

PRESSEMITTEILUNG

„World Wide Würzburg“ – Neues Marketing für eine Residenzstadt jovoto-Community entwickelt Ideen für die Region Würzburg

Der Entwurf „World Wide Würzburg“ hat die jovoto-Community überzeugt. Der Beitrag des Kölner Community-Mitglieds Thomas Glöwing aus Köln konnte die meisten Stimmen auf sich vereinen. Damit endet ein Contest, mit dem die Würzburg AG und das Berliner Start-up jovoto neue Wege im Regionalmarketing beschritten haben. Nicht Kommune oder Region erstellten das Briefing, sondern die Kreativ-Community bei jovoto entwickelte Ideen im Auftrag eines privaten Auftraggebers. Diese Ideen – von den Kreativen selbst bewertet und kommentiert – werden nun von der Würzburg AG den Stadtvätern zur finalen Entscheidung vorgelegt.

„Der Würzburg-Contest, der bei uns auf der Würzburg-Homepage begleitet wurde, hat die sehr intensive Diskussion schon jetzt positiv beeinflusst. Wir sind mit diesem Prozess auf dem richtigen Weg. Wir planen, die schönsten Entwürfe auch in einer Ausstellung den Bürgerinnen und Bürgern zugänglich zu machen. Ein Gremium wird unter den Entwürfen der jovoto-Community eine Auswahl treffen und diese dann der Stadtverwaltung vorlegen,“ erklärt Klaus Walther, Geschäftsleiter Congress-Tourismus-Wirtschaft, Eigenbetrieb der Stadt Würzburg.

Die neue Regionalmarketing-Kampagne soll die Attraktivität der unterfränkischen Universitätsstadt und ihrer Umgebung für Investoren, Wissenschaftler, Studienanfänger und Gäste steigern – regional, national und international. Alles ist möglich; selbst der bisherige polarisierende Slogan „Würzburg – Die Provinz auf Weltniveau“ stand zur Disposition, der weit über die Grenzen der Residenzstadt für Furore sorgt. „Es war eine sehr reizvolle Aufgabe für die Community, das zeigt die große Bandbreite der Ideen und die Zahl der eingereichten Entwürfe. Ich hoffe, dass andere Stadtväter sich von der Leistungsfähigkeit und Kreativität auch überzeugen lassen und vielleicht das nächste Mal auch auf jovoto setzen,“ erklärt **Bastian Unterberg**, jovoto-Gründer und Geschäftsführer. „Die Ergebnisse des Würzburg Contests haben gezeigt, wie vielfältig das Potenzial unseres schönen Würzburg ist und wie vielfältig auch die Möglichkeiten sind, diese kreativ umzusetzen. Es hat großen Spaß gemacht die Entwicklungsprozess bei jovoto zu verfolgen“, so **Dieter Schneider**, Vorstand der Kommunikationsagentur Buena la Vista und Mitglied der Würzburg AG. Deutschlands erste gemeinnützige Aktiengesellschaft wurde 2002 von Vertretern der Würzburger Wirtschaft und Wissenschaft gegründet.

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.

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 Auftraggebern eine echte Win-Win Situation. So unterschiedliche Auftraggeber wie SPD-Kanzlerkandidat Frank-Walter Steinmeier, Greenpeace, Die Bahn,

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



die Hamburg-Mannheimer-Versicherungsgruppe oder die Fluggesellschaft EasyJet haben bei Jovoto Ideen in Auftrag gegeben und diese erfolgreich umgesetzt.

Mehr Informationen unter www.jovoto.com