

RADICAL ADVERTISING Ausstellung mit dem "MINI Hotel International" als Highlight. Das NRW-Forum Kultur und Wirtschaft in Düsseldorf zeigt die Ausstellung RADICAL ADVERTISING vom 5. April bis 17. August 2008.

02.04.2008 - Düsseldorf. Die Ausstellung mit dem provokanten Titel zeigt, dass der Wechsel vom 20. zum 21. Jahrhundert einen radikalen Paradigmenwechsel in der Werbung markiert. Eines der spektakulärsten Ausstellungsstücke wird dabei das "MINI Hotel International" sein. Die Ausstellung zeigt die Adbuster Kampagnen und die kritischen Kunstreflexionen von Künstlern wie Jeff Koons, Damien Hirst, Cindy Sherman und Daniel Buehler ebenso wie die meinungsbildenden Kampagnen von Benetton, Sisley oder Diesel, von Helmut Lang, Calvin Klein oder Comme des Garçons.

MINI verfügt zwar über sehr seriöse Technik, aber als Marke nimmt MINI sich und die Welt nicht allzu ernst. Mit frechen Aktionen, die so bisher nicht mit einem Auto in Verbindung gebracht wurden, stellt sich MINI immer wieder als David gegen Goliath dar, der mit cleveren, unkonventionellen Aktivitäten immer wieder viel zusätzliche PR und Berichterstattung generiert.

"Für MINI hat unkonventionelles Marketing eine besondere Bedeutung innerhalb aller Kommunikationsaktivitäten. Daher haben wir auch wieder zur Einführung des neuen MINI Clubman auf innovative und überraschende Aktionen gesetzt, um unsere Zielgruppen zu erreichen" erklärte der Leiter MINI Brand Communication Andreas-Christoph Hofmann. Zum Beispiel lädt "The other Disco", ein MINI Clubman mit Soundsystem, Turntables und DJ, zum spontanen Partyevent ein.

Extra zur Fußballweltmeisterschaft 2006 gestaltete MINI für die Fußballbegeisterten aus aller Welt einige MINI im Look von mobilen "Fan Hotels". In den verschiedenen WM-Städten hieß es dann zu unterschiedlichen Spielen "Willkommen im MINI Hotel International", "MINI Hotel Brasilien", "MINI Hotel Italien" und "MINI Hotel Frankreich" - denn natürlich waren die MINI Hotels immer genau dort, wo die Weltmeisterschaft gerade am Spannendsten war.

Damit sich jeder Fußballfan während der Weltmeisterschaft wirklich wie zuhause fühlen konnte, gab es neben dem "MINI Hotel International" auch einige MINI Länder-Hotels in den entsprechenden Nationalfarben. Zum Probeliegen öffnete ein MINI Promoter den Fans gerne die Autotüren. Das "MINI Hotel International" wurde sogar so komfortabel ausgebaut, dass man auf Wunsch die ganze Nacht dort logieren konnte.

Neben "MINI Hotel International" ist das Highlight der Ausstellung ein Comme des Garçons Guerillastore, der mit den neuesten Modellen des Modelabels und mit Retro-Produkten bestückt ist. Eine Boutique, die mit Ausstellungsbeginn auftaucht und an ihrem Ende wieder verschwindet. Ein Konzept, das Comme des Garçons schon in vielen Städten, wie z.B. Berlin, Singapur, Krakau, Glasgow, etc. verwirklicht hat, jedoch noch nie in einem Museum.

Während die Ausstellung die Geschichte der Schockwerbung an vielen Beispielen aufrollt und die schnellstlebigen Beispiele von Pop-Up Stores und Guerilla-Aktionen plastisch erlebbar macht, liefert der über 400 Seiten starke Katalog neben den hunderten Bildbeispielen Texte von Peter Wippermann und Diederich Diederichsen sowie zahlreiche Interviews, die Hermann Vaske mit den Protagonisten des Radikalen wie Renzo Rosso (Diesel), Oliviero Toscani (Benetton), Kalle Lasn (Gründer von Adbusters) und Kreativen aus aller Welt führte.

#### RADICAL ADVERTISING

5. April bis 17. August 2008

NRW - Forum Kultur und Wirtschaft

Ehrenhof 2

40479 Düsseldorf

Di-So 11.00 - 20.00 Uhr

Fr. bis 24 Uhr

Weitere Fragen beantwortet Fr. Petra Wenzel bzw. Hr. Werner Lippert unter [info@projects.ag](mailto:info@projects.ag).

Fotomaterial in Feindatenqualität können im BMW Group PressClub unter [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) abgerufen werden.

Weitere Informationen über RADICAL ADVERTISING finden Sie auch unter [www.radicaladvertising.de](http://www.radicaladvertising.de) oder [www.nrw-forum.de](http://www.nrw-forum.de)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Giuseppe Faranna, BMW Group, Sprecher Lifestyle MINI

Telefon: +49 (0)89 382- 51735, fax: +49 (0)89 382- 28017

Cypselus von Frankenberg, BMW Group, Leiter MINI Produktkommunikation

Telefon: +49 (0)89 382- 30641, fax: +49 (0)89 382- 20626

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

E-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)