

Ideenwettbewerb

ReVital

Wiederbelebung zur Wiederverwendung



13. Juli 2021

Inhaltsverzeichnis

1	ALLGEMEINES	3
1.1	Gegenstand des Wettbewerbes	3
1.2	Teilnahme am Ideenwettbewerb	4
1.3	Durchführungszeitraum Ideenwettbewerb	4
1.4	Auslober Ideenwettbewerb	4
1.5	Rückfragen zum Ideenwettbewerb	4
1.6	Informationen zum Projekt „ReVital“	5
1.6.1	ReVital-Netzwerk	5
1.6.2	IST Situation	8
1.7	Veranlassung zum Ideenwettbewerb	10
2	TEILNAHMEBEDINGUNGEN IDEENWETTBEWERB	11
2.1	Frist der Abgabe	11
2.2	Bewertungskriterien	11
2.3	Vergütung	12
2.4	Auswahlverfahren – die Jury	12
3	KONKRETE ANFORDERUNGEN AN DAS MARKENKONZEPT	14
4	ANGABEN UND ERKLÄRUNGEN DER WETTBEWERBSTEILNEHMER	14
4.1	Referenzen Wettbewerbsteilnehmer	15
4.2	Ansprechperson Teilnehmer Ideenwettbewerb	15
4.3	Veröffentlichung – Eigentum-/Urheberrechte	15

1 Allgemeines

1.1 Gegenstand des Wettbewerbes

Die Marke „ReVital“ ist eine seit dem Jahr 2011 registrierte Wortbildmarke, mit einem Bekanntheitsgrad von rd. 25 % in Oberösterreich (market Umfrage vom Juli 2020 – siehe Anhang). Die zur Bewerbung der Marke eingesetzten Werbe-/Kommunikationsmittel (Inseratvorlagen, Poster, Aufkleber, etc.) haben seit Projektbeginn zu einer kontinuierlichen Steigerung des Absatzes an qualitativ geprüften und aufbereiteten Gebrauchsgütern geführt. Die Kommunikationsstrategie, das Corporate Design und die eingesetzten Kommunikationstools sind jedoch in die Jahre gekommen und manches u. U. nicht mehr zeitgemäß.

Gegenstand des Wettbewerbes ist die Erstellung eines Konzeptes, einer Strategie und grundsätzlicher Überlegungen, wie ein Relaunch des Markenauftrittes zu einer wesentlichen Steigerung der Bekanntheit der Marke „ReVital“ in Oberösterreich von derzeit 25 % auf weit über 30 % gelingen kann.

Es sollen dabei von der (Marken-)Strategie abgeleitet - kreative, innovative und grafisch entsprechende Werbe-/Kommunikationsmaßnahmen - angedacht werden, ohne dabei die bereits erlangte Bekanntheit/Marktdurchdringung zu verlieren.

Die vorgeschlagenen Maßnahmen sollen auf max. 3 – 4 Seiten beschrieben werden.

- Erste grafische Entwürfe wären gut – sind aber nicht Bedingung.
- Um die vorgeschlagenen Maßnahmen als Auftraggeber realistisch einschätzen zu können, muss der monetäre Aufwand nachvollziehbar dargestellt werden.
- Das jährliche Budget für Media bzw. Social Media ist mit rd. € 30.000.- begrenzt.
- Allerdings bieten Kooperationen, etwaige Medienpartnerschaften aber auch eigene Social-Media-Kanäle, entsprechende Möglichkeiten. Bei Letzteren muss jedoch die Contentaufbereitung und Einspielung im Budget berücksichtigt werden.
- Das Thema ist gesellschaftspolitisch relevant, liegt zu 100 % im Zeitgeist und das soll genutzt werden, dazu braucht es auch Vorschläge.

Eine „Feinabstimmung“ der Maßnahmen und die entsprechende grafische Gestaltung erfolgt erst in einem weiteren Schritt - ist also nicht Gegenstand des Wettbewerbes.

1.2 Teilnahme am Ideenwettbewerb

Zur Teilnahme am Ideenwettbewerb wird öffentlich aufgerufen - über die

- Homepage der OÖ Umweltprofis
- Homepage revitalistgenial.at/
- WKÖ – Fachgruppe Werbung werbung@wkoee.at

1.3 Durchführungszeitraum Ideenwettbewerb

Der ReVital-Ideenwettbewerb startet mit der Veröffentlichung am **13.07.2021**.

Die Frist zur Abgabe der Wettbewerbsarbeiten ist **Montag, 23. August 2021 12:00 Uhr**, siehe Punkt 2.1.

1.4 Auslober Ideenwettbewerb

Der OÖ Landesabfallverband, als bisheriger Lizenzgeber der Marke „ReVital“, lädt mit Unterstützung des Umweltressorts der OÖ Landesregierung zur Teilnahme am Ideenwettbewerb ein.

Auslober Ideenwettbewerb ReVital	OÖ Landesabfallverband Schubertstraße 4/2, A-4020 Linz Tel.:0732/79 53 03-0 E-Mail: office@umweltprofis.at
---	--

1.5 Rückfragen zum Ideenwettbewerb

- Rückfragen zum Ideenwettbewerb übermitteln Sie bitte schriftlich in deutscher Sprache und ausschließlich in elektronischer Form mit dem Betreff „**Ideenwettbewerb ReVital**“ an office@umweltprofis.at.
- Anfragen müssen spätestens 5 Arbeitstage vor Ablauf der Frist für den Ideenwettbewerb beim OÖ Landesabfallverband eingelangt sein.
- Fristgerecht eingelangte Anfragen zum Verständnis oder zum Wettbewerb werden möglichst umgehend per E-Mail beantwortet und allen Teilnehmern über die Homepage der OÖ Umweltprofis www.umweltprofis.at zur Verfügung gestellt.

Auskunftsperson / Projektbearbeiter	OÖ Landesabfallverband Ing. Johannes Offenthaler, MSc Schubertstraße 4/2 A-4020 Linz Tel.:0732/79 53 03 DW 17 E-Mail: johannes.offenthaler@umweltprofis.at
--	--

1.6 Informationen zum Projekt „ReVital“

„ReVital“ ist ein **Projekt der kommunalen Abfallwirtschaft**, der **Sozialbetriebe** und des **Umweltressorts des Landes Oberösterreich** und wurde im Jahr 2009 oberösterreichweit initiiert.

- Unter der Marke „ReVital“ (Markenregistrierung 2011) werden seither gebrauchte aber gut erhaltene Altwaren gesammelt, aufbereitet und in die Wiederverwendung gebracht.
- Inhaber der österreichischen Marke „ReVital“ ist der OÖ Landesabfallverband.
- In Form von Lizenzverträgen wird gemeinnützigen sozialen Integrationsunternehmen das Recht eingeräumt, die Marke „ReVital“ entsprechend den Bestimmungen des Lizenzvertrages zu benutzen.
- Die überregionale Bewerbung der Marke sowie die Projektkoordination wird dabei vom OÖ Landesabfallverband wahrgenommen.

1.6.1 ReVital-Netzwerk

Die Vernetzung von gemeinnützigen und sozialen Integrationsunternehmen und der kommunalen Abfallwirtschaft bei der Sammlung, Aufbereitung und dem Verkauf von gebrauchten Produkten (Abb. 1) soll

- die Umwelt entlasten,
- arbeitsmarktpolitisch herausfordernde Zielgruppen beschäftigen und eine
- günstige Einkaufsmöglichkeit für qualitativ geprüfte und aufbereitete Gebrauchsgüter bieten.

