

Antrags- und Juryfragen creative_to market/18 – 22

gültig vom 01.01.2018 – 31.12.2022

Antragsfragen

Fragen zum Unternehmen

Bisherige Entwicklung

Beschreiben Sie ganz allgemein die wichtigsten Entwicklungsschritte Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation.

Ist-Situation

Wie ist die momentane Situation Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation? Welche Produkte / Dienstleistungen werden angeboten bzw. welche Entwicklungen werden derzeit vorgenommen? Gehen Sie auch auf die Kunden-, Markt- und Konkurrenzsituation ein.

Ausblick und Strategie

Wie sieht die Strategie für die nächsten Jahre aus? Sollen (neben dem eingereichten Projekt) neue Produkte / Dienstleistungen entwickelt oder neue Märkte erschlossen werden?

Kreativwirtschaftsbranche

Beschreiben sie, in welchem Bereich der Kreativwirtschaft Ihr Unternehmen verankert sein wird.

Fragen zum Projekt

Projektkurzbeschreibung (Presstext)

Beschreiben Sie in wenigen Sätzen Ihr Projekt. Dieser Text kann im Falle einer Förderung zur Veröffentlichung genutzt werden.

Bereich der Kreativwirtschaft

Die Förderungen für die Kreativwirtschaft richten sich an jene Unternehmen, die Projekte in einem der folgenden Bereiche umsetzen. Zusätzlich werden Services, die sich explizit an Akteure der Kreativwirtschaft richten, ebenfalls als Bereich der Kreativwirtschaft definiert. Wählen Sie jenen Bereich, in dem Sie Ihr Projekt vorwiegend verankert sehen:

Architektur, Design, Kunstmarkt, Mode, Multimedia (inkl. Games), Verlagswesen, Musikwirtschaft, Filmwirtschaft (inkl. Animation und Visualisierung), Services für die Kreativwirtschaft

Produkt- bzw. Dienstleistungsbeschreibung

Beschreiben Sie das kreativwirtschaftliche Produkt (bzw. die Dienstleistung) rund um welches die Markt- bzw. Vertriebsaktivitäten gesetzt werden. Auf welchen Märkten ist das Produkt derzeit vertreten, welche Zielgruppen werden derzeit angesprochen, welche Vertriebskanäle werden bedient? Geben Sie den Preis für Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung an und beschreiben Sie die Umsatzentwicklung.

Marktanalyse

Beschreiben Sie Ihren anvisierten Markt (branchenspezifisch, geographisch, etc.). Wovon ist der Markt grundsätzlich gekennzeichnet? Welche Vertriebswege gibt es, bzw. werden besprochen. Wer sind die Mitbewerber am Markt? Wie unterscheidet sich ihr Produkt/Ihre Dienstleistung/Ihr Verfahren gegenüber dem Wettbewerb?

Markterschließungs- und/oder Vertriebsstrategie

Beschreiben Sie hier Ihre Markterschließungs- bzw. Vertriebsstrategie. Was sind die Ziele des Projektes und welche konkreten Aktivitäten werden zu deren Erreichung gesetzt. Welche Kommunikations- und Distributionskanäle werden identifiziert und wie werden diese bespielt bzw. genutzt. Es soll klar erkennbar sein, wie Sie Ihre KundInnen am anvisierten Markt erreichen und Ihr Produkt bzw. die zu entwickelnde Dienstleistung zukünftig vertrieben wird. Die Angaben zur Markterschließungs- bzw. Vertriebsstrategie müssen sich in den Arbeitspaketen widerspiegeln.

Netzwerkpartner

Welche Netzwerk- und Kooperationspartner sind für die erfolgreiche Umsetzung des Projektes notwendig? Wie werden diese angesprochen? Wie wird die Zusammenarbeit ausgestaltet sein?

Geschäftsmodell

Beschreiben Sie hier das Geschäftsmodell in Bezug auf Ihr Vorhaben. Gehen Sie insbesondere auf Ihre Preiskalkulationen und Umsatzerwartungen ein. Welche wirtschaftlichen Potenziale sehen Sie im Projekt. Geben Sie konkret den Stückpreis, die erwartete Absatzmenge bzw. die angestrebte KundInnenanzahl an.

Weiterentwicklung

Wie wirkt sich das Vorhaben auf das Unternehmen / auf das Umfeld des Unternehmens (Branche, Stadt Wien, etc.) aus? Welche Weiterentwicklungen und Veränderungen sind zu erwarten? Wie werden die Ergebnisse/Erkenntnisse des Projektes im Unternehmen nachhaltig implementiert?

Beschäftigungseffekte

Werden durch das Projekt neue MitarbeiterInnen im Unternehmen angestellt? Wenn ja, werden diese MitarbeiterInnen während des Projekts oder nach Projektabschluss angestellt? Handelt es sich dabei um Voll- oder Teilzeit-MitarbeiterInnen?

