
Hyundai-Konzern trommelt für Weltausstellung in Busan

Das Rennen um die Austragung der Weltausstellung 2030 geht in die letzte Runde. Am 28. November entscheidet das Bureau International des Expositions (BIE) mit Sitz in Paris, ob Busan, die zweitgrößte Stadt Südkoreas, Rom oder die saudi-arabische Hauptstadt Riad den Zuschlag erhält. Deshalb macht der Hyundai-Konzern nun noch einmal mit einer breit angelegte Außenwerbung auf die Bewerbung Busans aufmerksam.

Auf 270 Bildschirmen an stark frequentierten Orten von Paris werden im November typische Busan-Symbole von der Gwangan-Brücke bis zu Möwen sowie die Botschaft „Busan is ready“ zu sehen sein. Der Konzern, zu dem Kia, Hyundai und Genesis gehören, arbeitete bei der Aktion mit dem koreanischen Graffitikünstler Jay Flow zusammen. (aum)

Bilder zum Artikel



Hyundai startet in Paris Werbeaktion für Expo 2030 in Busan.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai



Hyundai startet in Paris Werbeaktion für Expo 2030 in Busan.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai



Hyundai startet in Paris Werbeaktion für Expo 2030 in Busan.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai