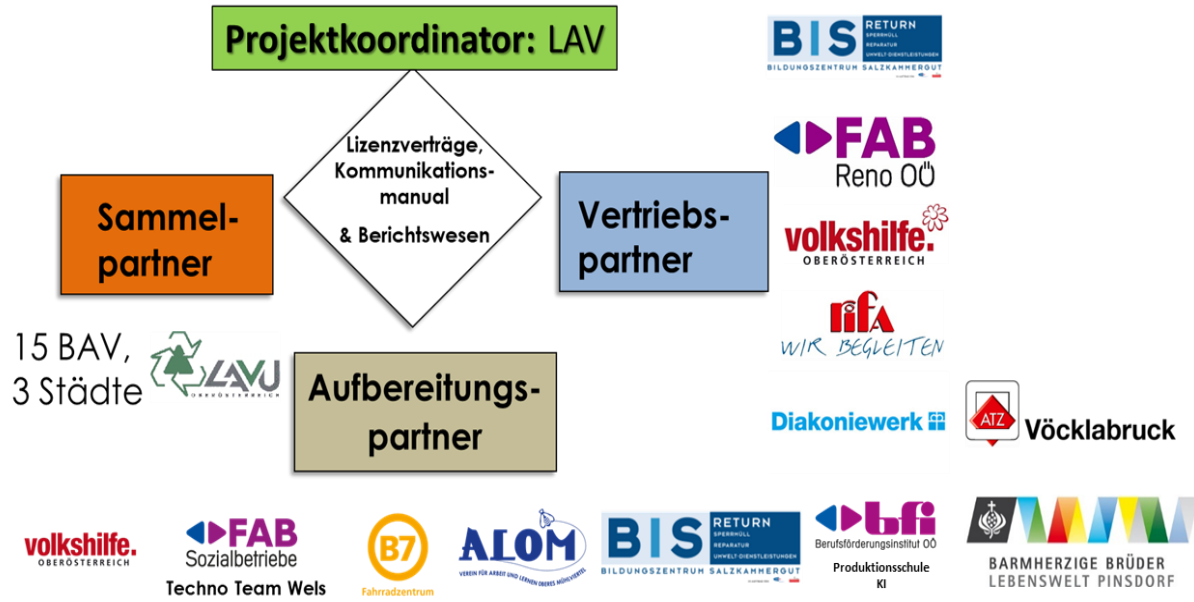


Abbildung 1: Struktur des ReVital-Netzwerks inkl. teilnehmender Organisationen

Die **Sammlung** von gut erhaltenen Altwaren erfolgt über:

- in die ReVital-Vorsammlung eingebundenen **Altstoffsammelzentren (ASZ)** in OÖ
- und durch **Direktabgabemöglichkeit** in den ReVital-Shops.

Waren aus den Altstoffsammelzentren werden von den kommunalen Sammelpartnern, den 15 Bezirksabfallverbänden und 3 Statutarstädten als Betreiber der ASZ, kostenlos zur Verfügung gestellt.

Gesammelt werden die Produktkategorien („ReVital Fraktionen“)

- **Hausrat**
- **Sport- und Freizeitgeräte**
- **Elektrogeräte-Klein**
- **Elektrogeräte-Groß**
- **Kleinmöbel**
- **Großmöbel**
- **funktionstüchtige FCKW-freie Kühlgeräte.**

Für die **Alttextilien** gab es zu Projektstart bereits flächendeckende Sammel- und Verwertungsstrukturen, daher sind diese bislang keine ReVital-Fraktion.

Zusätzlich besteht seit April 2015 die Möglichkeit der Vorsammlung mittels **ReVital-Box**.

- Die ReVital-Box ist ein mehrfach wiederverwendbarer Karton zur Sammlung von noch nutzbaren Gegenständen wie beispielsweise Hausrat, Bücher, Elektrokleingeräte, Sportartikel und Kinderspielzeug.
- Die ReVital-Box dient der platzsparenden Vorsammlung für zuhause und ist in ausgewählten Altstoffsammelzentren oder direkt in den ReVital-Shops kostenlos erhältlich.

Qualifizierte Aufbereitungspartner bereiten die gesammelten Waren für den Verkauf auf, wobei die Waren hohe Qualitätsstandards (wie z.B. Funktionsfähigkeit, Sicherheitsüberprüfung, Vollständigkeit, etc.) erfüllen müssen und sich dadurch von herkömmlicher Secondhand-Tausch- oder Flohmarktware abheben. ReVital ist damit das bessere Secondhand!

