

LEVEL UP KEMPTEN

Raum für deine Ideen

Feinkonzept zum Wettbewerb



EUROPÄISCHE UNION

EUROPÄISCHER FONDS
FÜR REGIONALE ENTWICKLUNG
als Teil der Reaktion der Union auf die
COVID-19-Pandemie finanziert

REACT-EU

Die Konzepterstellung wurde durch die Europäische Union aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) als Teil der Reaktion der Union auf die COVID-19-Pandemie finanziert.

 **Agentur
Medienlabor**

Agenda

- | Wettbewerbskonzept
- | Der Wettbewerb
- | Rahmenbedingungen
- | Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- | Evaluation
- | Logo
- | Fragen und Anregungen

1. Wettbewerbskonzept

1.1 Hintergrund und Zielstellung

- | Ziel: Innenstadtbelebung aufrecht erhalten,
Vorbeugung innerstädtischen Leerstands
- | Maßnahme: Wirtschaftswettbewerb, der:
 - > junge Gewerbetreibende in die Innenstadt zieht
 - > Publikumsverkehr in der Innenstadt fördert

1.2 Name und Claim

„LEVEL UP KEMPTEN – Raum für deine Ideen“

- junge Unternehmen für das nächste Level qualifizieren
- heterogenes Angebot, Vielfalt an Ideen und Projektansätzen
bietet bunten Mix in der Innenstadt
- jährliche Frequenz der Ausschreibung

1.4 Zielgruppen

- > Junge Unternehmen, die sozial, wirtschaftlich ökologisch nachhaltig produzieren/Dienstleistungen anbieten.
- > Branchen-offen
- > Interesse / Bedarf an Markt-Test

2. Der Wettbewerb

2.1 Ablauf

1. Bewerbungsphase
2. Sichtungs- und Auswahlphase
3. Einladungsphase
4. Pre-Opening
5. „Markthalle der Ideen“ / Pop-Up-Phase
6. Abstimmungsphase
7. Auszeichnung der Gewinner:innen
8. Coaching-Prozess
9. Unterstützung bei der Etablierung der Geschäftsidee

2.1.1 Bewerbungsphase

- > Gestaltung der Bewerbung niederschwellig:
 - Kurze Beschreibung und Begründung zur Bewerbung
- > Bewerbungsverfahren
 - schriftlich mit Fotos oder als kurzer Film
 - über Wettbewerbs-Website (Unterseite der Stadt Kempten/Integration in Bürgerbeteiligungsplattform) oder WhatsApp
- > Teilnahmevoraussetzung
 - Kein laufendes Insolvenzverfahren

2.1.2 Sichtungs- und Auswahlphase

- Jury sichtet Bewerbungen, prüft Vollständigkeit
- Organisationsbüro führt Interviews mit Bewerber:innen
- Auswahl der Teilnehmer:innen für
„Markthalle der Ideen“

2.1.3 Einladungsphase und Pre-Opening

- > Einladung erfolgt spätestens drei Monate vor dem Start der Pop-Up-Phase
- > Pre-Opening-Veranstaltung am Vorabend der Öffnung
 - Netzwerkmöglichkeit für Teilnehmer:innen, Partner:innen und Medien

2.1.4 Pop-Up-Phase

- > Leerstehende Immobilie in Innenstadt-Lage verwandelt sich in die „Markthalle der Ideen“
- > Teilnehmer:innen präsentieren Geschäftsideen/
Waren/Dienstleistungen vor einem breiten Publikum
- > Bunte & lebendige Eventfläche
- > Zeitraum: vier Wochen von Donnerstag bis Samstag

2.1.4 Pop-Up-Phase

- > Wechselndes Rahmenprogramm
 - > Regionale Musiker:innen
 - > Podiumsdiskussionen / Netzwerkformate
- > Pro Teilnehmer:in Verkaufsfläche von 10 m²,
Gestaltung nach eigenen Vorstellungen
- > Jeder Marktstand erhält QR-Code: Besucher:innen
stimmen direkt ab und bewerten zusätzlich zur Jury

2.1.5 Abstimmungsphase

> Publikumsvoting:

- QR-Code zur Abstimmung vor Ort, Abstimmung auch rein Online möglich
- Darstellung der Bewerber:innen und ihres Produkts/ihrer Dienstleistung auf der Webseite

> Juryvoting:

- Bewertung über Jurytool anhand automatisiert angewendeter gewichteter Bewertungsmatrix

2.1.6 Auszeichnung, Coaching

- Auszeichnung sechs Wochen nach Abstimmungsphase in der „Markthalle der Ideen“
- individuelles Coachingpaket als konzeptionelle und ideelle Unterstützung (3 Monate, realisiert über Partner:innen)

2.1.7 Unterstützung bei der Etablierung der Geschäftsidee durch die Stadt

- > dreimonatige Unterstützung der Gewinner durch die Stadt / das Citymanagement bei der Immobiliensuche in Kempten für die Geschäftsidee
- > Optional: Gewährung von Mietzuschüssen oder eines mietfreien Zeitraums

