



Stephan Kämmerle und Tom Maier von d-werk mit der Sonderedition der Machbarkeitsstudie für die IGA 2017 am Bodensee. Bild: d-werk

Ravensburger Stadtmagazin
zeitung

Aktuelles aus Ravensburg
rubrik

03. September 2005
datum

Profil für IGA entwickelt

d-werk gestaltet Bewerbung für Internationale Gartenausstellung

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 Kommunikation und Gestaltung aus Ravensburg begleitet dieses spannende Projekt seit nunmehr eineinhalb Jahren. 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“, meint Stephan Kämmerle, d-werk Geschäftsführer. Hauptaufgabe war es, dem Projekt IGA 2017 „ein Gesicht“ mit markantem Profil zu geben. Ideen, Gedanken und Konzepte galt es, auf emotionale Weise zu visualisieren. Gemäß dem Ausstellungs-Motto „Wasser verbindet“ hat d-werk ein Logo, ein Leitmotiv und eine mögliche Dachkampagne entwickelt, um die Veranstaltung zu kommunizieren. Nach erfolgreicher Arbeit erhielt die Ravensburger Agentur auch den Auftrag, die gesamte Machbarkeitsstudie gestalterisch zu konzipieren und umzusetzen. Das Ergebnis sind zwei Ordner, prall gefüllt mit Informationen und Plänen. Im Juli wurde das Werk auf der Bundesgartenschau in München an die Entscheider übergeben. Hierfür hat d-werk eine Sonderedition der Machbarkeitsstudie gestaltet. Die eigens angefertigte und markierte Kiste aus Obstbaumholz beinhaltet nicht nur die beiden Ordner, auch Bodenseeäpfel und eine Flasche Bodenseewein wurden überreicht. „Wir wollten das einzigartige Bodensee-Feeling auch entsprechend emotional vermitteln“, sagt Kämmerle. Die hoffentlich positive Wirkung wird sich im Oktober zeigen. Dann wird im Anschluss an eine Präsentation in Bonn der Zuschlag für die IGA 2017 vergeben.