

PRESSEMITTEILUNG

Über 3.000 Kreative entwerfen „Modetrend 2010“ für s.Oliver“

Modelabel platziert Kreation einer Konzept-Linie bei jovoto

Die einmalige Chance einen neuen Modetrend zu entwerfen, hat die internationale Kreativ-Community des beim Berliner Start-ups jovoto. Für das renommierte Würzburger Modelabel s.Oliver soll eine Kreative-Linie für den Modetrend 2010 entworfen werden.

Was wird der nächste Hype im Jahr 2010 sein wird, das Jahr von Arthur C. Clarks zweiten Odyssee im Weltall. Werden wir alle Astronautenkleidung tragen? Ist es das Jahr Zweitausend (und) X? Was könnte es sonst sein? Die Community hat die Möglichkeit ihrer Kreativität wirklich freien Lauf zu lassen, denn das Briefing lässt alle Freiheiten: 1. Kreation einer Konzept-Linie für die Kollektion 2010 und beispielhafte Umsetzung des Konzepts an einem T-Shirt-Design. Die einzige Auflage: Die Markenbotschaft muss transportiert werden – „Real fashion for real people“. Diese Einstellung wird in der gesamten Kollektion transportiert und bedeutet das Anbieten von ehrlichen Produkten zu einem ehrlichen Preis. s.Oliver, das Modelabel für jeden Tag, besteht seit 1969 und hat seine Wurzeln in Würzburg. Mit über 4800 Mitarbeitern in über 20 Ländern und einer Facebook Fan Seite mit mehr als 23.000 Fans, ist s.Oliver eine der bekanntesten deutschen Marken im Modebereich. „Das ist eine große Herausforderung für die Community“, so Bastian-Geschäftsführer Bastian Unterberg, „denn die Chance für eine so namhafte Marke – noch dazu in der Mode – zu arbeiten, bekommen die Kreativen nicht so oft.“

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