

D-WERK ENTERT KONGRESS IN BREGENZ

INSTALLATIONEN IM FESTSPIELHAUS UND AUF DEM SEE ÜBERRASCHTEN DIE BESUCHER DER "VLOW!08"

(D – Ravensburg) Mit einem Messeauftritt der anderen Art wartete die Ravensburger Kreativ-Agentur d-werk vom 25. bis 27. April beim Kongress für Kommunikation, Design und Architektur "vlow!08" in Bregenz auf: Unter dem Motto "Messepiraten" wurde das Festspielhaus Bregenz geentert. Die kreativen "Überfälle" im Treppenhaus, auf dem Bodensee und sogar in den Toiletten waren echte Hingucker.

Land in Sicht – durch ein Fernrohr im Festspielhaus nahmen die Besucher eine Insel auf dem See ins Visier, auf der Herrentoilette legte Mann das "Schifferpatent" ab, und im Seestudio winkte eine Figur in Lebensgröße den Kongressbesuchern während der Vorträge zu. Am Hauptstandort von d-werk war "Am Rum stehen" angesagt: Bei Piratendrinks und Kapern kam man rund ums Holzfass ins lockere Gespräch.

Unterhaltsame Angriffe

Alle Standorte von d-werk waren einheitlich in der Farbe orange gehalten, mit Piktogrammen gekennzeichnet und hatten Installationscharakter. "Wir nutzten die Eigenheiten des Geländes optimal aus. Unsere überraschenden, Angriffe" sollten nicht penetrant, sondern unterhaltsam, grafisch hochwertig und inhaltlich stimmig sein", so die d-werk Geschäftsführer Ulrich Jassniger, Stephan Kämmerle und Tom Maier. "Sie passten zum Kongress, zum Standort und zu uns."

Treffpunkt für internationale Experten

Beim Kongress "vlow!08" trafen sich internationale Architekten, Designer und Kommunikationsexperten zum intensiven Erfahrungsaustausch im Festspielund Kongresshaus Bregenz. Thema war die Kooperation zwischen diesen Disziplinen. Wir sprachen mit den d-werkern über erfolgreiches Entern und über das Risiko zu kentern, wenn man zu lange Am Rum steht. **akzent:** Beim Kongress "vlow!08" haben Sie mit Ihrem außergewöhnlichen Auftritt für Furore gesorgt. Wie entstand die Idee, das Festspielhaus als "Messepiraten" zu entern?

d-werk: Da es sich um einen Fachkongress handelte und die Messe nur "Beiwerk" war, war für uns klar, dass wir die Besucher zum einen gut unterhalten und zum anderen dort überraschen mussten, wo es für sie kein "Entrinnen" gab. Deshalb haben wir uns für diese dezentrale "Guerilla-Strategie" entschieden und die Eigenheiten des Geländes im Festspiel- und Kongresshaus Bregenz zu unserem Vorteil genutzt. Das Motto Messepiraten passte aber nicht nur zu unserer Strategie, es passte auch zum Veranstaltungsort direkt am Bodensee und zu unserem Agenturstandort in der Ravensburger Seestraße.

akzent: Welche verschiedenen Hingucker hatten Sie über das Kongressgelände verteilt? Und welcher davon war Ihre persönliche Lieblingsidee?

d-werk: Bereits an der Treppe hieß es für die Besucher "Anker lichten". Auf der Toilette konnte Mann das Schifferpatent ablegen und musste sich für volle Breitseite oder dosierten Strahl entscheiden, um die Zielgruppe zu treffen. Bei den Damen war "Klar Schiff machen" angesagt, wobei es um das Sein oder Schein in der Kommunikation ging. Mit Land in Sicht wurde das große Fenster zum See markiert, in dem eine Insel installiert wurde. Konzepte und keine Insellösungen war hier die Botschaft. Unser Lieblingsplatz war aber unser Hauptstandort. Am Rum stehen – rund um das original Holzfass wurde leckerer 12-jähriger Rum aus Guyana ausgeschenkt. Wobei das Risiko zu kentern, wenn man zu lange am Rum stand, nicht zu unterschätzen war.







akzent: Wie unterscheiden Sie als Kreativ-Experten die Masse der Ideen von der Klasse?

d-werk: Die Unterschiede sind die Kreativität basierend auf einem inhaltlich starken Konzept, der Spaß am eigenen Tun und vor allem der Mut anders zu sein. Gefragt sind maßgeschneiderte Kommunikations-Lösungen, die inhaltlich und visuell überzeugen und überzeugend präsentiert werden. Wir denken, das ist uns bereits im letzten Jahr mit unserem Messeauftritt "Waldeslust" bei der creative industries in Friedrichshafen und heuer mit dem Messepiraten-Konzept sehr gut gelungen. Die Waldeslust wurde übrigens als herausragender Messeauftritt im bundesweiten Wettbewerb ausgezeichnet. Es lohnt sich also, kreativ zu sein.

akzent: Weshalb ist es so wichtig eine Plattform wie die "vlow!08" in der Region zu haben? Und wodurch unterscheidet sie sich von anderen Kongressen dieser Art?

d-werk: In Anbetracht der sehr guten Vorträge und der überaus angenehmen Gespräche, die wir in lockerer Atmosphäre hatten, ist eine solche Plattform der freiwilligen Zusammenkunft zu begrüßen. Der Standort im Festspiel- und Kongresshaus Bregenz ist natürlich klasse, auch der Disziplin übergreifende Ansatz mit der Kreativität als gemeinsamem Nenner ist gut. Wichtig wird sein, dass sich der Kongress etabliert, ohne das es ein eitles Zur-Schau-Stellen einer selbst ernannten, Kreativ-Szene" wird. Vielmehr sollten immer Kreativität und innovative Ansätze im Vordergrund stehen.

Weitere Infos: d-werk GmbH Seestraße 35 88214 Ravensburg Tel.: +49 (0751) 35 95 10

Fax: +49 (0751) 35 95 129 www.d-werk.com

> TEXT: D-WERK/SANDRA WEINMANN FOTOS: D-WERK

