

PRESSEMITTEILUNG

„Ideas first“ – Neuer Weg im Regionalmarketing

Würzburg AG und jovoto starten Ideen-Contest für Region Würzburg

Neue Wege im Regionalmarketing beschreiten die Würzburg AG und das Berliner Start-up jovoto. Mit dem Beginn des Ideen-Contests wird die sonst übliche Herangehensweise umgekehrt. Nicht Kommune oder Region erstellen das Briefing, sondern eine Kreativ-Community entwickelt Ideen im Auftrag eines privaten Auftraggebers. Nach der sechswöchigen Laufzeit des Wettbewerbs werden diese Ideen – von den Kreativen selbst bewertet und kommentiert – von der Würzburg AG den Stadtvätern zur finalen Entscheidung vorgelegt.

Im „Würzburg Contest“ werden von der jovoto-Community Ideen für eine „360°-Kampagne“ entwickelt, die alle Stärken der Region Würzburg herausarbeitet. Damit soll die Attraktivität der unterfränkischen Universitätsstadt und ihrer Umgebung für Investoren, Wissenschaftler, Studienanfänger und Gäste gesteigert werden – regional, national und international. Alles ist möglich; selbst der bisherige polarisierende Slogan „Würzburg – Die Provinz auf Weltniveau“ steht zur Disposition, der weit über die Grenzen der Residenzstadt für Furore sorgt. „Wir freuen uns auf diese spannende Aufgabe im Regionalmarketing und erleichtern diesmal insbesondere Kreativen aus Würzburg den Zugang zu unserer Community, denn bei uns herrscht normalerweise ein strenges Invitation-only-Prinzip.“ erklärt **Bastian Unterberg**, jovoto-Gründer und Geschäftsführer. „Die Ergebnisse des Würzburg Contests werden zu einer interessanten Mischung aus Würzburger Innensicht und dem Input von mehr als 3.000 Kreativen aus über 100 Ländern führen“, so **Claus Schreiner**, Vorstand der Würzburg AG. Deutschlands erste gemeinnützige Aktiengesellschaft wurde 2002 von Vertretern der Würzburger Wirtschaft und Wissenschaft gegründet. Ziel ist es, die Attraktivität der Region bekannt zu machen und sie nach außen zu tragen.

Das jovoto-Prinzip

Im Wettbewerb um die Preisgelder reichen die Mitglieder der Community nicht nur zahlreiche Ideen ein, sondern ermitteln auf Basis eigener Bewertungen und Kommentare ebenfalls die Wettbewerbsgewinner. Dieser unabhängige und kollektive Bewertungsprozess nutzt die „Weisheit der Masse“ und trifft relevante Aussagen über die Potenziale der eingereichten Ideen. Dabei generiert die Interaktion der Kreativ-Community mit den Marken und Produkten des Auftraggebers spannende Insights für den Auftraggeber.

Die demokratische Vergabe der Preisgelder als auch der faire Umgang mit den Nutzungs- und Verwertungsrechten, die so lange bei den Urhebern verbleiben, bis der Auftraggeber diese erwirbt, schafft sowohl für die Mitglieder der Community als auch für den Auftraggeber eine echte Win-Win Situation. So unterschiedliche Auftraggeber wie SPD-Kanzlerkandidat Frank-Walter Steinmeier, Greenpeace, Die Bahn, die Hamburg-Mannheimer-Versicherungsgruppe oder die Fluggesellschaft EasyJet haben bei jovoto Ideen in Auftrag gegeben und diese erfolgreich umgesetzt.

Wer ist jovoto?

jovoto wurde im Herbst 2007 im Umfeld der Universität der Künste Berlin (UdK) von Bastian Unterberg gegründet. Zusammen mit dem mittlerweile zehnköpfigen Team wurde im letzten Jahr die Web-Plattform (www.jovoto.com) als Grundlage des jovoto-Prinzips entwickelt. Mit initiiert wurde jovoto von Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer, Direktor des Institute of Electronic Business (IEB), An-Institut der UdK.

Mehr Informationen unter www.jovoto.com



jovoto GmbH
Novalisstrasse 11, 10115 Berlin

Geschäftsführer
Bastian Unterberg

fon + 49 30 80 20 878 00
fax + 49 30 80 20 878 29

Amtsgericht Charlottenburg
HRB 110460B

web www.jovoto.com
mail info@jovoto.com

Steuer-Nr.: 37/272/21439
Ust-Id-Nr.: DE 814913711