



ROBERT
& HORST

R & H MARKETING GMBH
PESTALOZZISTR. 13+15
80469 MÜNCHEN

TEL 089 - 23 555 20
FAX 089 - 23 555 222
ISDN 089 - 26 025 126
info@robertundhorst.de
www.robertundhorst.de

GESCHÄFTSFÜHRER
DAVID EICHER
TIMOTHY GROVES
JÖRG LACKNER
GUNTHER WEIS

AMTSGERICHT MÜNCHEN
HRB-NR. 99 922
STEUER-NR. 9187/82227491
UST-IDNR. DE 151201640

PRESSEMITTEILUNG

Robert & Horst baut neue Kampagnen für YTONG und SILKA

Xella Deutschland vertraut seine starken Marken YTONG und SILKA der klassischen Full-Service-Agentur Robert & Horst an. Die Münchner gewinnen damit den siebten Etat in nur sechs Monaten.

München, 02. Februar 2006 – Die Full-Service-Agentur Robert & Horst Marketing GmbH hat den Pitch um die Baustein-Marken YTONG und SILKA gewonnen. Die Münchner überzeugten den Bauriesen Xella Deutschland, Duisburg, mit zwei humorvollen Kampagnen und einem für die Baubranche eher ungewöhnlichen Kommunikationsstil.

„Robert und 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“, so Andreas Grupe, verantwortlicher Marketingleiter bei Xella Deutschland.

Beide Kampagnen ähneln sich in Aufbau, Typografie und Sprache, sind jedoch in wesentlichen Facetten verschieden. „Auf diese Weise unterstreichen wir die Zusammengehörigkeit von YTONG und der noch jungen Marke SILKA, skizzieren aber zugleich die jeweiligen Markencharakteristika“, sagt Gunther Weis, Kreativ-Geschäftsführer bei Robert & Horst. Denn: Die beiden Marken sollen als sich ideal ergänzendes Team für den Hausbau positioniert werden.

In der Kampagne für **YTONG** hebt Robert & Horst jene Qualität hervor, die YTONG zum Marktführer gemacht hat: die Kombination aus hochwertigem Material und Rundum-Service. Dazu entwickelte Robert & Horst eine klassische Kampagne, die ab Februar sowohl für die B-to-B- als auch für die B-to-C-Kommunikation in Printmedien eingesetzt wird. Auch im Internet und am PoS (Baufachhandel) wird die Porenbeton-Marke YTONG zukünftig durch spektakuläre Werbung und Aktionen von sich reden machen.



ROBERT
&
HORST

R & H MARKETING GMBH
PESTALOZZISTR. 13+15
80469 MÜNCHEN

Parallel dazu entwarf Robert & Horst eine Typo-Kampagne für die noch junge Marke **SILKA**, die Xella erst vor einem Jahr in den Markt kommunizierte. Die Kalksandsteine werden mit jugendlich-frischer Kommunikation als ideale Ergänzung zu YTONG-Steinen eingeführt. Robert & Horst setzt dazu Anzeigen und Online-Motive ein, die durch selbstbewusst-forsche Statements auffallen. Zum Beispiel: *„So wird das Klavier Piano“* - *„500 Gramm Sand, 40 Gramm Kalk, ein ½ Liter Wasser und 2 Tonnen Service“*

Die duale Markenkommunikation von YTONG und SILKA vereint sich schließlich in einem Motiv mit der Aussage: *„Eigentlich kann man SILKA nur mit YTONG vergleichen“*.

Sowohl die YTONG- als auch die SILKA-Motive werden in Baufachtiteln erscheinen, etwa in „Deutsches Architektenblatt“; „Baumarkt + Bauwirtschaft“ und „Die Wohnungswirtschaft“. Für YTONG werden zudem Platzierungen in Bautiteln für Endverbraucher gebucht, etwa in „Hausbau“, „Das Einfamilienhaus“, „Der Bauherr“ und „Bauen & Renovieren“.

Die im März startenden Kampagnen für YTONG und SILKA sind erst der Startschuss für umfassende Marketingaktivitäten. Geplant sind neben klassischen Marketingaktivitäten Eventmarketing-Aktionen sowie Vertriebs- und Messemarketing. Die forschenden Statements des Marktführers YTONG einerseits und des Pioniers SILKA andererseits begrüßen in Zukunft auch wöchentlich die User auf den Websites und bleiben Bauherren, -unternehmern und Architekten in einem Jahreskalender erhalten.

