

PRESSEMITTEILUNG

2.000 Kreative nehmen Dienstwagenbesteuerung in die Mangel

Greenpeace und jovoto starten Ideenwettbewerb für Klimaschutzkonzept

Berlin, 09. Dezember 2008 – Mit einem ungewöhnlichen Ideenwettbewerb beleben die Umweltschutzorganisation Greenpeace und die Kreativ-Community jovoto die Diskussion über mehr Klimaschutz beim Auto. Rund 2.000 Kreative der jovoto-Community können in den kommenden sechs Wochen im Internet ihre Ideen präsentieren, wie die Öffentlichkeit über die klimaschädliche Dienstwagenbesteuerung in Deutschland und das Greenpeace-Reformkonzept informiert werden können. Am Ende des Wettbewerbs bestimmen alle Teilnehmer den Sieger, dessen Konzept Greenpeace präsentiert wird.

Jovoto greift bei der Ideenfindung über Crowdsourcing auf das enorme Potenzial von über 2.000 Kreativen zurück. Greenpeace ist dabei nicht nur an den Ideen interessiert, sondern bei diesem gesellschaftlich relevanten Thema auch an der Interaktion mit der Community. „Das ist ja eine unserer Stärken“, so jovoto-Gründer Bastian Unterberg, „unsere Community entwickelt nicht nur Ideen, sondern sie tauscht sich darüber auch aus, bewertet sie. Das ist schon ein besonderer Mehrwert, wenn über 2.000 Nachwuchstalente ein Thema für Greenpeace bearbeiten.“

Das jovoto-Prinzip

Das neu entwickelte jovoto-Prinzip verbindet Auftraggeber (Unternehmen) und eine internationale Community aus Kreativen auf besondere Art und Weise. Auf Basis des eigens für diesen Zweck entwickelten Online-Marktplatzes für Kreativideen (www.jovoto.com) haben Auftraggeber durch das jovoto-Prinzip die Möglichkeit auf ein enormes, weltweites Kreativpotenzial zuzugreifen, denn die Mitglieder der jovoto-Community kommen aus über 85 Ländern, von Europa bis nach Südamerika oder Australien.

Das jovoto-Prinzip bietet dem Auftraggeber einen weiteren Vorteil: Feedback! Denn: Die Mitglieder der jovoto-Community diskutieren untereinander die eingereichten Ideen und wählen demokratisch ihre Favoriten. Bei den bisherigen Ausschreibungen gaben die Community-Mitglieder durchschnittlich mehr als 1.500 Kommentare und über 2.500 Bewertungen der eingegangenen Vorschläge ab.

Sowohl die community-basierte Vergabe der Preisgelder, die sich im Durchschnitt auf mehrere tausend Euro pro Wettbewerb belaufen, als auch der faire Umgang mit den Nutzungs- und Verwertungsrechten schafft auf Seite der Ideengeber eine echte Win-Situation. Die Rechte bleiben bis zum Erwerb durch den Auftraggeber bei den Urhebern, diese Grundlage motiviert dadurch gerade High-Potentials aus der Kreativbranche zur Teilnahme. Obwohl der Auftraggeber nicht verpflichtet ist, eine Idee zu kaufen und umzusetzen, was jedoch bisher stets der Fall war, wird das Preisgeld für die Gewinner in jedem Fall gezahlt. jovoto finanziert sich durch Gebühren, die Unternehmen entrichten, wenn sie einen Ideenwettbewerb initiieren.

jovoto – das Team

Geschäftsführer Bastian Unterberg (30) und das achtköpfige jovoto-Team, zum großen Teil aus dem Umfeld der Berliner Universität der Künste (UdK), haben gemeinsam die ausgeklügelte Web-Plattform entwickelt, die Grundlage des jovoto-Prinzips ist. Gut beraten von jovoto-Mitinitiator Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer, Direktor des Institutes of Electronic Business (IEB) an der Universität der Künste.