

## Holzminden stichelt: Werbekampagne zielt auf Paderborner Geschmäcker!

Holzminden wirbt humorvoll gegen Paderborn und lockt mit dem neuen Duftmuseum „Sensoria“ Besucher an.

Holzminden hat mit einer frechen Werbeaktion auf sich aufmerksam gemacht, um für das neu eröffnete Duftmuseum „Sensoria“ zu werben. Die Kampagne, die gerade in Paderborn für Aufsehen sorgt, spielt humorvoll auf das Heinz-Nixdorf-Museumsforum an und suggeriert, dass Paderborn keinen Geschmack hat. Das Duftmuseum kostete 11,2 Millionen Euro und ist Europas erstes Museum, das sich ausschließlich der Welt der Düfte widmet. Die Aktion zielt darauf ab, Besucher aus Paderborn nach Holzminden zu locken, was einige Paderborner bereits zu eigenen Gegenreaktionen inspiriert hat.

Die Rivalität zwischen den beiden Städten könnte potenziell für mehr Besucher in Holzminden sorgen. Holzminden hebt in der Werbung die kulinarischen Besonderheiten seiner Stadt hervor und kontrastiert diese mit Paderborns Ruf als technikaffine Stadt. Ob die Aktion tatsächlich die Menschen zum „Abwerben“ anregt, bleibt abzuwarten, aber sie sorgt auf jeden Fall für regen Gesprächsstoff in beiden Städten. Die vollständigen Details zu dieser kontroversen Werbeaktion sind in einem Bericht von [www.westfalen-blatt.de](http://www.westfalen-blatt.de) nachzulesen.

**Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](http://n-ag.de)**