

AUSLOBUNG

Kreativwettbewerb
INTERIORDESIGN UND HANDEL



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT
VERKEHR, LANDWIRTSCHAFT
UND WEINBAU

HILLE

Architekten BDA

Kreativwettbewerb Interiordesign und Handel

Auslober

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT UND WEINBAU
RHEINLAND-PFALZ

vertreten durch
Dr. Volker Wissing, Minister für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau

Stiftsstraße 9
55116 Mainz

www.mwvlw.rlp.de

Wettbewerbsbetreuung

Hille Architekten + Stadtplaner BDA
Bahnhofstraße 23
55218 Ingelheim

Telefon 06132 / 40349
ingelheim@hillearchitekten.de
www.hillearchitekten.de

Quelle Titelbild:pixabay.com, Lizenz: CCO

Mainz, den 30.11.2018

Kooperationspartner



INHALTSVERZEICHNIS

TERMINE 05

TEIL A ALLGEMEINE BEDINGUNGEN 06

1.	Anlass und Zweck des Wettbewerbs	06
2.	Wettbewerbsverfahren	06
3.	Teilnehmer, Zulassungsbereich, Sprache des Wettbewerbs	06
4.	Preisgericht	07
5.	Wettbewerbsunterlagen	07
6.	Wettbewerbsleistungen	07
7.	Einreichung	08
8.	Zulassung	08
9.	Beurteilungskriterien	08
10.	Termine	09
11.	Prämierung / Preise	09
12.	Abschluss des Wettbewerbs / Datenschutz	10

TEIL B WETTBEWERBSAUFGABE 11

	Vorbemerkung	11
1.	Allgemeine Anforderungen	11
2.	Aufenthaltsqualität	12
3.	Integration von digitalen Elementen	12
4.	Ergonomie / Nutzerqualität / Kundenorientierung	12
5.	Qualität Webauftritt / soziale Medien	13
6.	Design Give-Aways / Werbemittel / Communication Design	13

TERMINE

Bekanntmachung / Tag der Auslobung	30.11.2018
Schriftliche Rückfragen bis	22.02.2019
Rückfragenbeantwortung	27.02.2019
Abgabe der Unterlagen	15.03.2019
Preisgerichtssitzung	06. und 07.05.2019
Eröffnung der Ausstellung der Wettbewerbsergebnisse	Im Anschluss

TEIL A – ALLGEMEINE BEDINGUNGEN

1. Anlass und Zweck des Wettbewerbs

Der Kreativwettbewerb „Interiordesign und Handel“ soll im Rahmen der Initiative des Wirtschaftsministeriums (MWVLW) „Neue Wege für Innerstädtische Netzwerke“ in Kooperation mit dem Ministerium der Finanzen (FM) und der Architektenkammer Rheinland-Pfalz im Rahmen der Baukultur Rheinland-Pfalz als Prämierungswettbewerb stattfinden und zur Aufwertung von Innenstädten und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit stationärer Händler und der Innerstädtischen Akteure wie Gastronomen, Hoteliers, Apotheker, Ärzte, Immobilieneigentümer, Kreative etc. führen.

Im Rahmen dieses Wettbewerbs sollen nicht nur klassische Einzelhandelsgeschäfte prämiert werden. Er ist ebenso offen für alle o.g. innerstädtischen Akteure. Zur besseren Lesbarkeit wird im Rahmen der Auslobung zumeist von „Läden“ ö.ä. gesprochen; die anderen Akteure sind selbstverständlich immer mit eingeschlossen.

2. Wettbewerbsverfahren

Der Wettbewerb ist als Prämierungswettbewerb ausgelobt.

3. Teilnehmer, Zulassungsbereich, Sprache des Wettbewerbs

Teilnahmeberechtigt sind Gewerbetreibende mit Hauptgeschäftssitz in Rheinland-Pfalz.

Der Wettbewerb wird in deutscher Sprache durchgeführt.

Bewerbergemeinschaften natürlicher und juristischer Personen sind ebenfalls teilnahmeberechtigt, wenn jedes Mitglied der Bewerbergemeinschaft und die Bewerbergemeinschaft insgesamt die sonstigen Zulassungsvoraussetzungen erfüllt.

Wenn sich eine Bewerbergemeinschaft bildet, so hat diese einen bevollmächtigten Vertreter zu benennen, der für die Wettbewerbsleistung verantwortlich ist.

