

Mehr als nur Werbeclowns

Ravensburger Kreativagentur d-Werk ist jetzt 25 Jahre alt – Warum ihr Konzept aufgeht

Von Bernd Adler

RAVENSBURG - Kunden, Geschäftsfreunde und Lieferanten der Ravensburger Design-Agentur d-Werk erhalten jedes Jahr Weihnachtspresents, die eine Unzahl der Beschenktener lieber im Regal sammelt, anstatt sie wie auch immer – zu verwenden. Marzipan im Naturdarm, Pfeffer im versiegelten Glas, Kekse aus der Dose: Nicht nur diese verrückten Ideen entwickeln die Mitarbeiter der Agentur; in mühsamer Arbeit wird auch jedes Geschenk selbst einzeln zusammengebastelt. Jetzt wurde das d-Werk 25 Jahre alt.

Die Originalität der Presents und die Liebe, mit der sie ausgewählt und zusammengebaut werden, könnten symbolhaft sein. Schließlich kann man heute jeden verrückten Mist im Internet bestellen. Doch für das d-Werk sollen auch die Weihnachtsgeschenke so einzigartig sein wie die Arbeit, die es sonst unterm Jahr leistet.

Was machen diese Menschen, die Geschäftsführer Ulrich Jasniger, Tom Maier, Stephan Kämmerle und ihr kleines, beständiges Team eigentlich? Markenaufbau und Markenpflege. Heißt es. Aber was ist das eigentlich? Die Antwort ist einfach: Heutzutage muss man nicht nur ein gutes Produkt herstellen oder eine anspre-

chende Dienstleistung erbringen, sondern diese auch erfolgreich vermarkten. Und das funktioniert vielfach nur durch eine entsprechende Visualisierung, ein Bild, das die Menschen positiv im Kopf behalten. Und genau das machen die Kreativen aus der Ravensburger Seestraße, seit sie unmittelbar nach dem Studium ziemlich hemdsärmelig ihr Unternehmen

aufbauten. Mit beträchtlichem Erfolg.

Wo die Ravensburger Agentur in den vergangenen 25 Jahren überall mitmischte, ist in der Stadt nur zum Teil bekannt. Die Kundenliste ist aber ziemlich lang geworden in all der Zeit. Auszüge: Baby Walz, Ravensburger Buchverlag, Gesellschaft Oberschwaben, Gemeinden Horgen-

zell, Meersburg, Waldburg und Schlier, Reichenauer Gemüse, Verkehrsverbund Bodo, Wirtschaftsforum Pro Ravensburg, Erwin-Hymer-Museum, Hofkammer Württemberg, Ravensburger Kinderstadtplan, Industrie- und Handelskammer Bodensee-Oberschwaben, Duale Hochschule Baden-Württemberg. Für all diese Arbeiten gab es für das d-Werk

in der Vergangenheit zahlreiche Auszeichnungen, regional wie national. Neben den Preisen und ihrem erheblichen ehrenamtlichen Engagement sind Jasniger, Maier und Kämmerle vor allem stolz auf die langjährigen Geschäftsbeziehungen mit ihren Kunden. „Wir sind keine Werbeclowns, die schnelle Effekte erzielen wollen und dann wieder weg sind“, sagt Stephan Kämmerle. Die Firmenphilosophie der drei Männer klingt daher weniger nach Dax-Start-Up, sondern eher nach Yogakurs: Nachhaltig, bodenständig und ehrlich, so wollen sie sein. Und da dazu auch Authentizität gehört, sparten sie im Brief zu ihrem jüngsten Weihnachtsgeschenk auch vergangene geschäftliche Misserfolge nicht aus.

Wobei das Positive klar überwiegt. Sie wollen noch besser werden, sagen die drei Geschäftsführer, Wachstum sei nicht entscheidend, sondern Qualität. Und weiterhin: Neues riskieren. Gelegenheit dazu gibt es aktuell in einem alten Backhäuschen in Ulrich Jasnigers Garten in Ankenreute. Dort bietet das Team gemeinsame Zeit mit potenziellen Kunden an. „Da kann man sehen, ob man miteinander warm wird“, sagt Jasniger, um im Bild zu bleiben. „Und ob man es zusammen gebacken kriegt.“ So soll es kreativ weitergehen.



Das Team: Das d-Werk ist ein Karrieregrab. Den meisten gefällt es so dort gut, dass sie schon über Jahre hinweg in dieser Agentur arbeiten möchten.

FOTOS: D-WERK/FELIX KÄSTLE



Legendar sind die Weihnachtsgeschenke der Agentur.

Print, 8.2.2020



So stimmt's

RAVENSBURG (sz) - Nur ein Teil des Teams der Ravensburger Design-Agentur d-Werk war auf dem Foto zu unserem Bericht in der Freitagsausgabe zu sehen. Unter anderem schafften es zwei der drei Geschäftsführer aufgrund eines technischen Fehlers nicht ins Bild. Wir bitten den Fehler zu entschuldigen.

FOTO: D-WERK/FELIX KÄSTLE