



## **00. Grundsätzlich**

Gut vorbereitete Projekte sind immer besser, um sich in der Arbeitsrealität kennen zu lernen. Besser als Wettbewerbe. Aber dafür gelten alle Punkte genauso, außer Punkt 04.

## **01. Briefing**

Das Projekt oder der Wettbewerb (pitch) beginnt mit einem ausführlichen, schriftlichen Briefing durch den Auftraggeber. Dieses erste Kennen lernen und Festlegen der Ziele sollte vor Ort beim Auftraggeber stattfinden.

## **02. Projektrahmen**

Wichtig ist auch eine Beschreibung des geplanten Gesamtprojekts über den Wettbewerb hinaus. Was sind kurzfristige Ziele? Welche langfristige Planung gibt es? Welches Budget ist für die Umsetzung des Projekts vorgesehen?

## **03. Positionierung**

Für einen konstruktiven und effektiven Ablauf des Wettbewerbs sowie des Gesamtprojekts ist die Einbindung der Geschäftsführung/des Vorstands unerlässlich. Nur wenn das Projekt von oberster Stelle mitgetragen wird, fallen Entscheidungen schnell, und die Gesamtrichtung liegt von vorne herein im Interesse der Unternehmensführung. Ergebnis: der Prozess ist für den Auftraggeber schlank, effektiv und Kosten sparend.

## **04. Anzahl der Beteiligten**

Aus unserer Sicht macht ein Wettbewerb mit mehr als drei beteiligten Büros, Agenturen oder Studios weder für den Auftraggeber noch für die Beteiligten Sinn. (Bei Architekten gibt es schon die absurde und inflationäre Situation, dass bis zu 400 Büros gegeneinander antreten.)

## **05. Wettbewerbshonorar**

Der Wettbewerb muss durch ein angemessenes Honorar vergütet werden. Die Ergebnisse des Wettbewerbs sind Eigentum des Ideenlieferanten. Und im Falle eines Auftrags kann das ja gegebenenfalls verrechnet werden.