

Jetzt neu in Europa - die Metropole RUHR

13.03.2009, 14:06 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *KNSK*



So begrüßt die Metropole RUHR die Besucher am Messeeingang Süd.

Die Metropole wie? Sie haben schon richtig gehört: Die Metropole Ruhr betritt im Kulturhauptstadtjahr 2010 die große Bühne Europas. Aber schon im Jahr 2009 hat sie ihren ersten Auftritt - auf der Internationalen Tourismusbörse ITB, der weltgrößten Reisemesse in Berlin. Dort spielt sie gleich ihre erste Hauptrolle: Denn mit der Metropole Ruhr fungiert in diesem Jahr erstmals kein Land, sondern eine Region als offizieller Partner der ITB.

Noch bis zum 15. März zeigt die Metropole Ruhr dem Fach- und Privat- publikum in Berlin, was in ihr steckt: über fünf Millionen Menschen aus über 180 Nationen in 53 Städten und Gemeinden. Im ehemaligen "Kohlenpott" macht man mit Theatern, Fußballstadien, Museen, Currywurstbuden und vor allem den Menschen all den etablierten Metropolen Europas Konkurrenz. Mit einer großen Portion Humor, einer ordentlichen Dosis Understatement und vor allem auf die ehrliche Art zeigt der Messeauftritt, was man von einem Urlaub im Ruhrgebiet erwarten kann - und das ist eine ganze Menge. Die Plakate von RUHR.2010 stechen zwischen den immer gleichen Hochglanz- bildern der bekannten Metropolen und Südseeparadiese hervor: bodenständig, hintergründig und gewürzt mit einer Prise Selbstironie. Zum Beispiel die Plakatwand am Messeeingang Süd, dem Rondell: Auf dieser Fläche haben eigentlich sechs unterschiedliche Plakate, getrennt durch die Stahlstreben des Gebäudes, Platz - RUHR.2010 macht daraus ein großes Plakat mit der Headline "Die Kulturhauptstadt lässt sich durch nichts aufhalten. Schon gar nicht durch diese Streben hier." und setzt sich damit über alle vermeintlichen Hindernisse hinweg. Weitere Plakate mit frechen, ehrlichen Motiven aus dem Ruhrgebiet vermitteln die vielfältigen Möglichkeiten der Urlaubsgestaltung auch in den Berliner Messehallen. Headlines wie "Sie müssen nicht nach Malle fahren, wenn Sie Zechen mögen." oder "Ihre Frau spielt Ihnen was vor? Die Theater der Kulturhauptstadt können das besser!" zeigen: In der Metropole Ruhr gibt's für jeden das richtige Urlaubsprogramm.

Auf der ITB lässt sich in diesem Jahr also eine spannende neue Metropole entdecken. Und das Potenzial zum Star, das hat die Metropole Ruhr allemal. Die Metropole Ruhr finden Sie auf der ITB in Halle 8.2, Stand 101, oder unter www.ruhr2010.de

Betreuende Werbeagentur ist KNSK in Hamburg.
GF: Werner Knopf, CD: Claudia Bach

Pressemitteilung
Thema: RUHR.2010 ist Partnerregion der ITB in Berlin.

Portrait

KNSK ist eine Kreativagentur für klassische Werbung mit Sitz an der Hamburger Aussenalster. Zu den Kunden zählen Evonik, Daimler Chrysler, das Bundesministerium für Umwelt, Campina, Herlitz PBS AG, telegate, WMF u.v.m. Die Agentur hat 120 Mitarbeiter, wobei der Großteil in der Kreation tätig ist. Geschäftsführer sind Werner Knopf, Detmar Karpinski und Wolfgang Sasse. Die Agentur existiert bereits seit 1987. Die wohl langjährigste Kampagne aus dem Hause KNSK ist "Lucky Strike. Sonst nichts."

News-ID: 291053 • Views: 1694 (Stand: 08.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/291053/Jetzt-neu-in-Europa-die-Metropole-RUHR.html>