Bei teilnehmenden Bewerbergemeinschaften muss jedes Mitglied teilnahmeberechtigt sein. Berater unterliegen nicht den Teilnahmebedingungen.

Ausgeschlossen von der Teilnahme sind Personen, die infolge ihrer Beteiligung an der Auslobung oder Durchführung des Wettbewerbs bevorzugt sind oder Einfluss auf die Entscheidung des Preisgerichts nehmen können. Das Gleiche gilt für Personen, die sich durch Angehörige oder ihnen wirtschaftlich verbundene Personen einen entsprechenden Vorteil oder Einfluss verschaffen können.

4. Preisgericht

Das Preisgericht ist in folgender Besetzung geplant:

Knut Schneider, Regionalgeschäftsführer, IHK Koblenz und Gemeinde und Städtebund Rheinland-Pfalz

Torben Leif Brodersen, Geschäftsführer Deutscher Franchiseverband

Markus Schmitt, Geschäftsführer Modehaus Schmitt, Neustadt an der Weinstraße

Andreas Ludwig, Baudezernent der Stadt Trier, Städtetag Rheinland-Pfalz

Henning Erhardt, Freier Architekt, Stuttgart

Boris Hedde, Geschäftsführer Institut für Handelsforschung Köln

Eva Holdenried, Freie Innenarchitektin, Vorstand Architektenkammer Rheinland-Pfalz

Ulla Niemann, Bereichsleitung Gratismedien, VRM GmbH & Co KG

Michael Reink, Bereichsleiter Standort und Verkehrspolitik HDE

Silke Philipps-Deters, Projektleiterin descom designforum rheinland-pfalz

Johannes Winkelser, Geschäftsführer Brauhaus Goldener Engel, Ingelheim

Raphael Fritz, Geschäftsführer Formrausch Koblenz

Bianca Klein, Referentin, Ministerium der Finanzen Rheinland-Pfalz

Der Auslober behält sich vor, weitere Sachverständige hinzuzuziehen. Die Vorprüfung erfolgt durch Hille Architekten BDA, Ingelheim in Zusammenarbeit mit dem MWVLW.

5. Wettbewerbsunterlagen

Die Wettbewerbsauslobung besteht aus:

Teil A - Rahmenbedingungen

Teil B - Wettbewerbsaufgabe

6. Wettbewerbsleistungen

Die Leistungen werden von den Teilnehmern digital gefordert. Zusätzlich sind die Arbeiten aufgezogen auf max. drei festen Tafeln im Format DIN A2 (Hochformat) unter Verwendung von Fotos, Texten, Grafiken usw. einzureichen.

Die Teilnehmer haben im Rahmen der Verfassererklärung die Versicherung abzugeben, dass sie geistiger Urheber der Beiträge sind sowie die Bildrechte aller verwendeten Fotos und Grafiken haben und berechtigt sind, der Ausloberin das Recht zur Veröffentlichung dieser zu erteilen.

Kreativwettbewerb Interiordesign und Handel

7. Einreichung

Die Einreichung erfolgt an:

Hille Architekten + Stadtplaner BDA
Bahnhofstraße 23
55218 Ingelheim

kreativwettbewerb@hillearchitekten.de

8. Zulassung

Zur Beurteilung zugelassen werden alle Beiträge, die den

- formalen Bedingungen entsprechen
- in wesentlichen Teilen dem geforderten Umfang entsprechen
- termingerecht eingegangen sind

Bindende Vorgaben:

Es gibt keine bindenden Vorgaben bezüglich des Teils B der Auslobung.

Über die Zulassung entscheidet das Preisgericht; die Entscheidungen, insbesondere über den Ausschluss von Beiträgen, sind zu protokollieren.

9. Beurteilungskriterien

Folgende Kriterien werden bei der Beurteilung der Wettbewerbsbeiträge angewendet:

Nach der Vorprüfung durch die Wettbewerbsbetreuung werden die eingereichten Arbeiten vom Preisgericht unter folgenden Gesichtspunkten bewertet:

- | | |
|--|-----|
| - Aufenthaltsqualität | 25% |
| - Integration von digitalen Elementen | 25% |
| - Ergonomie, Nutzerqualität, Kundenorientierung | 25% |
| - Qualität Webauftritt / soziale Medien | 15% |
| - Design Give-Aways / Werbemittel / Communication Design | 10% |

10. Termine

10.1

Der Wettbewerb wird am Tag der Auslobung, dem 30.11.2018 bekannt gemacht.