3. Rahmenbedingungen

3.1 Auslober

- > **Auslober:** Thomas Kiechle, Oberbürgermeister der Stadt Kempten
- > **Organisationsbüro:** Mitarbeitende, die sich um die Realisierung des Preises kümmern.
 - Aufgabenfelder:
 - Jurykommunikation
 - Wettbewerb
 - Preisverleihung

3.2 Das Bewerbungstool

> 1. Schritt:

- Über Online-Bewerbungsformular oder WhatsApp
 - Abfrage grundsätzlicher Informationen
 - Angaben zur Geschäftsidee/Projekt

> 2. Schritt:

- Interviews auf Grundlage eines Fragenkatalogs

3.3 Die Bewertungsmatrix

> Gewichtete Matrix mit fünf Bereichen:

1. Unternehmensdarstellung
2. Nachhaltigkeit
3. Kooperation / Vernetzung in der Region
4. Zukunftsfähigkeit
5. Marketing und Vertrieb

3.4 Die Jury

- > Ausgewiesene Wirtschaftsexpert:innen, vom Auslober auf drei Jahre berufen
- > Aufgaben:
 - Bewertung der Einreichungen
 - Entscheidung über Preisträger:innen
- > Arbeit:
 - 3 Jurysitzungen pro Wettbewerbsjahr: vor Beginn, nach Bewerbungsende, nach Pop-Up-Phase

3.4 Die Jury

- > Vorgeschlagen werden Vertreter:innen der Institutionen:
 - Allgäu GmbH
 - City Management Kempten
 - Handelsverband Bayern
 - HWK Schwaben
 - IHK Schwaben
 - Ab zweitem Wettbewerbsjahr: die drei Preisträger:innen des zurückliegenden Wettbewerbsjahres
- > Wahl eines Vorsitzes pro Wettbewerbsjahr durch Jurymitglieder

3.5 Das Jurytool

- > Personalisierter Zugang zu Bewerbungen
- > Überblick über alle Termine
- > Bewertungsmatrix (automatisierte Anwendung)
- > Bewerbungen können vom Organisationsbüro in das Tool eingetragen werden

3.6 Gewinnen von Partner:innen

- > Einwerbung von Partnermitteln
- > Partnerpakete
 - Austausch von Dienst-, Sach- oder Finanzleistungen mit gezielten Marketingmöglichkeiten für Partner:innen
- > Zusätzlich Kooperationen mit Medien, Kammern, Verbänden und Wirtschaftsunternehmen mit der Kernzielgruppe Existenzgründer:innen

4. Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

4. Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

- > **Block I** „Vorbereitung und Durchführung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Wettbewerb inkl. Aktualisierung und ständiger Pflege des Internetauftritts“
- > **Block II** „Organisation und Durchführung des Wettbewerbs“
- > **Block III** „Vorbereitung und Durchführung Preisverleihung“

4.1 Kommunikationsmaßnahmen

- > Webseite als zentrales Kommunikationsinstrument

- > **Kommunikation VOR dem Start:**
 - Aufbau der Landingpage zum Wettbewerb
 - Beginn acht Wochen vor Wettbewerbsstart
 - crossmediale Kommunikation über bestehende Kanäle/Wege, Jury, Partner, Medienarbeit

4.1 Kommunikationsmaßnahmen

> Zum Wettbewerbsstart:

- Prominente Platzierung auf der Kempten-Webseite
- Einbettung in bestehende Social-Media-Kommunikation
- Landingpage LEVEL UP KEMPTEN
- Flyer zur Auslage in der Wettbewerbsregion
- Digitales Marketingpaket für Multiplikator:innen, Jury, Medien

4.1 Kommunikationsmaßnahmen

> Zur Pop-Up-Phase:

- Bewerbung der Gesamtveranstaltung
 - Öffnungszeiten und Rahmenprogramm
- Vorstellung der Händler:innen
 - kurzer Steckbrief auf Webseite und über Social Media

> Nach der Preisverleihung:

- Kommunikation der Sieger:innen
- Begleitung der Erfolgsgeschichten

4.2 Medienarbeit

> Kommunikationsanlässe für die Medien

- Pressegespräch und Pressemitteilung zum Wettbewerbsstart
- Pressemitteilung zur Bekanntgabe der Anzahl der Einreichungen, Vorstellung der Bewerber:innen mit kurzen Steckbriefen, Einladung zum Presserundgang zum Start der „Markthalle der Ideen“
- Pressemitteilung und Presserundgang mit dem Auslober zum Start der „Markthalle der Ideen“
- Pressemitteilung und Einladung im Vorfeld der Preisverleihung
- Pressemitteilung zur Preisverleihung mit Bekanntgabe der Sieger:innen

5. Evaluation

5. Evaluation

- > Evaluation des Preises jährlich durch den Auslober & Jury
- > Überprüfung von:
 - Ausschreibungszeitraum
 - Bewertungsmatrix
 - Kriterien und Gewichtung
 - Bewerbungsformular
 - Jurysitzungen und Entscheidungsfindung
 - Marketing, Werbung & Pressearbeit

6. Logo



**LEVEL UP
KEMPTEN**

**RAUM FÜR
DEINE IDEEN**

7. Fragen und Anregungen