Für die Agentur Robert & Horst bedeutet der Gewinn des Kunden Xella Deutschland die Fortsetzung einer seit Monaten anhaltenden Erfolgsserie. Allein im letzten halben Jahr gewann die Full-Service-Agentur, die zugleich auf Alternative Werbeformen spezialisiert ist, sieben neue Kunden: u. a. den Etat des Bayerischen Fernsehens, der Modemarke Hudson und des Online-Vermarkters Affilinet.

Dass eine klassische Agentur wie Robert & Horst den Pitch eines Unternehmens der Baubranche gewinnt, ist ungewöhnlich: Üblicherweise vertrauen diese eher auf Bau-Fachagenturen, was bisher auch für YTONG galt. „Uns war neben den sauber aufgesetzten Markenkampagnen wichtig, Xella Deutschland in der B-to-B-Kommunikation als modernes, kundenorientiertes Unternehmen zu präsentieren: mit frischen Ideen, viel Flexibilität und einem überragenden Service-Portfolio. Dies zu vermitteln, ist den Münchnern einfach gut gelungen“, sagt Martina Langnickel, Managerin Marketing Kommunikation bei Xella Deutschland.



ROBERT
&
HORST

R & H MARKETING GMBH
PESTALOZZISTR. 13+15
80469 MÜNCHEN

Das Team bei Robert & Horst:

Gunther Weis	GF Kreativ-Direktion Klassik
Tim Groves	GF Kreativ-Direktion Web
David Eicher	GF Strategie/Beratung
Miriam Hegetusch	Beratung

Das Team bei Xella:

Martina Langnickel	Managerin Marketing Kommunikation
Andreas Grupe	Marketingleiter

Xella Deutschland: Das Duisburger Unternehmen ist Marktführer bei Porenbeton (YTONG) und Kalksandstein (SILKA). Insgesamt verfügt Xella Deutschland über 19 Produktionsstandorte für Kalksandsteine und 11 Porenbetonwerke. Das Unternehmen ist eine Tochter von Xella International, die auch Marken besitzt wie Hebel (Wirtschaftsbau), Aestuver (Brandschutzplatten), Fermacell (Gipsfaserplatten) und Multipor (Mineraldämmplatten). Xella International beschäftigt rund 7.900 Mitarbeiter. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2004 rund 1,4 Milliarden Euro.

Die R&H Agenturgruppe in Kürze: Zur Robert & Horst Agenturgruppe (www.robertundhorst.de) gehören im Kern die Robert & Horst Marketing GmbH sowie die webguerillas GmbH. Die Werber sind spezialisiert auf crossmediale Kampagnen mit Online- und Offline-Maßnahmen, die auffallend und originell genug sind, um zugleich in den Zielgruppen virales Marketing (Mundpropaganda) auszulösen. Robert & Horst (R&H) verlässt gerne etablierte Werbepfade. Für Special Services wie virales Marketing im Internet oder Guerilla-Marketing gründete R&H im Jahr 2000 das Spin-off webguerillas (www.webguerillas.de). Die jüngsten internationalen Preise belegen den Erfolg der Full-Service-Agentur. Unter anderem wurde R&H 2005 mit dem iF Designaward für den Online-„Handlesers“ des Kunden T-Online ausgezeichnet. Für denselben Kunden schaffte es R&H 2004 mit der Online-„Cash-Machine“ auf die Shortlist der Cyberlions in Cannes und gewann eine Bronzemedaille bei den New York Festivals. Weitere Kunden sind u. a. Lee Jeans, weg.de, Buena Vista Home Entertainment, Logitech, Hudson, die Bavaria Film-Gruppe und sueddeutsche.de. Mittlerweile arbeiten 33 Mitarbeiter an drei Standorten (München, Wiesbaden und Rheda-Wiedenbrück) für die Agenturgruppe. Die Agentur Robert & Horst wurde 1997 in München gegründet.

Für weitere Informationen steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Henriette zu Dohna
Medien-Referentin
Robert & Horst Agenturgruppe
Pestalozzistr. 13-15, 80469 München
Tel: +49-89-235552-0
Mob: +49-176-24066941
E-Mail: hd@robertundhorst.de