Querschnittsthema

Hat das Projekt (positive) Auswirkungen in einem oder mehreren der folgenden Themengebiete: Ökologie und Ressourceneffizienz, Chancengleichheit und Diversität, andere gesellschaftspolitisch relevante Fragen?

Juryfragen

1. Übersicht

| Nr. | Indikator | Skala | Punkte | KO |
|------|--|-------|--------|------|
| 1. | Planung | 0 – 5 | 10 | ja |
| 2. | Unternehmen der Kreativwirtschaft | j/n | - | ja |
| 3. | Kreativwirtschaftliches Vorhaben | j/n | - | ja |
| 4. | Kreativwirtschaftliche Qualität | 0 – 5 | 10 | ja |
| 5. | Marktanalyse | 0 – 5 | 10 | ja |
| 6. | Vertriebsstrategie | 0 – 5 | 10 | Ja |
| 7. | Geschäftsmodell | 0 – 5 | 10 | ja |
| 8. | Ressourcen | 0 – 5 | 5 | ja |
| 9. | Finanzierung | j/n | - | ja |
| 10. | Betriebswirtschaftliche Relevanz | | | |
| 10.1 | Unternehmensinterne und strategische Bedeutung | 0 – 5 | 15 | ja |
| 10.2 | Potenzial des Unternehmens | 0 – 5 | 5 | ja |
| 11. | Regionalwirtschaftliche Relevanz | 0 – 5 | 10 | nein |
| 12. | Querschnittsthemen | 0 – 5 | 5 | nein |
| 13. | Beschäftigung | 0-5 | 10 | nein |

2. Indikatoren

| Nr. | Indikator | Art | Punkte | KO |
|-----|---|-------|--------|------|
| 1. | Planung | 0 – 5 | | ja |
| | Inwieweit sind die Angaben im Antrag vollständig, schlüssig und plausibel? | | | |
| 2. | Unternehmen der Kreativwirtschaft | j/n | - | ja |
| | Handelt es sich beim einreichenden Unternehmen um ein Unternehmen der Kreativwirtschaft? Laut Richtlinie werden Unternehmen zur Kreativwirtschaft gezählt, wenn diese in den Bereichen Architektur, Design, Kunstmarkt, Mode, Multimedia, Verlagswesen, Musikwirtschaft und Filmwirtschaft tätig sind. Zusätzlich sind Unternehmen, die einen Service anbieten, der sich explizit an Akteure der Kreativwirtschaft richtet, antragsberechtigt. | | | |
| 3. | Kreativwirtschaftliches Vorhaben | j/n | - | ja |
| | Liegt dem eingereichten Projekt ein kreativwirtschaftliches Produkt/Dienstleistung oder ein Service für die Kreativwirtschaft zu Grunde? Laut Richtlinie sind kreativwirtschaftliche Vorhaben Projekte zur Entwicklung, Produktion und Distribution von kreativen Produkten, Dienstleistungen und Prozessen aus den Bereichen Architektur, Design, Kunstmarkt, Mode, Multimedia, Verlagswesen, Musikwirtschaft, Filmwirtschaft sowie Services, die sich explizit an Akteure der Kreativwirtschaft richten, förderbar. Für Services für die Kreativwirtschaft: Richtet sich das Service explizit und nachvollziehbar an Akteure der Kreativwirtschaft? | | | |
| 4. | Kreativwirtschaftliche Qualität | 0 – 5 | | nein |
| | Liegt dem Vorhaben ein kreativ-künstlerisches Konzept zu Grunde, das auf ein im jeweiligen Fachgebiet hervorragendes zukünftiges Leistungsangebot schließen lässt? Wie kann sich das Vorhaben gegenüber anderen kreativen Angeboten positionieren? Lassen die Kompetenzen und Erfahrungen der handelnden Personen auf eine hohe kreative Qualität schließen? Wesentlich ist ebenfalls, ob die Reproduzierbarkeit und Standardisierbarkeit des zu entwickelnden Produktes oder der zu entwickelnden Dienstleistung gegeben ist. | | | |
| 5. | Markterschließungs- und Kommunikationsstrategie | 0 – 5 | | ja |
| | Sind die geplanten Maßnahmen nachvollziehbar und ausreichend um die Projektziele zu erreichen? Öffnet das Projekt für das Unternehmen einen neuen Markt, eine neue Zielgruppe, ein neues Geschäftsfeld? Die Mindestanforderung ist, dass sich das Unternehmen mit einem bestehenden Portfolio an einen neuen Markt richtet, mit einem neuen Angebot erstmalig auf einen Markt eintritt oder dass neue Vertriebskanäle genutzt werden. | | | |
| 6. | Vertriebsstrategie | 0 – 5 | | ja |
| | Sind die Vertriebskanäle bekannt und werden die zum Projekt passenden Wege beschritten? Ist die angestrebte Positionierung - international, lokal oder global - realistisch? Wird das kreative Potenzial zur Verwirklichung neuer Vertriebsstrategien herangezogen? Lassen sich aus den neuen Vertriebswegen neue Geschäftsmodelle entwickeln? Hat das Unternehmen ausreichend Kenntnis, welche Schritte selbst umgesetzt werden können und wann Expertinnen hinzugezogen werden müssen? | | | |

