7,9 % Marktanteil. Somit holte die Baumarkt-Sendung den schlechtesten Marktanteil des Jahres. Der Durchschnittswert der Talkshow beträgt 12,1 %.

(QUELLE: QUOTENMETER.DE)

bauXpert

Spende für Kitas

Die Kita Heilig-Geist in Pinneberg, der Kindergarten „Bunte Wiese“ in Klein Meckelsen und der Kindergarten Maria Frieden in Vechna dürfen sich freuen. Sie gewannen beim Wettbewerb der bauXpert-Gruppe.

Für Bauprojekte der Kindergärten werden nun Baumaterial und Handwerkerstunden im Wert von jeweils 5000 EUR bereitgestellt. Die Kindergärten erhalten für die geplanten Projekte von den jeweiligen bauXpert-Partnern Kremer-Glismann, Wilkens und Gr. Beilage vor Ort Unterstützung.

Im Bewerbungszeitraum von Oktober 2011 bis Februar 2012 gingen 132 Bewerbungen mit konkreten Projekt Darstellungen ein. Unterstützung wünschten sich die Einrichtungen vor allem für

Guerilla-Marketing an der Alster

Hamburger Fassade mit optischer Täuschung



Auch wenn es auf den ersten Blick täuschend echt aussehen mag: Nein, das Haus am Hamburger Gänsemarkt bricht nicht zusammen. Und der attraktive Heim-

werker erfreut sich ebenfalls bester Gesundheit. Bei dem aufmerksamkeitsstarken Motiv handelt es sich vielmehr um die neue Großflächen-Kampagne „Keiner spürt es so wie du“ des Baumarkt-Unternehmens Hornbach. Der Spezialist für Guerilla-Marketing, die Hamburger Agentur Jack Germany, hat an drei Standorten in Hamburg, Berlin und München komplette Hausfassaden durch aufwendige Technik zum Leben erweckt. Die zwischen 109 m² und 125 m² großen Motive sind nur ein Beispiel für die unkonventionellen Kommunikationsmittel der Guerilla-Marketing Spezialisten. Das Unternehmen bietet seit 2009 innovative Werbeformen im Außenbereich. Das reicht von Badeenten im städtischen Brunnen bis hin zu Fahrzeugen mit gebrandeter Autogarage

Baumaßnahmen auf den Spielplätzen und Außenanlagen sowie für Modernisierungen in den Sanitärbereichen. Bei den Bewerbungen ließen die Kinder der Phantasie freien Lauf. Es gingen kleine Spielfilme, Bastelarbeiten, Märchen und eigens gedichtete Lieder ein (siehe Foto). Die Bewerbungen wurden nach den Krite-

rien Kreativität des Projektes und der Bewerbung, Notwendigkeit der Maßnahme und Anzahl der Kinder, die von der Maßnahme profitieren, bewertet. Sechs weitere Kindergärten erhielten von bauXpert und dem Lieferantenpartner Joda Gutscheine im Wert von je 333 EUR.



Wienerberger konnte im 1. Quartal die Ergebnisse deutlich verbessern. Der Konzernumsatz stieg im 1. Quartal 2002 um 3 % auf 315,3 Mio. EUR. Ausschlaggebend war der Ziegelbereich mit +9 %. Durch Kostenoptimierung lag das Ebitda mit 41,9 Mio. EUR um 59 % über dem Vorjahr.

Sein 100-jähriges Firmenjubiläum feierte das Bauzentrum **Dietrich** in Ettenheim. Mit 35 Mitarbeitern bietet es von Baustoffen über Stahl bis hin zu Heizöl eine breite Sortimentspalette.

Die Dachziegelwerke **Nelskamp** stellen einen Flächenziegel D5 vor, der in Qualität und Größe neue Maßstäbe setzt. Bei einem Bedarf von 5,5 Ziegel/m² und einem Gewicht von 5,4 kg/Stück ermöglicht er eine besonders wirtschaftliche Verlegung.

Rund 530 Teilnehmer aus **DIY-Handel** und **-Industrie** informierten sich auf dem 4. Internationalen Baumarkttagkongress des BHB in Berlin über „Die neue Chance der Baumarktbranche in den Märkten von morgen“.

PCI stellte das neue Zentrum für Forschung und Entwicklung in Augsburg vor. Die Investitionen für den Komplex beliefen sich auf 5 Mio. EUR.

Holz Possling eröffnete in Charlottenburg einen neuen Holz- und Baumarkt auf über 52 000 m² Verkaufs- und Lagerfläche. Beschäftigt werden rund 150 Mitarbeiter/innen.

Die **Lafarge SA**, Paris, hat ihren Umsatz im 1. Quartal um 39 % auf 3,15 (2,27) Mrd. EUR gesteigert. Auf vergleichbarer Basis erhöhten sich die Erlöse jedoch lediglich um 4 %. Zum Wachstum trug vor allem die übernommene Blue Circle bei.

Die **Creton AG** konnte 2001 das Konzern-Ebit um gut 4 % auf 14,1 Mio. EUR steigern. Der Konzernumsatz stieg um 8 % auf 125,1 Mio. EUR.

