

## PRESSEMITTEILUNG

### **Über 2.000 Kreative entwickeln Signet für SPD-Kanzlerkandidat Steinmeier**

Ideenwettbewerb für persönliches Wahlkampf-Signet auf [jovoto.com](http://jovoto.com)

**Zum ersten Mal setzt mit Frank-Walter Steinmeier ein deutscher Spitzenpolitiker auf Crowdsourcing. Gesucht wird ein grafisches Signet für den amtierenden deutschen Außenminister und Vizekanzler. Dieses Signet soll den Menschen Frank-Walter Steinmeier im Internet und darüber hinaus unverwechselbar machen. Als Partner der Agentur A&B FACE2NET – verantwortlich für den Relaunch von [spd.de](http://spd.de) – werden sich in den nächsten sechs Wochen die Kreativen auf [jovoto.com](http://jovoto.com) dieser spannenden Herausforderung stellen.**

„jovoto greift bei der Ideenfindung über Crowdsourcing auf das enorme Potenzial von über 2.000 Kreativen zurück. Als Spezial-Online-Agentur wissen wir um die ‚Weisheit der vielen‘ im Internet und setzen ganz bewusst auf dieses Tool“: erklärt Dietrich Boelter, Geschäftsführer von A&B FACE2NET über die Zusammenarbeit mit der Kreativ-Community. Nicht nur die Ideenfindung ist für die SPD interessant, sondern auch die Interaktion mit dieser Community. „Das ist ja eine unserer Stärken“, so jovoto-Gründer Bastian Unterberg, „unsere Community entwickelt Ideen, tauscht sich darüber auch intensiv aus und bewertet sie fortwährend. Das ist schon ein besonderer Mehrwert, wenn über Tausende von Nachwuchstalenten und jungen Wählern ein Signet für den SPD-Kanzlerkandidaten entwickeln.“

#### **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](http://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.

Pressekontakt: Christoph Blase  
fon 030-200898-31, mobil 0151-11653994  
blase@publiplikator.de

