



Wettbewerb „Pop-up-Store(s)“

BEWERTUNGSKRITERIEN:

- **Stimmigkeit des Konzeptes** (passen die einzelnen Bausteine des Konzeptes gut zusammen und ergänzen sich widerspruchsfrei)
- **Innovationsgrad** (welche neuen Ansätze beinhaltet das Konzept beispielweise bei den Produkten, dem Geschäftsmodell, den Dienstleistungen, der Digitalisierung etc.)
- **Frequenz-Relevanz** (warum kann bei dem eingereichten Konzept von einer hohen Kundenfrequenz ausgegangen werden? Z.B. durch die Produktvielfalt, trendige Produkte oder Dienstleistungen, Veranstaltungen etc.)
- **Innenstadtauglichkeit** (warum ist gerade die Innenstadt ein guter Ort für das Konzept; werden bestehende Zielgruppen, aber auch neue Kunden, Einheimische wie Touristen, angesprochen)
- **Nutzungsvielfalt** (was findet, neben dem klassischen Abverkauf, noch alles in der Fläche statt an Beratung, Events, Kultur etc.)
- **Alleinstellungsmerkmal** (was macht das Konzept einzigartig und hebt es von den bestehenden Angeboten in der Innenstadt ab)
- **wirtschaftliche Nachhaltigkeit des Konzeptes** (damit ist gemeint, ob das Konzept so ausgelegt ist, dass es sich auch über die 10 Monate hinaus in der freien Marktwirtschaft trägt und ob dieses in der Innenstadt oder aber an einem anderen Ort weiter fortgeführt werden könnte)
- **ökologische Nachhaltigkeit des Konzeptes** (gibt es beispielsweise faire, regionale oder saisonale Produkte, werden Produkte oder Prozesse ressourcensparend produziert oder gestaltet)

(gleichwertige Bewertung der Kriterien durch eine Fachjury und nach Schulnotensystem,

Noten 1-6)