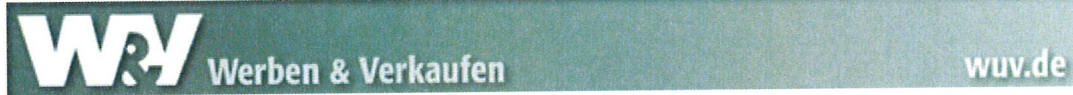


medien. marken. kommunikation. das business & people magazin http://www.wuv.de/wuv/pp_module/pp_dr



23.05.2008

Seite drucken

Hamburg macht Lust auf neues Seezeichen

Unter dem Motto "Hamburg hat ein neues Seezeichen" ist gerade eine Teaserkampagne für das neue Internationale Maritime Museum angelaufen.



Das Logo ist aus dem Flaggen-Alphabet gebildet.

Die Hansestadt Hamburg hat bald eine neue Sehenswürdigkeit: Am 26. Juni eröffnet das Internationale Maritime Museum (IMMH) im umgebauten Kaispeicher B, dem ältesten erhaltenen Speicherbauwerk Hamburgs. Unter dem Motto "Hamburg hat ein neues Seezeichen" ist gerade eine Teaserkampagne angelaufen.

Das Konzept dazu stammt von der Agentur MetaDesign, ebenso wie das Logo - das Signal IMMH gebildet aus dem Flaggen des internationalen Flaggen-Alphabets. Später sollen Motive unter der Headline "Reise zu den Horizonten" Lust auf die weltweit größte maritime Privatsammlung machen. Das Konzept für die Wröffnungsveranstaltung am 25. Juni hat die Agentur Johanssen + Kretschmer entwickelt.