



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

PRESSEMITTEILUNG

Ein Jahr jovoto.com – eine neue Form der Arbeit – über 10.000 Ideenentwürfe

Ein Jahr nach dem offiziellen Start der Ideenplattform zieht das Berliner Web-Startup jovoto ein beeindruckendes Resümee.

Die Ideenplattform jovoto.com blickt auf ein erfolgreiches erstes Jahr zurück. Mit bald 10.000 Anmeldungen kreativer Talente aus über 120 Ländern weltweit etabliert jovoto einen radikal neuen Weg der Ideekreation. Im Rahmen des Relaunchs wurde die Plattform weiter optimiert.

Zufriedene Kunden und Kreative

Namhafte Kunden wie etwa PayPal, UNICEF, die Deutsche Bahn AG, die Hamburg-Mannheimer Versicherung, die SPD oder Greenpeace, aber auch Agenturen wie Publicis oder A+B Face2Net ließen sich im letzten Jahr von der kreativen Community inspirieren. Nicht nur Auftraggeber schätzen die neuen Möglichkeiten von jovoto.com. Kreative aus den unterschiedlichsten Disziplinen, darunter Illustratoren, Konzepter, Produktdesigner, Werbetexter, Web- oder Grafikdesigner lassen ihren Ideen freien Lauf und brainstormen auf der Ideenplattform. In mehr als 25 Projekten präsentierten sie tausende Ideen in über 10.000 Entwurfskonzepten. Ob im Innovationsmanagement, der Produktentwicklung im Marketing oder in der Werbung: den möglichen Aufgabenstellungen für die Community sind kaum Grenzen gesetzt.

„Unser Konzept ist aufgegangen – es gibt viele Auftraggeber, die offene und vor allem faire Kreativwettbewerbe als Inspirationsquelle schätzen. Gute Geschäfte bleiben die Geschäfte, bei denen am Ende des Tages alle Beteiligten zufrieden sind – dies zeigt sich nicht nur bei den Auftraggebern sondern auch in der stark wachsenden Community“, erklärt Gründer und Geschäftsführer Bastian Unterberg.

Social Media

Nicht nur die Zahl der eingereichten Entwürfe ist überwältigend, sondern vor allem die Interaktion mit der Community generiert spannende Insights für die Auftraggeber. 50.000 Bewertungen und tausende Kommentare zu den Ideen runden das Gesamtbild ab. Darüber hinaus hat die jovoto-Plattform eine wichtige Multiplikatoreffekt in das Social Web. Verschiedene Social-Media-Maßnahmen helfen dabei, die ThinkTanks auf jovoto in anderen Social-Media-Angebote, wie etwa Facebook oder Twitter weiter zu tragen.

Mehrwert für Auftraggeber und Community

Diese Interaktion nutzt aber nicht nur den Auftraggebern. Die teilweise bis zu viertausend Kommentare pro Contest bedeuten für die Community einen wichtigen kreativen Austausch - man coacht, inspiriert und hilft sich gegenseitig. *„Wir leben in einer Netzgesellschaft und das Verständnis von Arbeit verändert sich. Kollaboration und Co-Creation eröffnen völlig neue Perspektiven und Anreize – trotz Wettbewerbssituation ist die Stimmung innerhalb der Community sehr freundlich und produktiv, was in klassischen Strukturen undenkbar wäre“, stellt Bastian Unterberg fest.* Auch die Vergabe der Preisgelder regelt die Community demokratisch unter sich. Dies, der faire Umgang mit Nutzungs- und

Verwertungsrechten, spannende Aufgabenstellungen und die Möglichkeit, unabhängig und frei zu arbeiten, machen die Plattform für Kreative aus den unterschiedlichsten Disziplinen zu einer hoch frequentierten Anlaufstelle. Zudem wurden bislang über 100.000 EUR an die Community ausgezahlt.

Relaunch der Plattform

Das einjährige Jubiläum wurde auch für eine übergreifende Weiterentwicklung der Plattform genutzt. jovoto.com erscheint seit Dezember in neuem Design und mit vielen technischen Neuerungen, die die Plattform vor allem benutzerfreundlicher und informativer machen.

Wer ist jovoto?

jovoto wurde im Herbst 2007 im Umfeld der Universität der Künste Berlin (UdK) von Bastian Unterberg gegründet. Zusammen mit dem mittlerweile dreizehnköpfigen Team wurde im letzten Jahr die Web-Plattform (www.jovoto.com) entwickelt. Mit initiiert wurde jovoto von Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer, Direktor des Institutes 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, ist für Crowdsourcing Plattformen einmalig und schafft sowohl für die Mitglieder der Community als auch für den Auftraggeber eine echte Win-Win Situation. Auftraggeber wie Unicef Schweiz, Veltins, Greenpeace, Die Deutsche Bahn AG oder EasyJet haben bei jovoto Contests in Auftrag gegeben und diese erfolgreich umgesetzt. Mehr Informationen unter www.jovoto.com