

## Baustoffe

## Agentur Robert & Horst baut mit 'Ytong' und 'Silka' ihre Neugeschäftsserie aus

Die Münchener Agentur **Robert & Horst** gewinnt im Pitch gegen drei Mitbieter die Etats der Baustoffmarken 'Ytong' (Porenbeton) und 'Silka' (Kalksandsteine) der **Xella Deutschland GmbH**, Duisburg. Xella-ML **Andreas Grupe**: „Robert & Horst ist in der Markenführung der anspruchsvolle Spagat gelungen: ein behutsamer Relaunch des für Vertrauen stehenden Marktführers Ytong und gleichzeitig der prägnante Launch der jungen, unkonventionellen Marke Silka. Der gemeinsame Nenner der Kampagnen ist die humorvolle, freche Tonalität. Damit hat uns die Agentur im Nu überzeugt.“ Beide Kampagnen ähneln sich in Aufbau, Typografie und Sprache. Damit soll gezeigt werden, dass die bei-

*Kampagne läuft auch in Endverbrauchertiteln*

**YTONG**

**AUSSEN SIBIRIEN.  
INNEN TOSKANA.**

Im Winter behaglich wohnen, im Sommer angenehm kühl. Für ein ganzjähriges Wohlbefinden baut man sich lieber auf YTONG. Dank der hohen Wärmeleitfähigkeit von Lambda 0,08 W/(mK) bietet massive Porenbeton-Gebäude Schutz. Ohne Mehrkosten, ohne Wärmeverluste, ohne Zeitaufwendung. Aber mit allen Vorteilen der massiven Fassade. Ausführliche Informationen unter: 08 122 56 18 oder [www.ytong.de](http://www.ytong.de).

YTONG – zum Glück ein Vollstein.

den Marken ein sich „ideal ergänzendes Team für den Hausbau“ sind. Die Ytong-Kampagne beginnt in diesem Monat und umfasst B-to-B-Kommunikation und in Richtung Endverbraucher z.B. Anzeigen in Special-Interest-Titeln (Media: **Media + More**, München). Silka wird im puncto Anzeigen nur in Fachtiteln beworben. Die Kampagnen sind erst der Startschuss für umfassende Marketingaktivitäten. Geplant sind ebenso Events sowie Vertriebs- und Messemarketing. Neben ML Gruppe ist bei Xella auch **Martina Langnickel**, Managerin Marketing Kommunikation, zuständig.

Für Robert & Horst bedeutet der Xella-Gewinn die Fortsetzung einer Erfolgsserie. Allein im letzten halben Jahr gewann die Full-Service-Agentur sieben neue Kunden: z.B. Bayerisches Fernsehen, die Modemarke Hudson und den Online-Vermarkter Affilinet. Die Werber sind spezialisiert auf „crossmediale Kampagnen, die auffallend und originell genug sind, um zugleich in den Zielgruppen virales Marketing auszulösen“. Am Stammsitz München beschäftigt die Agentur 27 Mitarbeiter plus 5 bei der Tochter Webguerillas. Außerdem unterhält Robert & Horst Büros in Wiesbaden und Rheda-Wiedenbrück mit jeweils drei Mitarbeitern.