

THE AMBITION wird Deutschlands erste Consulting Company für Hiphop Culture

Veröffentlicht am: 11.01.2021, 10:22

Pressemitteilung von: **MAYR PR // Markus Mayr**

Düsseldorf, den 11. Januar 2021 - Mode, Design, Luxusgüter: Hiphop-Kultur hat sich zu einem enormen Wirtschaftsfaktor entwickelt. Gucci, Mercedes Benz und Paris Saint Germain verjüngen durch sie ihre Marken. Unternehmen wie Beats by Dre, Supreme und Yeezy, die aus der Kultur heraus entstanden sind, machen Milliardenumsätze. Doch den meisten Unternehmen gelingt es bisher nicht, dieses enorme Potenzial für sich zu nutzen. Hier setzt THE AMBITION an, Deutschlands erste Consulting Company für Hiphop Culture. THE AMBITION berät und begleitet Unternehmen dabei, von den Geschäfts- und Marketing-Potenzialen der Hiphop-Kultur nachhaltig zu profitieren.

Die Kaufkraft ist gewaltig: In Deutschland fühlen sich mehr als 19 Millionen Menschen der Kultur zugehörig. Vier Generationen hören Rap, tragen Sneaker und Street-Fashion, teilen eine Lebenseinstellung. Vor allem die von Marken umworbenen jungen Zielgruppen gehören dazu: 42 Prozent der Generation Z identifizieren sich mit Hiphop und kaufen bevorzugt Marken mit entsprechender DNA. Und auch die kommende Generation - "Gen Alpha" - wächst mit Hiphop als größter kultureller Strömung auf. Bemerkenswert ist auch das Konsumverhalten: In einer aktuellen Untersuchung gab jeder dritte Hiphop-Interessierte an, monatlich 100 Euro oder mehr für Produkte und Dienstleistungen mit Hiphop-Bezug auszugeben. Zusammengerechnet ergibt dies eine Kaufkraft von einer halben Milliarde Euro pro Monat.

"Hiphop definiert, was cool ist, setzt Design-Trends, prägt Bildästhetiken und unsere Sprache. Über diesen Hebel erreicht man die ganze Gesellschaft. Das treibt Umsätze und Margen nach oben und liefert Unternehmen einen langfristigen Wettbewerbsvorteil", so Phillip Böndel, CEO von THE AMBITION. Böndel gehört zu Deutschlands bekanntesten Experten für Markenführung. Bevor er als Geschäftsführer bei der renommierten Kreativagentur BUTTER. Unternehmen wie Kentucky Fried Chicken oder die Krombacher Brauerei betreute, arbeitete er im Musikmanagement von Rappern wie Kool Savas und Eko Fresh. Böndel: "Cultural Marketing ist ein Ansatz, der Marken von dem Druck befreit, Trends hinterherzurrennen. THE AMBITION entwickelt Lösungen, die Unternehmen so in der Kultur verwurzeln, dass sie zu aktiven Gestaltern werden und in der Kultur organisch wachsen."

"89 Prozent der Verbraucher halten die kulturelle Relevanz einer Marke für einen wichtigen Kauffaktor. Cultural Marketing funktioniert allerdings nur mit einem ganzheitlichen Ansatz", ergänzt Tobias Kargoll, Chief Cultural Officer von THE AMBITION und Herausgeber von Hiphop.de, dem größten Magazin für Musikkultur im deutschsprachigen Raum. "Wenn man Teil einer Kultur werden möchte, helfen einzelne Aktionen nicht. Menschen durchschauen, wer ein ehrliches Interesse hat." Erfolgreiche Unternehmen setzen deshalb bereits bei Unternehmensstrategie und Produktentwicklung an: "Sie verstehen die Codes der Kultur, verinnerlichen das Mindset. Wer glaubwürdig agiert, profitiert nachhaltig."

Erste Verträge wurden bereits geschlossen. So hat sich zum Start u. a. Red Bull die Expertise von THE AMBITION gesichert. Phillip Böndel: "Wir suchen Unternehmen, die unsere Ambition teilen und ein glaubwürdiges Interesse an der Kultur mitbringen. Das Feedback auf unser Angebot war schon vor dem Start extrem positiv. Wir sind sicher, dass zukünftig kaum ein renommiertes Unternehmen daran vorbeikommen wird, sich fundierte Gedanken über die Bedeutung der Hiphop-Kultur für ihr Business zu machen."

Über Phillip Böndel

Phillip Böndel ist anerkannter Markenexperte und wurde vom Branchenmagazin W&V zu einem der "Top-100 Köpfe des Jahres 2021" gewählt. Nach mehreren erfolgreichen Jahren als Berater Deutschlands bekanntester Rapper (u. a. Kool Savas, Eko Fresh, AZAD) baute er ab 2014 die Digitalabteilung der renommierten Düsseldorfer Kreativagentur BUTTER. auf und wurde Ende 2017 in die Geschäftsführung berufen. Seit 2019 ist Böndel zudem im Vorstand des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen (GWA) tätig und für die Nachwuchsarbeit sowie Großevents verantwortlich. Anfang 2020 startete er mit seinem Partner Tobias Kargoll unter dem Dach der Handelsblatt Media Group den wöchentlichen Business- & Karriere-Podcast "LRNINGS?", welcher bereits im ersten Jahr mehr als 18.000 Abonnenten verzeichnet. Seine Geschäftsführertätigkeit bei BUTTER. bleibt durch die Gründung von THE AMBITION unberührt.

Über Tobias Kargoll

Tobias Kargoll ist Medienmanager und gehört zu Deutschlands führenden Experten für Hiphop-Kultur. Nach mehreren Jahren als freier Redakteur und Videomoderator wurde der studierte Sozialwissenschaftler 2012 Herausgeber des größten deutschsprachigen Magazins für Musikkultur, Hiphop.de. Kargolls Unternehmen ManeraMedia setzt für Kunden wie KIA, Samsung, Xiaomi, Snipes und Sony Music Corporate-Publishing-, Content- und Influencer-Marketing-Kampagnen in der Hiphop-Kultur um. Seit 2017 unterrichtet Tobias Kargoll digitales Publishing an der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf. Seit 2019 ist er Mitveranstalter des Musikproduzenten-Kongresses beatcon. Anfang 2020 startete er mit Phillip Böndel den Business- & Karriere-Podcast "LRNINGS?" beim Handelsblatt.

Pressekontakt

MAYR PR
Markus Mayr
+49-1512-1141977
markus@mayr-pr.de
www.mayr-pr.de

Pressekontakt

Herr Markus Mayr
Gründer und Inhaber

MAYR PR
Brüderstraße 17
22307 Hamburg, Deutschland

Telefon: 015121141977
E-Mail: markus@mayr-pr.de
Website: mayr-pr.de/

Firmenportrait

Die Hamburger Agentur wurde 2014 gegründet und ist auf die Betreuung von Unternehmen aus Kommunikations- und Digitalbranche spezialisiert. Ihre Kompetenz liegt vor allem darin, fokussierten Markenaufbau für Firmen wie Personen zu betreiben. MAYR PR hat in den letzten Jahren für Agenturen und Unternehmen wie das Allianz-Startup abracar, Beiersdorf, Gruner + Jahr, Jung von Matt/sports, Ogilvy, die Performance Interactive Alliance, Stoyo, TLGG sowie die Volkswagen-Tochter heycar gearbeitet.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>