10.2

Rückfragen

Rückfragen zum Wettbewerb können bis zum 22.02.2019 schriftlich per Mail an das betreuende Büro gerichtet werden.

Mailadresse: kreativwettbewerb@hillearchitekten.de

Die Rückfragen werden anschließend beantwortet und in einem Protokoll veröffentlicht.

Die Rückfragen und Ihre Beantwortung werden Teil der Auslobung.

10.3

Einlieferung

Einlieferungstermin ist der 15.03.2019 um 16:00 Uhr (Submission)

An diesem Tag muss der Wettbewerbsbeitrag beim betreuenden Büro eingegangen sein.

Das Preisgericht tagt voraussichtlich am 06. und 07.05.2019

Die Ausstellung der Wettbewerbsarbeiten findet im Anschluss an das Verfahren in Mainz statt.

11. Prämierung / Preise

Als Summe für die prämierten Beiträge steht ein Betrag von 15.000,- E brutto zur Verfügung.

Je nach Umfang der eingereichten Wettbewerbsbeiträge ist aus der o.g. Summe geplant Preise / Auszeichnungen und Anerkennungen zu vergeben.

Je nach Art und Umfang der eingereichten Projekte behält sich die Jury vor Kategorien zu bilden. Für Preise stehen jeweils 3.000,- E brutto zur Verfügung. Die verbleibenden Summen für Auszeichnungen und Anerkennungen werden dann jeweils durch die Jury aufgeteilt.

Die Aufteilung der Wettbewerbssumme kann durch einstimmigen Beschluss des Preisgerichts neu festgelegt werden.

Das zugesprochene Preisgeld kann von der Europäischen Kommission als staatliche Beihilfe angesehen werden. Es wird deshalb als so genannte „De-minimis-Beihilfe“ ausbezahlt. Grundlage hierfür ist die Verordnung (EU) Nr. 1407/2013 (Amtsblatt der

Kreativwettbewerb Interiordesign und Handel

Europäischen Union Nr. L 352 vom 24. Dezember 2013, S. 1.). Demnach darf der Gesamtbetrag der einem Unternehmen gewährten De-minimis-Beihilfen in einem Zeitraum von 3 Steuerjahren 200.000 € nicht übersteigen. Sollte mit dem Preisgeld der verfügbare De-minimis-Rahmen überschritten werden, wird ein Preisgeld in der zum Stichtag Preisverleihung maximal zulässigen Höhe verliehen.

12. Abschluss des Wettbewerbs

12.1 Ergebnis und Öffentlichkeit

Der Auslober informiert die Teilnehmer über das Ergebnis durch Versendung des Protokolls der Preisgerichtssitzung und wird eine Ausstellung organisieren.

Soweit ein Preisträger wegen mangelnder Teilnahmeberechtigung oder Verstoßes gegen Wettbewerbsregeln nicht berücksichtigt werden kann, rücken die übrigen Preisträger in der Rangfolge des Preisgerichts nach, sofern das Preisgericht im Protokoll nichts anderes bestimmt hat.

12.2 Nutzung und Datenschutz

Wettbewerbsbeiträge dürfen vom Auslober veröffentlicht werden.

Mit der Abgabe der Arbeiten zum Wettbewerb räumen die Teilnehmer der Ausloberin das honorarfreie, zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkte einfache Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Ausstellung, Vorführung und öffentlichen Zugänglichmachung der von ihnen gefertigten Lichtbilder, Grafiken, Texte usw. (im Folgenden: Inhalte) ein.

Insbesondere erklären sie sich damit einverstanden, dass alle Inhalte des Wettbewerbsbeitrages auch, jedoch nicht ausschließlich, im Internet, in sozialen Medien und Printerzeugnissen veröffentlicht werden. Die Inhalte dürfen unter Wahrung des Urheberpersönlichkeitsrechts bearbeitet und umgestaltet werden (insbesondere Zuschnitt, Abbildung in schwarz/weiß, Farbkorrektur...).

Sie haben dafür Sorge zu tragen und versichern, dass sie allein über die vorgenannten Rechte verfügen können und dass die vertragsgemäße Nutzung der Inhalte keine Rechte Dritter verletzt.