- Die aufbereiteten ReVital-Waren werden von den Aufbereitungsbetrieben den **ReVital-Vertriebspartner** überlassen, wobei 80 % des Verkaufspreises dem Aufbereitungspartner gebühren.
- Ein ReVital-Aufbereitungspartner kann auch ReVital-Vertriebspartner sein.
- Die **ReVital-Vertriebspartner** sind in ihrer Preisgestaltung frei und wirtschaftlich für den Shop-Betrieb vollständig eigenverantwortlich.
- An jedem Vertriebsstandort müssen zumindest 4 Produktkategorien angeboten werden. Die Bedingungen der Markenführung, der Produkt- und Qualitätsvorgaben sind im Lizenzvertrag geregelt.
- Der OÖ Landesabfallverband erhält für die Lizenzeinräumung je Kilogramm verkaufter ReVital-Ware einen Lizenzbeitrag von aktuell 4 Cent.
- Im Vergleich zum gemittelten Umsatz je kg ReVital-Ware von rd. EUR 3,50 entspricht das 1,2 % als Lizenzgebühr. Dieser Lizenzbeitrag wird zur Finanzierung des überregionalen Markenauftrittes und der Projektkoordination verwendet.

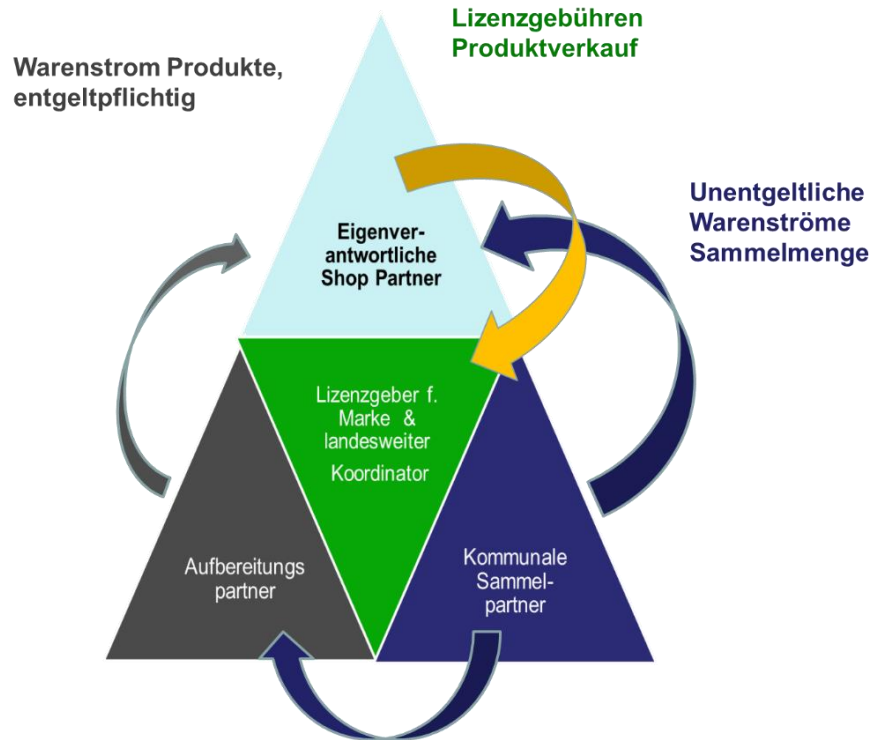


Abbildung 2: Vernetzung der einzelnen ReVital-Netzwerkpartner

1.6.2 IST Situation

1.6.2.1 Sammlung und Verkauf

Seit Projektbeginn konnte die Anzahl der in die ReVital-Vorsammlung eingebundenen Altstoffsammelzentren (ASZ) von anfänglich 10 auf mittlerweile 109 ASZ ausgeweitet werden.

Jährlich können etwa 1,6 Millionen Kilogramm ReVital-Waren, davon 28 % über die ASZ-Vorsammlung und 72 % durch Direktabgabe in den Shops gesammelt werden.

- Der flächendeckende Ausbau des ReVital-Shop-Netzwerkes von anfänglich 6 auf mittlerweile 25 ReVital-Shops in Oberösterreich hat das ermöglicht.
- In jedem der 15 Bezirke und 3 Statutarstädte ist mindestens ein ReVital-Shop situiert.
- Der Verkauf konzentriert sich in den Ballungsgebieten; etwa 50 % werden allein in den Statutarstädten Linz, Wels und Steyr verkauft.



