

PRESSEMITTEILUNG

Ein Jahr Überraschungsmomente mit HanXX Media

Erfolgreicher Positionierung folgen ambitionierte Ziele für 2013

Köln, 17. April 2013. Erst zwölf Monate ist es her: Im April 2012 setzten die beiden Ambient- und Außenwerbe-Experten Oliver Welter und Alexander Houben auf ihre Kenntnisse im Umgang mit der Szene und dem Markt in Deutschlands Metropolen, gründeten HanXX Media und vermarkten seither erfolgreich außergewöhnliche Ambient- und Out-of-Home-Medien. Mit Beck's, Adidas, Universal Music, Sony Music, Converse und vielen anderen namhaften Marken mit Kultstatus präsentierten bereits zahlreiche Größen des Werbemarktes ihre Produkte auf HanXX-Medien. Zudem inszenierte der Kölner Vermarkter Kampagnen für aktuelle Kinoproduktionen wie „G.I. JOE“ und „Hänsel und Gretel“ ebenso wie für musikalische Megaseller wie P!NK, David Bowie und Daft Punk.

Jüngstes HanXX-Projekt ist die Kampagne für Concorde Home Entertainment, die den DVD- und Blue-Ray-Release des großen "Twilight"-Finales „Breaking Dawn Teil 2“ mit Out-of-Home-Medien begleitet hat. Infoscreen-Spots in insgesamt 17 Großstädten, Plakate in bundesweit 46 Städten sowie City Vans, die am Veröffentlichungstag in ausgewählten Großstädten unterwegs waren, kamen vor Ostern zum Einsatz.

Das inzwischen auf sechs Fachleute angewachsene Team kann stolz Bilanz ziehen: Die wirtschaftlichen Ziele des ersten Jahres sind erreicht, konnten zum Teil sogar übertroffen werden. Insbesondere die letzten Monate brachten einen stetig wachsenden Auftragsbestand und immer größere Budgets. Die strategische Besetzung von Key Medien ist bereits realisiert. „Wir konnten uns und die Marke HanXX klar am Markt positionieren. Im Außenwerbe- und Ambient-Markt kommt man an uns nicht mehr vorbei, wenn es um die Ansprache der jungen Zielgruppen geht“, so Oliver Welter, Geschäftsführer HanXX Media.

Ein Beispiel für den Erfolg ist die Erweiterung des Werbeformats HanXX Fence auf Flächenmaße mit vier Metern Höhe: „Das macht nicht nur das beworbene Produkt, sondern zweifellos auch uns deutlich sichtbarer. Das hat uns überzeugt, unsere Marke durch neue Medienbezeichnungen unserer Produkte fest zu verankern“, erklärt Welter. Angebote wie Xity Frames oder Xity Poster heißen ab jetzt HanXX Frames oder HanXX Poster.

Die Entwicklungen im ersten Jahr machen selbstbewusst: „Bis Ende 2013 wollen wir das Ziel Marktführer für Out-of-Home-Medien für Produkte der Jugendkultur erreicht haben“, ergänzt Welters Gründungspartner und Geschäftsführer Alexander Houben.

Zahlreiche neue Projekte geben dem Anspruch Auftrieb: So setzt beispielsweise Sneakers-Hersteller Converse in seiner Kampagne für die „Well Worn“-Kollektion der kultigen „Chuck’s“ auf HanXX-Medien. In Berlin, Köln und München ist zudem Adidas derzeit auf dem großformatigen Bauzaun-Medium HanXX Fence zu sehen. Und HanXX Media ist zertifiziert: Für HanXX Fence, HanXX Poster und HanXX Frame wurde gerade das Siegel des Fachverbandes Ambient Media (FAM) vergeben.

Bildmaterial zu HanXX Media erhalten Sie unter

<http://www.hanxx.de/?p=presse>

Pressekontakt

Rossner Relations
Stefanie Rossner
Lindenstraße 14
50674 Köln
Telefon: 0221/92 42 81 44
Fax: 0221/92 42 81 42
E-Mail: rossner@rossner-relations.de
www.rossner-relations.de

HanXX Media GmbH – Häng's auf!:

Im April 2012 gründeten die Ambient- und Außenwerbe-Experten Oliver Welter und Alexander Houben das Start-up HanXX Media. Die junge Kölner Media-Agentur mit Sitz in der Bayernwerft positionierte sich als Vermarkter für Out-of-Home-Medien und bietet ein ungewöhnliches Portfolio, das insbesondere Kampagnen für Jugendkultur-Produkte inszenieren kann. HanXX bringt Werbebotschaften durch klassische Plakate – gerne auch in XXL, mobile Werbeträger, oder überraschende Guerilla-Medien an die Zielgruppe. Im April 2013 zogen die HanXX-Macher die logische Konsequenz aus der erfolgreichen Positionierung der Werbeformate am OoH- und Ambient-Markt und nahmen die Marke HanXX auch in ihre Produktbezeichnungen auf. Kunden des Vermarkters sind u.a. Anheuser Busch, Adidas, Converse, Paramount Pictures, 20th Century Fox, Concorde Home Entertainment, Sony Music, Universal Music, Warner Music, oder Net Cologne. HanXX Media ist Mitglied im Fachverband Ambient Media (FAM) und im Fachverband Außenwerbung (FAW). Mehr zu HanXX Media finden Sie auch im Netz unter www.hanxx.de.