Wettbewerbsarbeiten, bei denen diese Erklärung bei Einreichung nicht vorliegt, werden vom Wettbewerb ausgeschieden. Ansonsten verbleiben alle Rechte nach dem Urheberrechtsgesetz bei den Verfassern.

Mit der Einreichung einer Arbeit erklären sich die Teilnehmer damit einverstanden, dass Ihre in der Verfassererklärung angegebenen personen- und unternehmensbezogenen Daten, insbesondere Name, Kontaktdaten und Anschrift, zum Zwecke der Durchführung des Wettbewerbs, zur internen und externen Kommunikation und einer anschließenden Publikation genutzt werden. Eine entsprechende Erklärung ist Teil der einzureichenden Verfassererklärung. Sollte diese Einwilligung nicht gegeben werden, wird die eingereichte Arbeit vom Wettbewerb ausgeschlossen.

TEIL B - WETTBERWERBSAUFGABE

Vorbemerkung

Der Kreativwettbewerb „Interiordesign und Handel“ soll im Rahmen der Initiative des Wirtschaftsministeriums (MWVLW) „Neue Wege für Innerstädtische Netzwerke“ in Kooperation mit dem Ministerium der Finanzen (FM) und der Architektenkammer Rheinland-Pfalz als Prämierungswettbewerb stattfinden und zur Aufwertung von Innenstädten und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit stationärer Händler und der Innerstädtischen Akteure wie Gastronomen, Hoteliers, Apotheker, Ärzte, Immobilieneigentümer, Kreative etc. führen.

Hintergrund ist, dass die Frequenz in den Innenstädten infolge der demografischen Entwicklung, der Digitalisierung und des damit verbundenen Strukturwandels im Handel sowie des veränderten Einkaufsverhaltens der Kundinnen und Kunden nachlässt. Insbesondere kleinere und mittlere Städte leiden unter dem Rückgang der Frequenz, dem daraus resultierenden Verlust an Sortimentsvielfalt, der eingeschränkten Investitionen in die Immobilien, dem zunehmenden Leerstand und der Verödung der Innenstädte. Mangels Aufenthaltsqualität kaufen viele Kunden verstärkt im Internet ein. Damit Kunden weiterhin gerne in der Innenstadt einkaufen, ist die Verbesserung der Aufenthaltsqualität erforderlich. Investitionen in die Immobilien, in die Baukultur, in architektonische Wertigkeit und die besondere regionale Identität einer Stadt erforderlich. Neben der Inszenierung ist aber auch die Integration von digitalen Elementen in die Innenstadt und die stationären Geschäfte erforderlich. Der Einbau von NFC-Technologie, der Wegfall der Kassenzone, mobiler Kassen-Check-Out, interaktive Elemente im Interiordesign und Ladenbau - alle Investitionen kosten Zeit und benötigen auch das nötige technologische Wissen der Immobilieneigentümer und Händler.

Der Wettbewerb soll stationären Händlern und innerstädtischen Akteuren einen Impuls geben, in ihr Ladendesign und die Wertigkeit ihrer Immobilie zu investieren und damit die Aufenthaltsqualität in ihrer Innenstadt zu stärken. Zugleich leistet er einen positiven Beitrag zur Stärkung der rheinland-pfälzischen Wirtschaft, insbesondere des Handwerks und der Architektur. Auch der Tourismus profitiert von einer erhöhten Aufenthaltsqualität in den rheinland-pfälzischen Innenstädten.

1. Allgemeine Anforderungen

Gesucht werden im Rahmen des Wettbewerbs Händler, die Ihre Geschäfts- bzw. Verkaufsräume in besonders innovativer, kreativer und zukunftsorientierter Weise gestaltet und ausgestattet haben. Bewertet werden die Faktoren „Aufenthaltsqualität“, „Integration von digitalen Elementen“, „Ergonomie / Nutzerqualität / Kundenorientierung“, „Qualität Werbeauftritt / Soziale Medien“ sowie „Design Give-Aways / Werbemittel / Communication Design“.

2. Aufenthaltsqualität

Die Aufenthaltsqualität für den Kunden ist ein wichtiger Faktor für die Entscheidung, weiterhin Händler vor Ort aufzusuchen. Daher ist es wichtiger denn je dem Kunden ein attraktives Umfeld für sein Einkaufserlebnis zu bieten und so die Geschäftsräume und deren Qualität zu einem entscheidenden Teil dieses Erlebnisses zu machen.