Abbildung 3: ReVital-Netzwerk Stand Juli 2021



Abbildung 4 – Verkaufsmengenentwicklung / Anzahl der Shops

* Im Jahr 2018 waren vorübergehend 22 ReVital-Shops in OÖ vorhanden, ein Shop musste jedoch aufgrund der sich als schwierig zu gestaltenden Standortsuche Ende August 2018 geschlossen werden

1.6.2.2 Bestehendes Marketing

Die Marke „ReVital“ wird vom OÖ Landesabfallverband (LAV) laufend über diverse Medien überregional sowie über die ReVital-Homepage www.revitalistgenial.at beworben.

- Es wird dabei die Bewerbung der Sammlung in den Altstoffsammelzentren sowie der Verkauf in den ReVital-Shops fokussiert.
- Für die einheitliche Bewerbung der Marke „ReVital“ wurde ein Kommunikations-Manual mit verschiedensten Werbemitteln im Februar 2011 angefertigt und den sozialen Integrationsunternehmen als Lizenznehmer zur Verfügung gestellt (siehe Anhang).
- Die Einhaltung einer einheitlichen Erscheinungsweise und die damit verbundene Wiedererkennung, ist für den gemeinsamen Markenauftritt in OÖ. unerlässlich.

1.7 Veranlassung zum Ideenwettbewerb

Die flächendeckende Bündelung der Markenauftritte aller Shop-Partner im Netzwerk durch die Marke „ReVital“ sowie die zur Bewerbung der Marke eingesetzten Werbe-/Kommunikationsutensilien (Inseratvorlagen, Poster, Shop-Beschilderungen, ReVital-Homepage www.revitalistgenial.at, etc.) haben seit 2009 zu einer kontinuierlichen Steigerung des Absatzes geführt. Nach über 10 Jahren soll nun im Rahmen des Ideenwettbewerbes evaluiert werden, ob und wie ein Relaunch des Markenauftrittes erfolgen soll.

Ziel ist die:

- **Steigerung der Markenbekanntheit** von derzeit 25 % auf weit über 30 % und Imagebildung in relevanten Zielgruppen.
- **Steigerung der Verkaufszahlen** für die aufbereiteten und angebotenen „ReVital“-Produkte
- **Erhöhung der Kundenfrequenz in den Shops.**

2 Teilnahmebedingungen Ideenwettbewerb

- Die Wettbewerbsarbeiten / -konzepte müssen schriftlich in deutscher Sprache verfasst sein und in elektronischer Form abgegeben werden.
- Die Wettbewerbsarbeiten haben alle Unterlagen zu enthalten, die für die Nachvollziehbarkeit und Beurteilung des Konzeptes erforderlich sind.
- Eine darüberhinausgehende spezielle Formvorschrift wird nicht gefordert.
- Mitarbeiter der OÖ Umweltprofis sowie die ReVital-Netzwerkpartner sind von der Teilnahme am Ideenwettbewerb ausgeschlossen.

2.1 Frist der Abgabe

Die Wettbewerbsarbeiten müssen bis zum Ende des Ideenwettbewerbs, spätestens am **Montag, 23. August 2021 12:00 Uhr**, beim OÖ Landesabfallverband per E-Mail unter office@umweltprofis.at mit dem Betreff „**Ideenwettbewerb ReVital**““ eingelangt sein. Das Risiko des rechtzeitigen Einlangens tragen die Teilnehmer*innen.

2.2 Bewertungskriterien

Die Bewertung der eingereichten Wettbewerbsarbeiten erfolgt durch eine Jury aufgrund nachfolgend angeführter Bewertungskriterien, wobei in Summe **max. 100 Punkte** erreicht werden können.

