

## Standort-Marketing Gartenschau im Jahre 2013 sucht Agenturen



Peter Adler, bald igs

Hamburg wird im Jahre 2013 wieder eine Gartenschau haben. Die Betreibergesellschaft heißt konsequenterweise **internationale Gartenschau Hamburg 2013 gmbh (igs)** und hat für die ersten kommunikativen Schritte ihre Dienstleister beisammen. Aber: Das Budget in Höhe von 5 Mio Euro wird bis 2011 nur für die allernötigsten Dinge ausgegeben, so dass der Großteil des Geldes für das Vor- und Veranstaltungsjahr übrig bleibt. Und für diesen "Big Bang", wie **Antje Lütke-meier** die Fokussierung ausdrückt, werden Agenturen gesucht. Lütke-meier ist Noch-Projekt Koordinatorin Marketing bei igs, sie wird demnächst in Mutterschutz gehen. Als ihr Nachfolger kommt zum 1.6. **Peter Adler**, 43, der aktuell im Stadtmarketing Boppard arbeitet und bis Mitte 2006 GF beim **Tourismusverband Lüneburger Heide** war.

An Adler müssen sich also jene Neugeschäftsjäger wenden, die sich für die in gut zwei Jahren anstehende Etatvergabe in eine aussichtsreiche Position bringen wollen. Der Etat ist zwar nicht riesig, nach jetzigem Stand aber sollen die verschiedenen Disziplinen wie Media, Kreativität, PR und Sponsoring an mehrere Agenturen vergeben werden.

Beim Timing macht Sponsoring eine Ausnahme, denn

hier wird jetzt schon eine Agentur gesucht. Lütke-meier: "Die Herausforderung für diese Agentur darin, dass wir mit der Sorensuche sehr früh anfangen

um strategische Partner zu finden. Die Agentur sollte sich also in Hamburg gut auskennen, entsprechende Netzwerke haben, auch mit Stiftungen Erfahrungen haben und im Bereich unseres Fördervereins eine Strategie entwickeln. Interessant ist auch, dass wir noch in der Gestaltung des Parks gezielte Vorschläge einbringen können, um für potentielle Sponsoren perfekte Plattformen zu schaffen."

Die von April bis Oktober 2013 im Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg stattfindende Gartenschau wird in einem Umkreis von rund 250 km beworben werden, wobei ein breites Spektrum von Maßnahmen eingesetzt und 2,5 Mio Besucher angelockt werden sollen. Mit der igs entsteht in Wilhelmsburg auf 100 Hektar Fläche ein neuer Park, der zusammen mit anderen Maßnahmen (im Schulterschluss mit Hamburgs Internationaler Bauausstellung IBA) die Stadtteilentwicklung südlich der Elbe beschleunigen soll. Die igs gmbh gehört zu 75 % der Hansestadt Hamburg und 25 % der Deutschen Bundesgartenschau-Gesellschaft.

Im Design passt sich igs der Hamburg-Marketing-Gesellschaft an. Logo, Geschäftsausstattung und weitere Basismaterialien entwickelte im ersten Schritt **Henkel Kommunikation**, derzeit ist mit diesem Part vor allem das Grafikbüro **Kameko**, beide Hamburg, betraut. Im Bereich strategischer PR, klassische Pressearbeit und Aktionen im Rahmen eines Binnenmarketings setzt igs auf die ortsansässige Agentur **Public News**. (rk)



**igs 2013**

internationale  
gartenschau  
hamburg

besteht  
Spon-  
möchten,