

PRESSEMITTEILUNG

Datum: 21.07.2010

Seite 1 von 4

Still-Leben Ruhrschnellweg

Agentur TAS aktiviert 3 Millionen Menschen

Projekt „Still-Leben Ruhrschnellweg“ übertrifft alle Erwartungen

Essen, 21. Juli 2010. Es war ein Fest der Superlative! Am Sonntag, 18. Juli 2010, ist das Kulturhauptstadtprojekt „Still-Leben Ruhrschnellweg“ erfolgreich über die längste asphaltene Bühne des Ruhrgebiets gegangen. Rund drei Millionen Menschen feierten, flanierten, radelten, skateten, lachten und tanzten auf der Autobahn A40 zwischen Duisburg und Dortmund. Ein Erfolg auf der ganzen Linie für Partner, Bürger und Kommunen – und auch für die Essener Agentur TAS Emotional Marketing, die von der RUHR.2010 GmbH mit der Planung, Umsetzung, Kommunikation, Websitekonzeption und -pflege sowie der Sponsoringbetreuung des Mega-Events beauftragt war.

Ein Meilenstein für alle

Weltweit, egal ob in China, den USA oder Europa, gilt das „Still-Leben“ auf der Autobahn A40 bereits als eine der aufmerksamkeitsstärksten Veranstaltungen urbanen Lebens. Das Resümee des Veranstalters, der beteiligten Kooperationspartner und der Besucher überschlägt sich in positiven Erfahrungen. „Die Resonanz übertrifft all unsere Erwartungen“, sagt Thomas Siepmann, Gründer und Geschäftsführer der TAS Emotional Marketing GmbH. „Wir wussten: Das wird ein großes, vielleicht historisches Ereignis – aber mit einer solchen weltweiten Begeisterung haben selbst wir nicht gerechnet. Still-Leben Ruhrschnellweg ist ein Meilenstein für uns alle – für uns, die Agentur TAS als Dienstleister, für die Kulturhauptstadt RUHR.2010 und für alle Bewohner der Metropole Ruhr.“

PRESSEMITTEILUNG

Datum: 21.07.2010

Seite 2 von 4

Der Essener Agentur TAS gelang mit diesem Event – dem größten in der 20-jährigen TAS-Geschichte – eine noch nie da gewesene logistische Meisterleistung: In nur 31 Stunden wurde der Ruhrschnellweg auf 60 Kilometern komplett gesperrt und mit dem Einsatz von über 12.000 Helfern, die durch TAS koordiniert wurden, in eine Veranstaltungsfläche mit 20.000 Tischen und 40.000 Bänken verwandelt. In nur sechs Stunden Veranstaltungszeit zog die Autobahn-Party rund drei Millionen Besucher in ihren Bann.

„Eine Veranstaltung dieser Größe ist keinesfalls alltäglich“, fährt Siepman fort. „Wir werden die Learnings aus dem Giga-Ereignis „Still-Leben Ruhrschnellweg“ für unsere aktuellen und zukünftigen Kunden nutzen. Wer so etwas schafft, der schafft alles – egal wie groß oder klein.“

Weltweite Berichterstattung

Die mediale Resonanz ist überwältigend. "Ziel war es, ein neues Bild des Ruhrgebiets in die Welt zu tragen“, weiß Peter Mohnhaupt, TAS-Geschäftsführer für den Bereich Public Relations. „Dieses ist uns national mit Berichten u.a. in der Tagesschau und im heute journal gelungen. International wurde via Satellit über 100 TV-Sendern und Multiplikatoren Bildmaterial bereitgestellt. Vom Chinesischen Staatsfernsehen bis zur Washington Post – Still-Leben Ruhrschnellweg war und ist in aller Munde. Auch bei Twitter war Still-Leben das Top-Thema. Kein anderes Ereignis hat an diesem Tag für so viel Kommunikation gesorgt – nicht einmal der Rücktritt von Ole van Beust."

Auch die Zugriffszahlen der Projektwebsite sprechen die selbe Sprache: Mehr als sieben Millionen Seitenaufrufe innerhalb von nur drei Tagen bestätigen und verstärken die positiven Eindrücke und die Begeisterung.

PRESSEMITTEILUNG

Datum: 21.07.2010

Seite 3 von 4

Ein historischer Tag

Mit „Still-Leben Ruhrschnellweg“ haben die Agentur TAS und RUHR.2010 eine gemeinschaftsstiftende Veranstaltung geschaffen, bei der die neue Metropole Ruhr beweisen konnte, dass hier wirklich alles möglich ist. Sonja Peger, TAS-Projektleiterin für das Still-Leben, fasst abschließend zusammen: „Es war eine friedliche Feier mit einer noch nie da gewesenen Vielfalt an kulturellen Facetten – und die Ruhrgebetsbürger waren die Akteure. Der Tag des Still-Lebens wird ein historisches Datum bleiben, denn auch in 20 Jahren werden die Menschen im Ruhrgebiet noch wissen, was sie am 18. Juli 2010 gemacht haben.“

TAS Emotional Marketing ist die größte Werbe- und Live-Kommunikations-Agentur der Metropole Ruhr. In den Räumlichkeiten der ehemaligen Coca-Cola-Hauptverwaltung ist die 1990 gegründete Essener Agentur zu Hause. Wo früher internationale Markengeschichte geschrieben wurde, setzen nun rund 75 Mitarbeiter große Marken in Szene. Neben der Live-Kommunikation und dem POS-Marketing belegt TAS auch die Bereiche Public Relations sowie Sponsoring und Neue Medien. Zu den besonderen Stärken der Agentur gehört die strategische Planung, Beratung, Konzeption und Umsetzung von ganzheitlichen Markenformaten sowie deren nationale und regionale Kommunikation. Weitere Informationen unter www.tas-agentur.de

Pressekontakt TAS:

TAS Emotional Marketing GmbH

Stefan Lohrberg · T 0201 - 84 224 - 26

Max-Keith-Straße 66 · 45136 Essen

E-Mail: presse@tas-agentur.de

PRESSEMITTEILUNG

Datum: 21.07.2010

Seite 4 von 4

Vorschau Bildmaterial:

(Abdruck honorarfrei in Verbindung mit der entsprechenden Quellenangabe. Beleg erbeten.)



Logo TAS Emotional Marketing GmbH
(© TAS Emotional Marketing GmbH)



Key Visual „Still-Leben Ruhr Schnellweg“
(© TAS Emotional Marketing GmbH)

Die Idee:



Illustration „Still-Leben Ruhr Schnellweg“
Stand: 18.07.2009
(© RUHR.2010 / TAS Emotional Marketing)

Die Wirklichkeit:



Eine Vision wird Wirklichkeit
Stand: 18.07.2010
(© Matthias Duschner)