- **Plausibilität und Nachvollziehbarkeit des Konzeptes (30 Punkte)**
 - ReVital-Gedanke (Wiederverwendung, Ressourcenschonung, Abfallvermeidung, soziale Beschäftigung) wurde entsprechend berücksichtigt
 - Werbevorschläge sind allgemein verständlich (keine zusätzliche Erklärung des Themas erforderlich) und ermöglichen die Erschließung neuer Zielgruppen (Generation Z, alpha), wobei bestehende Zielgruppen nicht vernachlässigt werden dürfen
 - Zielgruppen wurden erkannt und bedient (Vorschläge Marketing-Mix für die einzelnen Zielgruppen)
 - Berücksichtigung Customer Journey (mögliche Touchpoints mit der Marke ReVital) der unterschiedlichen Zielgruppen (... von der Generation Z über

hobbymäßige Flohmarktgeher und umweltbewussten Menschen bis hin zur ursprünglichen Kernzielgruppe der sozial benachteiligten Menschen).

- eingebundene Partner im Netzwerk wurden berücksichtigt
- **Kreativität und Innovation der Vorschläge zur Weiterentwicklung des ReVital-Logos und Verbesserung des Markenauftrittes (20 Punkte)**
- **mit einem aussagekräftigen Claim (Untertitel) (10 Punkte)**
- **Kraft der zielgruppenspezifischen Marketing-Ideen (20 Punkt)**
- **Effektivität und Effizienz des Mitteleinsatz (Kostenabschätzung) zur Verbesserung des Markenauftrittes (20 Punkte)**

2.3 Vergütung

Die drei von der Jury bestgereihten Wettbewerbsarbeiten werden zur Wettbewerbspräsentation (2. Stufe) eingeladen und mit einer Honorarpauschale in der Höhe von jeweils EUR 1.500,00 netto belohnt. Der genaue Ablauf der zweiten Stufe des Wettbewerbs wird rechtzeitig bekannt gegeben.

- Die Honorarpauschale wird nach Abschluss des Auswahlverfahrens, auf das vom Wettbewerbsteilnehmer namhaft gemachte Konto überwiesen.
- Der Gewinner des Ideenwettbewerbs erklärt sich bereit, dass die Honorarpauschale in Höhe von EUR 1.500,00 netto im Falle einer weiterführenden Auftragsvergabe, von der Angebotssumme anteilig in Abzug gebracht werden kann, sofern das Auftragsvolumen die 10-fache Summe übersteigt.

2.4 Auswahlverfahren – die Jury

Das Auswahlverfahren zur Prämierung des Gewinners des Ideenwettbewerbs erfolgt durch eine Jury, die in zwei Beurteilungsrunden entscheidet.

Die Jury setzt sich dabei aus je zwei Vertretern des OÖ Landesabfallverbandes, zwei Vertretern aus dem Umweltressort des Landes OÖ und je einen Vertreter aus dem Bereich der Sammlung, der Aufbereitung und dem Verkauf zusammen, also in Summe 7 Personen. In einer ersten Beurteilungsrunde wird nach Ablauf der Einreichfrist zeitnah eine Vorauswahl von den eingereichten Wettbewerbsarbeiten getroffen.

Jedes Jurymitglied vergibt individuell die Punkte zu den Auswahlkriterien, danach wird gemittelt.

Jene drei Wettbewerbsarbeiten mit der höchsten Gesamtpunkteanzahl können anschließend vor der Jury des Auslobers ihr Konzept in max. 20 Minuten präsentieren.

- In dieser zweiten Beurteilungsrunde wird über die Reihung der Arbeiten entschieden.
- Dazu werden zu den obgenannten Bewertungskriterien noch die Überzeugungskraft der präsentierten Ideen und die Identifikation der Wettbewerbsteilnehmer mit dem Konzept beurteilt.
- Die Teilnehmer werden schriftlich über die Entscheidung der Jury informiert. Die Reihung der Wettbewerbsarbeiten wird zudem auf der Homepage www.umweltprofis.at veröffentlicht.

