

# AXE omarmt de muziek met Martin Garrix

Pieter Van der Meer

27 september 2018

**Voor deodorantmerk AXE is muziek altijd al een belangrijk onderdeel geweest in de marketing. Het merk van Unilever heeft al eigen concertreeksen gehad en ook in veel reclamespotjes speelt muziek een belangrijke rol. Met een nieuwe samenwerking met dj Martin Garrix omarmt AXE de muziek nog steviger.**

Martin Garrix en AXE hebben onlangs een nieuw muziekplatform gelanceerd: AXE Music. Garrix wordt een van de ambassadeurs van het internationale platform. De nauwe samenwerking tussen de dj en het deomerk is al te zien in de videoclip van het nummer 'Burn Out'. In deze video wordt de eigen limited edition bodyspray van Martin Garrix ook slim gepromoot. Bekijk de videoclip hieronder:

"Ik voel me erg vereerd om deel uit te maken van de start van het Axe Music platform", zegt Garrix. "Ik hou van de campagnes die Axe in het verleden heeft gedaan. Toen we elkaar ontmoetten in mijn studio voelde ik een goede band, wat erg belangrijk is voor mij bij dit soort samenwerkingen. Ik ben erg tevreden met het resultaat van de video voor mijn nieuwe single Burn Out."

## Winactie rond ADE

Behalve de slimme productplacement in de video van Martin Garrix, zal AXE ook rond ADE de samenwerking meer invulling geven. AXE is al een winactie gestart waarbij fans kans kunnen maken op VIP-tickets en een 'meet and greet' voor de show van Martin Garrix tijdens ADE.

## AXE Blackstage

Het is niet voor het eerst dat AXE nadrukkelijk de live muziek opzoekt voor activiteiten. In 2015 had AXE een eigen concertreeks opgezet: de AXE Blackstage. Voor die twee concerten op bijzondere locaties konden AXE-gebruikers tickets winnen door te zoeken naar verborgen gouden deobussen. De winnaars kregen zo in een intieme setting een akkoestisch concert van Kenington

in de Domtoren in Utrecht en Typhoon in de Broerenkerk in Zwolle.

Bekijk hier een van de optredens van Kenington in de Domtoren: