



**d-werk ruft Jahr der Freude aus**

(D – Ravensburg) Ein „Jahr der Freude“ ruft die d-werk GmbH Agentur für Kommunikation und Gestaltung mit Sitz in Ravensburg aus. Mit Konzepten, Aktionen und Installationen will d-werk vor allem die Freude am kreativen Schaffensprozess in den Mittelpunkt rücken.

Den Auftakt macht eine Illumination am Agenturdomizil in der Ravensburger Seestraße 35. In den Fenstern prangt in Großbuchstaben das Wort „Freude“ und lässt die Fassade nachts sanft erröten. „Die Assoziation mit dem klassischen Freudenhaus ist natürlich beabsichtigt“, erläutert Stephan Kämmerle, neben Ulrich Jassniger und Tom Maier Geschäftsführer im d-werk. Weitere Aktionen und Installationen, teilweise in Kooperation mit verschiedenen Partnerunternehmen, sind bereits in Vorbereitung. Die Ideen dazu reichen von „Freudentränen“, „Lauffreude“, „Spielfreude“ oder „Entdeckungsfreude“ bis hin zu „Gaumenfreude“. Was sich jeweils dahinter verbirgt, möchte Kämmerle noch nicht verraten. Bis es so weit ist, bleibt immerhin die „Vorfreude“. Diese regiert auch im Hinblick auf den Messeauftritt bei der Creative Industries, die vom 29. bis 31. März in Friedrichshafen stattfindet. Unter dem Motto „Waldeslust“ freuen sich die d-werker auf Stammkunden und solche, die es werden möchten. „An unserem Stand werden die Bäume hoch, aber garantiert nicht in den Himmel wachsen“, verspricht Ulrich Jassniger.

d-werk ist seit mehr als zehn Jahren in der Region verwurzelt und genießt hier hohes Ansehen als Kreativ-Schmiede mit Bodenhaftung. Derzeit konzipieren und gestalten neun Mitarbeiter visuelle Kommunikation für kleine und große Unternehmen, für Institutionen und Behörden sowie regionale Großveranstaltungen. Auf der Kundenliste stehen etwa die Technischen Werke Schussental, der Gesundheitsdienstleister radius, das Waldseer Versandhaus Walz, der Landkreis Ravensburg oder das Ravensburger Eurobike Altstadtkriterium. Im Jahr 2000 brachte die Ravensburger Agentur noch

akzent zeitung	
Lebenswert   Frühlingsgefühle rubrik	
04/2007 datum	

die Landesgartenschau in Singen zum Blühen. Und seit nunmehr drei Jahren macht sich d-werk für die Internationale Gartenschau IGA 2017 am Bodensee kreative Gedanken. Ganz aktuell entwickelten die Designer ein neues Corporate Design für das Friedrichshafener Medienhaus am See und gestalteten die Kampagne zur Eröffnung des gesamten Medienzentrums k42.

„Wir stehen zur Region, schauen aber natürlich auch über den Tellerrand hinaus“, erläutert Tom Maier. Daher zählt die Agentur längst auch Unternehmen aus dem Bundesgebiet und dem angrenzenden Ausland zu ihren Kunden. So haben die d-werk-Kreativen jüngst eine bundesweite Kampagne zur Absatzförderung von belgischem Chicorée in Deutschland realisiert. Seit November 2006 läuft diese erfolgreich im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Internationalen „Lorbeer“ konnte die Agentur beim Logo-Wettbewerb „Eulda“ ernten. Bei 9 Einreichungen erhielt d-werk 7 Auszeichnungen und war damit erfolgreichste deutsche Agentur. Insgesamt wurden 1.000 Logo-Einsendungen von einer 30-köpfigen Jury aus Designexperten, internationalen Kunden und Endverbraucherern bewertet.

**Weitere Informationen:**  
[www.d-werk.com](http://www.d-werk.com)

Text: Sabine Frangoul  
Bild: Tanja Kapahnke