



Tom Maier (rechts) und Stephan Kämmerle haben die Werbekampagne für die Internationale Gartenausstellung 2017 entworfen.

Schwäbische Zeitung <b>zeitung</b>	
<b>rubrik</b>	
11. August 2005 <b>datum</b>	

### **Obstkiste wirbt für Bodensee-IGA**

Agentur d-werk

RAVENSBURG (sz) - Die Bodenseeregion bewirbt sich um die Internationale Garten-Ausstellung im Jahr 2017. Die Machbarkeitsstudie der Bodensee-IGA hat die Ravensburger Agentur „d-werk“ gestaltet.

Im Jahr 2017 soll in der trinationalen Bodenseeregion die IGA – internationale Garten-Ausstellung – stattfinden. 19 Kommunen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz bewerben sich gemeinsam um die Ausrichtung. Damit soll eine vollkommen neue Idee – eine IGA mit internationalen Austragungsorten – realisiert werden. Die Agentur d-werk aus Ravensburg begleitet dieses spannende Projekt seit über einem Jahr.

Nach einem Wettbewerb wurde d-werk Anfang 2004 mit dem Fachbeitrag Marketing und Kommunikation, als Teil der Machbarkeitsstudie (Bewerbung) beauftragt. „Ich denke, dass unsere Erfahrungen, die wir bei der Betreuung der Landesgartenschau in Singen im Jahr 2000 gesammelt haben, bei der Vergabe eine entscheidende Rolle spielten“ so Stephan Kämmerle, d-werk-Geschäftsführer. Hauptaufgabe war es, dem Projekt IGA 2017 „ein Gesicht“ mit markantem Profil zu geben. Gemäß dem Ausstellungs-Motto „Wasser verbindet“ hat d-werk ein Logo, ein Leitmotiv und eine mögliche Dachkampagne entwickelt. Das Ergebnis sind zwei Ordner, prall gefüllt mit Informationen und Plänen. Im Juli wurde das Werk schließlich auf der Bundesgartenschau in München persönlich an die Entscheider übergeben. Hierfür hat d-werk eine Sonderedition der Machbarkeitsstudie gestaltet. Die eigens angefertigte Kiste aus hiesigem Obstbaumholz enthält nicht nur die beiden Ordner, auch Bodenseeäpfel und eine Flasche Bodenseewein wurden überreicht.