Im Anschluss an das Wettbewerbsverfahren erfolgt mit dem Gewinner des Ideenwettbewerbs ein Verhandlungsverfahren über das Ausmaß der tatsächlichen Auftragsumsetzung. **Einen automatischen Anspruch auf die weiterführende Beauftragung zur Umsetzung der in der Wettbewerbsarbeit vorgeschlagenen Maßnahmen kann der Wettbewerbsteilnehmer aber dezidiert nicht ableiten!**

3 Konkrete Anforderungen an das Markenkonzzept

Die Teilnehmer am Ideenwettbewerb sollen anhand der Evaluierung des bestehenden ReVital-Markenauftrittes Konzepte und Vorschläge erarbeiten, wie es zukünftig gelingen kann, dass ReVital markenmäßig in OÖ. noch weiter an Bekanntheit erlangt. Es sollen dabei neue und bestehende Zielgruppen über verschiedenste Kommunikationskanäle wie Printmedien, Social Media, diverse Werbeaktivitäten etc. angesprochen werden. Neben einer Beschreibung der Maßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades können von den Teilnehmern auch erste Designvorschläge eingereicht werden.

Darüber hinaus soll ein Katalog mit Maßnahmenvorschläge zur Verkaufsförderung/ Frequenzsteigerung in den Shops formuliert werden. Die Maßnahmen zur Verbesserung des Markenauftrittes müssen in der Konzeptunterlage dabei auch monetär abgeschätzt werden.

Für die Verbesserung und Umsetzung des ReVital-Markenauftrittes werden Mittel in Höhe von EUR 39.000,00 netto zur Verfügung gestellt.

Im Anschluss an die Überarbeitung des ReVital-Markenauftrittes soll auch die ReVital-Homepage www.revitalistgenial.at technisch und gestalterisch entsprechend überarbeitet werden.

4 Angaben und Erklärungen der Wettbewerbsteilnehmer

Der Wettbewerbsteilnehmer erklärt den Inhalt seiner Wettbewerbsarbeit und alle übrigen vorgelegten Unterlagen wie beispielsweise grafische Designvorschläge, Katalog mit vorgeschlagenen Maßnahmen, etc. soweit für verbindlich, als er Urheber der Wettbewerbsarbeit bzw. in Besitz sämtlicher Benutzungsrechte ist. Er erklärt mit Abgabe weiters, dass er Kenntnis über sämtliche Bestimmungen des Wettbewerbes hat und erkennt diese vollinhaltlich an. Die Wettbewerbsteilnehmer erklären sich zudem bereit, dass sie die Entscheidung der Jury als endgültig und unanfechtbar akzeptieren werden.

4.1 Referenzen Wettbewerbsteilnehmer

Die Teilnehmer haben mit Abgabe ihrer Wettbewerbsunterlage, zur Beurteilung der Leistungsfähigkeit, ein kurzes Profil inkl. Referenzen und die Angabe der eingebundenen Personen beizulegen.

4.2 Ansprechperson Teilnehmer Ideenwettbewerb

Vom Wettbewerbsteilnehmer ist mit Abgabe der Wettbewerbsarbeit eine entscheidungsbefugte und hauptverantwortliche Person für das Projekt dem Auslober bekannt zu geben. Sofern geplant ist, dass einzelne Teilleistungen nicht selbst erbracht werden, so sind die Subpartner genau anzuführen und deren Leistungsteil eindeutig zuzuordnen.

4.3 Veröffentlichung – Eigentum-/Urheberrechte

Der OÖ Landesabfallverband besitzt das Recht der Veröffentlichung, insbesondere der Erstveröffentlichung jener drei Wettbewerbsarbeiten mit der höchsten Gesamtpunkteanzahl, die jeweiligen Autoren werden dabei namentlich genannt. Dieses Recht steht auch jedem Wettbewerbsteilnehmer für seine Wettbewerbsarbeit zu. Bis zur abschließenden Juryentscheidung haben sich aber alle Teilnehmer zur Geheimhaltung ihrer Ideenkonzepte zu verpflichten. Das geistige Eigentum an den eingereichten Wettbewerbsarbeiten bleibt bei den Teilnehmern. Das sachliche Eigentum an den eingereichten Unterlagen geht an den Auslober über.

Linz, am Dienstag, 13. Juli 2021

Anhang:

- a. ReVital Market Umfrage 2020
- b. Kommunikations-Manual 2011