

# Kreativwettbewerb Einzelhandel westliche Innenstadt

## Aufgabenstellung

### Ausgangslage:

Im westlichen Teil der Mannheimer Innenstadt haben sich Unternehmen, die zahlreich von Gewerbetreibenden mit türkischen Wurzeln geführt werden, sehr erfolgreich etabliert. Die Gastronomiebetriebe, Lebensmittelhändler, Bekleidungs- und Schmuckgeschäfte ziehen insbesondere an Freitagen und Samstagen Kunden aus einem Einzugsbereich von Straßburg über Mainz bis nach Frankfurt an. Die Geschäfte entlang der Marktstraße von Quadrat I bis G und entlang der verlängerten Jungbuschstraße von G 2/H 2 bis G 5/H 5 haben sich neben den bekannten Einkaufsstraßen Planken und der Breiten Straße dadurch zu einem Einkaufsgebiet mit eigenem Profil entwickelt. Für diese Geschäftsstraßen wird ein Prozess zur Entwicklung einer Marke angestoßen.

### Aufgabe:

Entwicklung eines Markennamens und -logos für das besondere Angebot der Geschäfte entlang der Marktstraße von Quadrat I bis G und entlang der verlängerten Jungbuschstraße von G 2/H 2 bis G 5/H 5 (im Folgenden abgekürzt mit G- und H-Quadrate)

### Ziele:

- Vermarktung und Bekanntmachung des besonderen Angebots der G- und H-Quadrate nach außen
- Gewinnung erhöhter Aufmerksamkeit für das besondere Angebot der Gewerbetreibenden für Kunden
- Stärkung der Gemeinsamkeit der Gewerbetreibenden und Bewohner vor Ort

### Zielgruppen:

- Anwohner, Vereine und Gewerbetreibende in den G- und H-Quadraten
- Neue und alte Kunden aus allen Kulturkreisen

### Botschaften:

- Hervorhebung der Internationalität
- Das Angebot vor Ort ist qualitativ sehr hochwertig
- Die Vielfalt und der Umfang des Angebots auf relativ engem Raum sind einmalig
- Die besondere Atmosphäre, die Nähe und der persönliche Kontakt machen einen Besuch in den G- und H-Quadraten zu einem ganz besonderen Einkaufserlebnis
- Einkaufen mit Flair weckt Urlaubsgefühle in urbanem Umfeld
- Jeder ist willkommen und wird herzlich empfangen

### Besonderheiten des Angebotes in den G- und H-Quadraten:

- Vielfalt des Angebots auf relativ engem Raum ist ein besonderer Reiz für die Kunden
- Kleine inhabergeführte Geschäfte, keine Filialen
- Zum Umfang des Angebots: Brautmoden, Gastronomie, Schmuck, Bäckereien, Banken, internationale Spezialitäten, Dienstleister wie Friseure finden sich dicht an dicht nebeneinander
- Aufwertung des Viertels durch hohe Investitionen der Gewerbetreibenden vor Ort

**Kriterien für den Namen:**

- Verständlich und leicht aussprechbar (deutsch oder Kunstname)
- Keine Verwendung bereits vorhandener Namen
- Dauerhaft und nachhaltig, also nicht zu trendy
- Leicht zu merken
- Akzeptanz im Sprachgebrauch und bei der Bevölkerung

## Teilnahmebedingungen

Die Teilnahme am Kreativwettbewerb unterliegt den nachfolgenden Bedingungen, die der Teilnehmer mit seiner Teilnahme am Wettbewerb verbindlich anerkennt. Der Kreativwettbewerb wird federführend vom Fachbereich für Wirtschafts- und Strukturförderung der Stadt Mannheim gemeinsam mit den Partnern Citywerbegemeinschaft Mannheim City e.V., den türkischen Unternehmerverbänden TID und AKTIV und den Gewerbetreibenden vor Ort durchgeführt. Um eine möglichst breite Beteiligung zu ermöglichen und Akzeptanz zu erreichen, wird das Format eines Kreativwettbewerbs gewählt.

**Voraussetzungen für die Teilnahme:**

1. Inhalt des Wettbewerbs ist ein Name und ein Logo für die Vermarktung der G- und H-Quadrate im Rahmen eines Markenbildungsprozesses. Grundlage für den Namen und das Logo bildet die Aufgabenstellung. Logo und Name sind in Entwurfsqualität vorzulegen.
2. Teilnehmen und einreichen können Agenturen oder freie Grafiker, die in der Lage sind, den Markenbildungsprozess von den technischen und inhaltlichen Anforderungen her professionell umzusetzen und zu begleiten. Die Nähe zu interkulturellen Themen und Kenntnisse der Situation vor Ort werden vorausgesetzt.

**Bewertungsgrundlagen:**

Die Jury bewertet den Gesamteindruck, die Originalität und die Akzeptanz sowie die Identifikationsmöglichkeiten mit dem Namen und die gestalterischen Qualitäten des Logos.

**Einsendeschluss:**

Einsendeschluss ist der 24. Juni 2012.

Die Vorschläge können per Email eingereicht werden bei: [wirtschaftsfoerderung@mannheim.de](mailto:wirtschaftsfoerderung@mannheim.de)

Oder per Post bei:

Stadt Mannheim | Fachbereich für Wirtschafts- und Strukturförderung | Rathaus E5 | 68159 Mannheim

Neben dem Logoentwurf können eine Beschreibung bzw. Begründung für den gewählten Namen und seine Gestaltung sowie Informationen zur Agentur eingereicht werden.

**Preise:**

3. Preis: 250 Euro

2. Preis: 250 Euro

Der 1. Preis erhält den Auftrag zur Ausarbeitung des Logos. Das Auftragsvolumen beträgt maximal 9.000 Euro.

**Bedingungen:**

Alle teilnehmenden Agenturen müssen erklären, dass sie alleiniger Urheber des Namensvorschlags und Logos sind und damit das Urheberrecht von anderen Personen in keiner Weise verletzen.

**Ansprechpartner:**

Rückfragen zum Wettbewerb beantwortet gerne: Michaela Jakobi | Fachbereich für Wirtschafts- und Strukturförderung | Tel. 0621/293-3668 | Email: [michaela.jakobi@mannheim.de](mailto:michaela.jakobi@mannheim.de)