

# „Ruhris“ finden sich in den Motiven wieder

VHS zeigt Kampagne bis zum 16. Januar - dann folgt Essen

**(CB) Sie ist intelligent, bringt uns zum Schmunzeln und zeigt auf charmante Art und Weise das, was die Menschen zwischen Rhein und Ruhr ausmacht. Den Humor eines jeden „Ruhris“ trifft sie aber nicht.**

Einige wenige haben ihre erklärten Schwierigkeiten mit den Bildern, die so plakativ bestehende Klischees bedienen und dennoch die Schönheiten und Besonderheiten der Region unmißverständlich zum Ausdruck bringen. An dem Humor von „Ruhr.2010“-Geschäftsführer Dr. Oliver Scheytt sind die Macher der Kampagne „Ruhri.2010“ allerdings ganz klar vorbei geschrammt. Nicht kompatibel mit der Gesamtdramaturgie formulierte der es in einem Schreiben – damit waren Rainer Rettinger, Rudi Grande und Ralph Lueger raus aus den Planungen für die Kulturhauptstadt 2010.

Dass die 23 bis dato entwickelten Motive der Kampagne, die vom Verband „Pro Ruhrgebiet“ im Rahmen der Charme Offensive-Ruhr mit dem Titel „Botschafter des Reviers“ ausgezeichnet worden ist, dennoch auf Tour durchs Ruhrgebiet gehen, liegt wohl an ihrer ganz eigenen Machart. „Die Menschen im Ruhrgebiet finden sich in den Bildern und Begleittexten wieder“, brachte es Uwe Dorow, stell. VHS-Leiter auf den



In den Räumen der VHS sind die 23 verschiedenen Kampagnen-Motive zu sehen. Foto: Kappi

Punkt. Die kommunale Weiterbildungseinrichtung präsentiert die Kampagne in ihren Räumen im Kulturzentrum derzeit als Ausstellungsformat. Wie sie allerdings auf großformatigen Plakatwänden wirken würde, zeigten die Organisatoren mit Hilfe einer Fotomontage auf. VHS Direktor Christian Haarmann eröffnete die Präsentation. Uwe Dorow führte die Besucher in die Intention der Macher ein. „Sie haben es geschafft, das Selbstverständnis der Ruhris in Szene zu setzen. Die Menschen verstehen das, was sie auf den Bildern sehen. Das ist den Machern der Kulturhauptstadt bislang noch nicht gelungen. Ruhr

hoch N, das ist etwas, was man weder in New York, noch in Peking und schon gar nicht im Ruhrgebiet begreift.“

Rainer Rettinger, einer der drei Väter der Kampagne, nutzte den Eröffnungsabend für ein Dankeschön. Das galt den Mitarbeitern der städtischen Druckerei. „Die technische Umsetzung der Kampagnen-Motive ist hervorragend gelungen.“ Bis zum 16. Januar bleibt „...dem Ruhri sein“ in Bottrop zu sehen. Dann geht die Ausstellung nach Essen, wird dort in der alten Lohnhalle in Kettwig zu sehen sein, anschließend zieht sie weiter ins Rheinische Industriemuseum nach Oberhausen.