

Auslandsmarketing in den Niederlanden - die Metropole Ruhr mit Guerilla-Straßenmarketing in Arnhem

Nach dem erfolgreichen Start des Auslandsmarketing im Oktober, das bis dato vornehmlich für eine erste digitale Positionierung der Ruhr Tourismus GmbH (RTG) auf dem niederländischen Markt sorgte, folgt nun die erste Marketing-Aktion in Arnhem.

Der heutige 16. November 2018 ist somit der zweite Startschuss dieser Kampagne und beleuchtet die Highlights der Metropole Ruhr in Arnheims Stadtzentrum – und das im wahrsten Sinne des Wortes. Insgesamt fünf verschiedene Highlight-Spots der Metropole Ruhr, dargestellt in 3D-Graffiti-Art und mit einer Größe von 25 qm, sind über den gesamten Winter im Musiskwartier in der innerstädtischen Fußgängerzone der Studentenstadt zu bestaunen.

Das professionelle niederländische Kollektiv „Graffitinetwerk“ wurde hier als künstlerischer Partner gewonnen und hat in den letzten Tagen in Guerillamarketing-Manier bereits damit begonnen die riesigen Motive auf den Boden, bzw. die Wand in der Innenstadt von Arnhem zu „sprühen“. Das Besondere hierbei, die mit spezieller Sprüh-Farbe angefertigten Bilder haben einen optisch täuschenden 3D-Effekt, sodass der Betrachtende den Eindruck hat er befinde sich in oder auf dem Bild.

Zum offiziellen Start der Aktion am heutigen Freitag findet ab 15:30 Uhr eine kleine Eröffnungsfeier im Stadtzentrum Arnheims statt. Hier werden der Künstler, Vertreter der RTG und der Gemeinde Arnhem sowie einige Journalisten und lokale Akteure vor Ort sein. Nach einer kurzen Begrüßung gibt es einen Rundgang mit dem Künstler, der von der Idee und Umsetzung der Kunstwerke berichten wird.

Mit der Stadt Arnhem und dem Musiskwartier im Stadtzentrum wurden zwei starke Partner für diese erste und für geplante weitere Aktionen der langfristigen Kampagne gefunden. Neben der günstigen geographischen Lage und den dadurch ohnehin seit langem bestehenden regen Verkehr und Austausch der beiden Grenzregionen, konnte hierdurch die Zusammenarbeit auf regionaler Ebene intensiviert werden. „Kreative und spannende Marketingaktionen wie diese in Arnhem sind besonders geeignet um sich auf dem Markt zu positionieren und präsent zu sein. Durch die gezielte Schwerpunktsetzung werden die bereits vorhandenen positiven wirtschaftlichen Effekte der Industriekultur genutzt und gesteigert. So freuen wir uns in Zukunft auf noch mehr niederländische Besucher in der Metropole Ruhr.“, so Axel Biermann, Geschäftsführer von Ruhr Tourismus.

Im Rahmen der Werbeaktion startet ebenfalls heute ein Fotowettbewerb, bei dem das beste und kreativste Selfie, das auf bzw. mit den 3D-Bildern entsteht und bei Instagram geteilt wird, gekürt wird und der Gewinner eine spannende Reise in die Metropole Ruhr gewinnt. Die 3D-Streetart-Motive sind über den gesamten Winter, bis zum 14. Februar 2019 zu sehen.

Das Bildmaterial zu der Marketingaktion wird am 16.11.2018, ab 19:00 Uhr unter folgendem Link zur Verfügung stehen:

presse.ruhr-tourismus.de/latest_media/tag/industriekultur#filter-list-items