| | | | | |
|------|--|-------|----|------|
| | | | | |
| | Geschäftsmodell | 0 – 5 | | ja |
| 7. | Bewerten Sie das dargestellte Geschäftsmodell nach dessen Qualität und Erfolgsaussichten? Werden die Fragen zu Zielkunden, Nutzen für Kunden, Art der Nutzenschaffung und Art der Umsatzgenerierung beantwortet? | | | |
| | Ressourcen | 0 – 5 | | ja |
| 8. | In welchem Ausmaß sind die zur Umsetzung des Projekts notwendigen Ressourcen (Personal, Know-how, Materialien, Lizenzen, rechtliche Voraussetzungen etc.) vorhanden, bzw. ist die Ressourcenplanung ausreichend nachvollziehbar? | | | |
| | Finanzierung | j/n | - | ja |
| 9. | Sind die zur Umsetzung des Projekts notwendigen finanziellen Mittel vorhanden und nachvollziehbar dargestellt? Wenn nein, kann mittels Finanzierungsaufgabe der Nachweis einer ausreichenden Finanzierung dargestellt werden? | | | |
| 10. | Betriebswirtschaftliche Relevanz | | | |
| | Unternehmensinterne und strategische Bedeutung | 0 – 5 | | ja |
| 10.1 | Wie hoch ist die Bedeutung und Additionalität des Projekts für das Unternehmen (auch im Vergleich zur bisherigen Tätigkeit) einzuschätzen? Als Indikatoren sind Umsatzwachstums und Unternehmensstrategie (i.S.v. "change of behaviour, Neuausrichtung oder "nice to have") zu sehen. Stellt das Projekt für das einreichende Unternehmen ein Vorhaben dar, das über den laufenden Geschäftsbetrieb und die üblichen kreativen/inhaltlichen Leistung dieses Unternehmens hinausgeht? (= Mindestanspruch). Handelt es sich darüber hinaus um ein großes Vorhaben oder um ein Projekt unter vielen? Es muss sich z.B. um die Entwicklung eines für das Unternehmen neuen, zusätzlichen (oder deutlich verbesserten) Dienstleistung (Produkt) handeln. Öffnet das Projekt für das Unternehmen einen neuen Markt, eine neue Zielgruppe, ein neues Geschäftsfeld? Hier wird nicht das Geschäftsmodell des Vorhabens „isoliert“ bewertet, sondern das Vorhaben in Relation zu den übrigen Aktivitäten/Geschäftsfeldern des Unternehmens und hinsichtlich der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung beurteilt. | | | |
| | Potenzial des Unternehmens | 0 – 5 | | nein |
| 10.2 | Lässt die bisherige Geschäftstätigkeit eine positive Umsetzung des Projekts und weitere Entwicklung des Unternehmens erwarten? | | | |
| | Regionalwirtschaftliche Relevanz | 0 – 5 | | nein |
| 11. | Wie hoch ist die Bedeutung der Umsetzung des Projekts für den Standort Wien i.S.v. Beschäftigung, Strahlkraft, Vorbildfunktion, Wertschöpfung, etc.? | | | |
| | Querschnittsthemen | 0 – 5 | 5 | nein |
| 12. | Wie sind die (positiven) Auswirkungen des Projekts in einem oder mehreren der folgenden Themengebiete einzuschätzen: Ökologie und Ressourceneffizienz, Chancengleichheit und Diversität, andere gesellschaftspolitisch relevante Fragen? | | | |
| 13. | Beschäftigung | 0 – 5 | 10 | nein |

| |
|--|
| <p>Wie ist die mittelfristige (positive) Beschäftigungswirkung des Projekts einzuschätzen? Ist das Vorhaben geeignet, während und v.a. über die Projektlaufzeit hinaus zusätzliche Beschäftigung im Unternehmen zu schaffen? Als Orientierung zur Punktevergabe gilt: 1-3 erwartbare zusätzliche Arbeitsplätze: 1 Pkt; 3-5: 2 Pkt; 5-8: 3 Pkt; 8-12: 4 Pkt; höher: 5 Pkt; die Punktevergabe kann angepasst werden, wenn mittel- oder langfristig mit einer besonders dynamischen Entwicklung zu rechnen ist und/oder die erwartete Zuwachse im Verhältnis zur bisherigen Beschäftigung besonders signifikant ausfällt.</p> |
|--|