**Größer, Höher, Grüner!**

**Gardena präsentiert auf fast 120 Quadratmetern einer Wiener Hauswand, dass Gärtnern überall ist.**

Die Gartensaison hat begonnen und ein Thema ist spätestens seit diesem Jahr unübersehbar: city gardening. Der Trend, bei dem es um Gärtnern auf kleinstem Raum geht, ist mittlerweile global angekommen – in Metropolen auf der ganzen Welt entstehen grüne Oasen auf knappem Raum.

Auch Gardena setzt auf diesen Trend und macht den Bürgern Wiens nun mehr Lust auf Garten. In der Liechtensteinstraße im hippen 9. Bezirk des Wiener Stadtzentrums präsentiert das Unternehmen mit einer innovativen Werbesonderform, dass Gärtnern überall ist.

Auf der Fassade eines sechsstöckigen Hauses zeigt Gardena das Motiv eines kleinen Mädchens, das sich daran erfreut, einen vor dem Haus stehenden Baum zu gießen. Eine Formatsprengung des Bildes, das im modernen Stil eines Schablonengraffitis gehalten ist, ist das Besondere: Der Hauptteil des Bildes erstreckt sich auf einer zehn mal zehn Meter großen Leinwand, weitere sechs mal drei Meter bilden den unteren Teil. Integralen Bestandteil der Installation bilden die vor dem Haus wachsenden Bäume, an denen sich die Anwohner der Liechtensteinstraße schon seit Jahren erfreuen.

**Was möchte Gardena mit dem Motiv ausdrücken?**

Im schnellen Stadtleben geht die Erholung doch manchmal unter. Gardena regt dazu an, im grünen Idyll des sonst so hektischen Alltags einen Ort der Ruhe und Entspannung zu finden. Eine jüngst von Gardena in Auftrag gegebene internationale Umfrage bestätigt den Wunsch der Menschen danach. So gaben 40 Prozent an, sich mit Pflanzen in ihrer Umgebung generell wohler zu fühlen. Die große Mehrheit der Befragten (84 Prozent) hat daher Balkon oder Terrasse mit Pflanzen begrünt. Denn Gärtnern macht eben doch Spaß und das Motiv ermutigt, noch grüner zu werden und auch schon die jüngsten Stadtbewohner mit einzube-
ziehen.

„Wir sehen den Trend zu grünen Balkonen und Terrassen nicht zuletzt darin begründet, dass sich besonders Städter ein Stück Natur in ihre Stadtgärten holen wollen. Es geht schlicht darum, ihre Lebensqualität durch den Einsatz von Pflanzen zu steigern“, bestätigt auch Heribert Wettels, Unternehmenssprecher bei Gardena.

Die Verantwortung für Konzeption der Installation lag bei der österreichischen Kreativagentur Heimat Wien. Die Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Spezialisten für Großflächenwerbung MEGABOARD. Die PR wird von FleishmanHillard Germany aus Frankfurt und München betreut.

Interessierte können sich noch bis Ende Juli von dem Kunstwerk in Wien inspirieren lassen. In den sozialen Medien wird das Thema city gardening unter dem Hashtag #growanyspace bereits fleißig bespielt. ■

**Über GARDENA**

Seit über 50 Jahren bietet GARDENA alles, was leidenschaftliche Gärtner benötigen. Das breit gefächerte Sortiment umfasst innovative Lösungen und Systeme für Bewässerung, Rasenpflege, Baum- und Strauchpflege sowie die Bodenbearbeitung. Heute ist GARDENA ein in Europa führender Anbieter von hochwertigen Gartengeräten und in mehr als 80 Ländern weltweit vertreten. GARDENA ist eine Marke der Husqvarna Group. Weitere Informationen unter gardena.com.