Gemeint ist hier zum einen die architektonische Qualität. Diese beinhaltet das gesamte äußere Erscheinungsbild der Location – Baukörper, Fassade, Materialität, aber auch Beleuchtung und Werbeeinsatz in zeitgemäßer und ansprechender Form, welche dem Kunden ein wertiges und attraktives Bild vermittelt und zum Eintreten in den Innenraum einlädt.

Im Innenraum zeigt sich die Aufenthaltsqualität über die innenarchitektonische Gestaltung. Das Shopdesign und die Gestaltung der Innenräume mit Mobiliar, Beleuchtung, Oberflächen und Werbeelementen sind wichtige Faktoren, welche dem Kunden ein positives Gefühl vermitteln und zum Verweilen einladen.

Bewertet werden neben der architektonischen und innenarchitektonischen Qualität die Gesamtwirkung sowie ggf. die Wiedererkennbarkeit.

3. Integration von digitalen Elementen

Die Integration von digitalen Elementen ist ein wichtiger Baustein für die Zukunftsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit des lokalen Einzelhandels. Neue Technologien wie kassenloser Checkout, digitale Preisauszeichnung, moderne Werbe- und Informationsmittel und mehr bieten für den Kunden einen echten Mehrwert sowie eine Zeitersparnis, welche den Einzelhandel in puncto Nutzerfreundlichkeit stärkt.

Bewertet wird hier der Einsatz digitaler Technologien zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses des Kunden. Im Mittelpunkt steht, dem Kunden ein gutes Gefühl zu vermitteln.

4. Ergonomie / Nutzerqualität / Kundenorientierung

Die Ergonomie und Nutzerfreundlichkeit von Geschäftsräumen trägt im Wesentlichen zu einer positiven Erfahrung des Kunden bei. Wie sich ein Kunde orientiert und wie er mit seiner Umgebung interagiert, ist entscheidend für eine nutzerfreundliche Wahrnehmung. Ein Eingehen auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden / Gastes und die Möglichkeit einer individuellen Reaktion auf besondere Anforderungen bestimmter Zielgruppen bieten die Möglichkeit dem Kunden das bestmögliche Erlebnis zu bieten.

Bewertet werden die kundenorientierten Maßnahmen und Elemente, welche den Kunden bei seinem Besuch unterstützen und zur Ergonomie beitragen.

5. Qualität Webauftritt / soziale Medien

Ein attraktiver Webauftritt auf allen Plattformen ist für erfolgreiche Unternehmen unerlässlich. In Zeiten des dauerhaften Zugriffs auf das Internet durch Smartphone und Tablet müssen Händler leicht zu finden sein; Informationen müssen klar und deutlich und dennoch attraktiv transportiert werden. Auch der Auftritt und die Präsenz in sozialen Medien sind wichtige Bausteine für ein erfolgreiches Marketing. Die Attraktivität dieser Auftritte ist entscheidend für die Wahrnehmung des Unternehmens als seriöser Partner durch den Kunden und somit ein enormer Faktor für den Erfolg eines Händlers.

Bewertet werden sowohl die Präsenz als auch die Qualität des Webauftrittes sowie des Auftrittes in sozialen Medien sowie die plattformübergreifende Wiedererkennbarkeit.

6. Design Give-Aways / Werbemittel / Communication Design

Der größte Vorteil lokaler Ladengeschäfte gegenüber dem Onlinehandel ist die Möglichkeit, sich vor Ort ein Bild von Produkten und Dienstleistungen zu machen und den Kontakt zum Geschäftspartner suchen zu können. Wichtige Mittel der Kommunikation und Werbung sind hier Give-Aways, Werbemittel wie Flyer und Visitenkarten sowie hochwertige Kommunikationsmittel wie Einladungen und Postkarten. Diese sollen neben der individuellen Qualität und der zum Unternehmen passenden Auswahl und Gestaltung ebenfalls eine gemeinsame Gestaltungslinie erkennen lassen und das Unternehmen in angemessener Form repräsentieren.

Bewertet wird die Qualität einzelner Werbemittel, Give-Aways und Kommunikationsmittel. Wichtig sind auch die durchgängige Wiedererkennbarkeit sowie ein unverwechselbares „Corporate Design“.