

Wettbewerbspräsentation

At the highest Pitch

Nicht immer führt der Weg vom Erstkontakt mit einem künftigen Auftraggeber automatisch „zum Gipfel“. Die Erfahrungen mit einer Teilnahme an Wettbewerbspräsentationen sind nicht nur positiv – so mancher Pitch hat den einen oder anderen Kommunikations- und Kreativdienstleister eher auf die Palme als auf den Gipfel gebracht. Wir haben folgende Tipps für eine erfolgreiche Pitch-Teilnahme.



Dkkfm. Laurentius Mayrhofer
Institut für ganzheitliche
Markenbewertungen GmbH

Mühlbergstraße 11a
3382 Loosdorf
02754/30 177 10
office@diemarkenwertexperten.at
www.diemarkenwertexperten.at



*Pitch: Auf die
Palme oder
auf den Gipfel
gebracht?*



Scannen
und Artikel
weiterleiten.

Als Pitch bezeichnet man eine Wettbewerbspräsentation, zu der mehrere Kommunikationsdienstleister geladen werden, um bei oft größeren Projekten und komplexeren Aufgabenstellungen den oder die besten Anbieter auswählen zu können. Anders als bei einem allgemeinen Angebot, das zwar Leistungen und Kosten definiert, werden beim Pitch darüber hinaus meist erste Entwürfe, Lösungsansätze und Kampagnenideen erwartet und auch präsentiert.

Den Auftraggebern ist dabei nicht immer bewusst, welche und vor allem wie viele Prozessschritte für eine künftige erfolgreiche Zusammenarbeit notwendig sind und welchen Aufwand das sowohl für sie selbst wie auch für die Teilnehmenden bedeutet. Letzteren wird – insbesondere nach den ersten Teilnahmen an Wettbewerbspräsentationen – erst nach Absage und Entscheidung zugunsten eines Mitbewerbers schmerzlich klar, wie hoch der eigene unternehmerische Einsatz und der wirtschaftliche Verlust war. Ärger und Frust darüber sind dann zwar verständlich, aber wirksames Gegenmittel ist ausschließlich das Verständnis, dass die Teilnahme am Pitch und damit die Annahme des „Auftrages“ aus freiem Willen des Auftragnehmers erfolgten. Die Konsequenzen für einen professionellen Ablauf und Umgang können somit zwischen Auftraggeber und Präsentationsteilnehmer geteilt werden.

Pitch

Die Vorfreude ist meist groß, wenn die Einladung zur Teilnahme an einer Wettbewerbspräsentation eintrifft: Eine Möglichkeit bietet sich, die eigene Kreativität und Professionalität unter Beweis zu stellen sowie einen neuen Kunden und einen

meist doch interessanten Auftrag zu gewinnen. Aber Achtung, nicht immer wird die Wettbewerbspräsentation professionell, z.B. fachlich durch einen Pitch-Berater oder rechtskundig durch einen Vergabeanwalt, begleitet. Daher liegt es am Kreativdienstleister, Risiko und Gewinnpotenzial der Teilnahme am Pitch abzuwägen.

Hier ein paar Fragen dazu:

- Um welches Projekt handelt es sich?
Entspricht der zu vergebende Auftrag meiner Expertise und meinem Wunschprojekt?
- Welche Nachweise sind zu erbringen?
- Wie konkret sind Ziele und Erwartungen beschrieben?
- Anhand welcher Kriterien erfolgt die Bewertung der Präsentationen und wie werden diese Kriterien zueinander gewichtet?
- Wie ist der zeitliche Ablauf und welche Termine und Fristen sind einzuhalten?
- Wer ist Auftraggeber und wie wird ein fachlich richtiger und neutraler Juryentscheid sichergestellt?
- Welche Bedingungen sind an die Teilnahme geknüpft?
- Ist die künftige Zusammenarbeit exklusiv geplant oder hält sich der Auftraggeber offen, mit mehreren Dienstleistern in unterschiedlichen Projektteilen zusammenzuarbeiten?
- Sind in den Teilnahmebedingungen die Nutzungsrechte geregelt?
- Ist ein Abschlagshonorar vorgesehen?
- Wie viele und welche Dienstleister werden eingeladen?
- Sind Bietergemeinschaften für die Teilnahme zugelassen?
- Mit welchen Partnern ist eine Bietergemeinschaft sinnvoll und möglich?
- Wann, wo, mit welchen Medien und in welchem Rahmen soll präsentiert werden?



iStock.com/skynesher

- Welche Bestandteile und Inhalte muss die Präsentation umfassen?
- Wie soll die Dokumentation und Unterlagenübergabe erfolgen?
- Sind Rückfragen möglich? Wenn ja, in welchem Rahmen und an wen?
- Wie und unter welchen vergaberrechtlichen Bedingungen erfolgt die Auftragsvergabe?

Bevor die eigentliche Arbeit zur Vorbereitung der Präsentation beginnt, helfen die oben genannten Fragen bei der kritischen Prüfung der übermittelten Einladungsunterlagen.

Es liegt am Kreativdienstleister, das Risiko und Gewinnpotenzial abzuwägen.

Stolpersteine

Ein paar Stolpersteine seien hier aus der Erfahrung konkret noch ergänzt: Art und Umfang der Unterlagen sollten bei einem Pitch zumindest den üblichen Umfang eines Briefings und die darin enthaltenen üblichen Inhalte aufweisen. Die aktuelle Situation, die zu lösenden Aufgaben, der Budgetrahmen, die Projekt- und Realisierungszeiträume, Ziele und Erfolgsparameter sind nur einige davon.

Die Anzahl der eingeladenen Teilnehmer sollte limitiert sein. Der Auftraggeber beweist durch eine Vorqualifizierung, dass er

konkrete Erwartungen an die Qualität der Präsentation und die künftige Zusammenarbeit stellt.

Die Teilnahme an einer Wettbewerbspräsentation ist als eigenständiger Auftrag zu sehen, der über den üblichen Umfang eines normalen Angebotes mit Firmenvorstellung, Leistungskatalog und Kostenverzeichnis hinausgeht. Konzeptbestandteile und Entwurfspräsentationen für künftige Kampagnen oder Kreativkonzepte sind per Vergabegesetz vom Auftraggeber geforderte Zusatzleistungen und als solche honorarpflichtig.

Eine schriftliche Präsentationsvereinbarung sollte alle vertragsrelevanten Bedingungen regeln. Im Falle eines Abschlags verbleiben üblicherweise sämtliche Rechte an den im Präsentationsumfang enthaltenen Kreativkonzepten, Texten und sonstigen geistigen Werken beim Präsentationsteilnehmer als Urheber.

Der Kodex K gibt einen kompakten Überblick über die für die Kreativbranche geltenden Vergaberichtlinien und gesetzlichen Vorgaben. Er ist über die Fachgruppe für Mitglieder erhältlich und gehört als Wegbegleiter bei der Vergabe von Kreativdienstleistungen zur Fixausstattung von Werbeagenturen, Kreativbüros und Marketingabteilungen werbetreibender Unternehmen.

Im Rahmen einer Bietergemeinschaft sollten alle Partner über Bedingungen, Risiken und Vorgaben wie auch über Verbindlichkeiten gegenüber dem Auftraggeber,

Zuständigkeiten und Projektverantwortlichkeiten Bescheid wissen und diesen in einer internen schriftlichen Übereinkunft zustimmen.

Präsentation

Am Tag der Präsentation sind alle geforderten Unterlagen, Präsentationshilfsmittel und das technische Equipment vorbereitet. Pünktlichkeit und die minutiöse Einhaltung der Fristen und des vorgegebenen Zeitrahmens zeugen von Professionalität und Zuverlässigkeit.

Die Präsentation sollte sich an den vorgegebenen Inhalten orientieren. Pluspunkte gibt es erfahrungsgemäß für die direkte Bezugnahme auf die zu lösenden Herausforderungen und die Vorstellung der konkreten Umsetzungsmaßnahmen dazu. Für die Aufteilung der Präsentationsinhalte erweisen sich die in der Einladung definierten Kriterien und deren Gewichtung als hilfreich. Bei zeitlich sehr engen Präsentationslots lässt sich wertvolle Zeit durch gezielte Hinweise auf entsprechende Unterlagen in den Handouts sparen.

Und ein letzter Tipp: Auch Jurymitglieder und Auftraggeber entscheiden nicht immer nur sachlich, sondern emotional. Die Persönlichkeiten des Entscheidungsgremiums zu erheben und vorab zu recherchieren, kann nur von Vorteil sein. Überraschungsmomente, Storytelling und Konzeptbestandteile, die die Jurymitglieder mit allen Sinnen – insbesondere neben den visuellen Eindrücken durch Fühlen, Riechen, Schmecken und Hören – ansprechen, helfen, die eigene Präsentation im Gedächtnis der Juroren positiv zu verankern.

→ Infos

Bundesvergabegesetz
bit.ly/3BxXOc3

Schwellenwerte und Berechnung des geschätzten Auftragswertes im Vergabeverfahren
bit.ly/3qeuEs3