

## Bewertungskriterien Förderwettbewerb „stadtwärts.sichtbar.gründen.“

### 1. Konzeptidee

Bewertungsspektrum (9 Pkt. =sehr gut bis 1 Pkt. = mangelhaft)		Faktor	Punkte	Kommentar
<b>PUNKTE</b>	<b>1.1 STIMMIGKEIT DES KONZEPTS</b>			
9	Das Konzept ist in sich stimmig und plausibel.	2	/ 18	
5	Das Konzept ist an der ein oder anderen Stelle noch nachzubessern. Mit Beratung kann es gelingen.			
1	Das Ladenkonzept wirkt nicht durchdacht und kann auch nicht durch Coaching verbessert werden.			
	<b>1.2 ÖKOLOGIE</b> (Themen: Kreislaufwirtschaft, Energieeffizienz, Müllvermeidung, regionale Produkte)			
9	Das Konzept berücksichtigt umfangreich ökologische Aspekte.	1	/ 9	
5	Das Konzept berücksichtigt ökologische Aspekte.			
1	Das Konzept berücksichtigt keine ökologischen Aspekte.			
	<b>1.3 BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PLAUSIBILITÄT</b>			
9	Es ist zu vermuten, dass das Konzept auch nach dem Förderzeitraum langfristig wirtschaftlich tragfähig ist.	2	/ 18	
5	Die ersten Jahre werden sehr herausfordernd. Langfristig kann das Konzept sich ggf. rechnen.			
1	Selbst in der Förderphase scheint ein wirtschaftliches Betreiben fraglich.			
	<b>1.4 FACHLICHE EIGNUNG DER BEWERBER*IN(NEN)</b>			
9	Der/Die Bewerber*in hat langjährige Erfahrung oder eine fachliche Qualifikation zur Umsetzung des Konzeptes. Er/Sie hat sich bereits umfassend mit der Gründungsidee befasst.	1	/ 9	
5	Der/Die Bewerber*in hat noch keine große Erfahrung aber eine gute Vorstellung von den Herausforderungen.			
1	Der/Die Bewerber*in macht nicht den Eindruck, das Konzept erfolgreich umsetzen zu können.			
	<b>1.5 INNOVATIONSGRAD</b>			
9	Das Konzept ist insgesamt neuartig und am Standort noch nicht vorhanden.	1	/ 9	
5	Das Konzept ist nicht neu, aber man kennt es noch nicht am Standort.			
1	Das Konzept ist nicht neu; am Standort existieren bereits ähnliche Konzepte.			
	<b>1.6 POTENZIELLE NACHFRAGE AM STANDORT</b>			
9	Die Nachfrage eines solchen Angebots ist hoch und wird bislang noch nicht ausreichend am Standort gedeckt.	1	/ 9	
5	In der Nachfrage drohen weder solide Aufschwünge noch Abschwünge in den nächsten Jahren.			
1	Das Angebot wird schon heute kaum nachgefragt. Es ist unwahrscheinlich, dass hierfür eine Nachfrage am Standort generiert werden kann.			
	<b>1.7 ÖFFNUNGSZEITEN</b>			
9	Die Öffnungszeiten passen vollumfänglich zum Konzept und zur angesprochenen Zielgruppe.	1	/ 9	
5	Die Ladenöffnungszeiten sind befriedigend.			
1	Die Öffnungszeiten sind ungünstig gewählt.			

Bewertungsspektrum (9 Pkt. =sehr gut bis 1 Pkt. = mangelhaft)		Faktor	Punkte	Kommentar
<b>1.8 QUALITÄT DER ANGEBOTSIHALTE</b>				
9	Das Konzept bietet hochwertige/wichtige Produkte/Dienstleistungen und wertet den Standort erheblich auf.	1	/ 9	
5	Das Angebot an Produkten/Leistungen wertet den Standort auf.			
1	Es handelt sich um ein Angebot, dass in einer City-Lage nicht gefördert werden sollte.			
<b>1.9 DIGITALISIERUNG</b>				
9	Der/Die Bewerber*in hat bereits eine umfassende Idee, wie das Konzept digital dargestellt werden soll.	1	/ 9	
5	Der/Die Bewerber*in hat sich mit Möglichkeiten der digitalen Präsentation seines Konzeptes Gedanken gemacht und erste Ideen entwickelt.			
1	Der/Die Bewerber*in hat weder eine Idee davon noch die Absicht, sein Konzept digital darzustellen.			
<b>1.10 QUALITÄT DER AUßENDARSTELLUNG</b>				
9	Der/Die Bewerber*in hat bereits eine umfassende Idee, wie das Angebot ansprechend dargestellt werden soll.	1	/ 9	
5	Der/Die Bewerber*in hat sich mit Möglichkeiten der Ladengestaltung beschäftigt und erste Ideen entwickelt.			
1	Der/Die Bewerber*in hat weder eine Idee davon noch die Absicht, sein Konzept attraktiv zu präsentieren.			

## 2. Innenstadtattraktivität

Bewertungsspektrum (9 Pkt. =sehr gut bis 1 Pkt. = mangelhaft)		Faktor	Punkte	Kommentar
<b>PUNKTE 2.1 NUTZUNGSVIELFALT IN DER INNENSTADT</b>				
9	Das Konzept leistet einen erheblichen Beitrag zur Nutzungsvielfalt in der Innenstadt. Das Konzept wird multifunktionalen Nutzungen einer modernen Innenstadt gerecht.	2	/ 18	
5	Das Konzept hat multifunktionale Ansätze. Ähnliche Angebote gibt es bereits im Projektgebiet.			
1	Das Konzept leistet keinen Beitrag zur Nutzungsvielfalt in der Innenstadt. Gleiche oder ähnliche Konzepte gibt es bereits im Projektgebiet. Weitere Konzepte dieser Art sind im Projektgebiet nicht wünschenswert.			
<b>2.2 FREQUENZ-RELEVANZ</b>				
9	Es ist sehr wahrscheinlich, dass das Konzept zu einer deutlichen Erhöhung der Passantenfrequenz beiträgt.	1	/ 9	
5	Das Konzept kann zu einer Erhöhung der Passantenfrequenz beitragen.			
1	Eine Erhöhung der Passantenfrequenz ist durch dieses Konzept nicht zu erwarten.			

### Ergebnis:

	Punktzahl	Max. Punktzahl
<b>1. Konzeptidee</b>		<b>108</b>
<b>2. Innenstadtattraktivität</b>		<b>27</b>
<b>Gesamt</b>		<b>135</b>

### Empfehlung: