

Wettbewerbspräsentation – Checkliste für Veranstalter

1. Sind andere Möglichkeiten zur Wahl einer geeigneten PR-Agentur (Direktwahl, Agenturpräsentation mit Fallstudien, Strategieworkshop) eingehend geprüft und aus gutem Grund verworfen worden?
2. Sind die Agenturen, die zur Wettbewerbspräsentation eingeladen werden sollen, bezüglich Know-how und Kompetenzen echt vergleichbar?
3. Wird vorgängig abgeklärt, dass die einzuladenden Agenturen in keinem Interessenskonflikt zu ihren bestehenden Mandaten stehen?
4. Werden die einzuladenden Agenturen dazu aufgefordert, bereits vor Erhalt des Briefings eine Vertraulichkeitserklärung zu unterzeichnen?
5. Ist sich der Veranstalter der Wettbewerbspräsentation bewusst, dass das geistige Eigentum (Copyright) der präsentierten Ideen und Strategien in jedem Fall bei den Agenturen bleibt?
6. Ist sichergestellt, dass maximal vier Agenturen zur Teilnahme an der Wettbewerbspräsentation zugelassen sind und ihnen zur Lösung der Aufgabe 15-20 Arbeitstage Zeit eingeräumt wird?
7. Erhalten die einzuladenden Agenturen vorgängig folgende Informationen?
 - schriftliche Einladung mit kurzer Definition ihrer Aufgabe
 - vorgesehene Dauer der Zusammenarbeit mit der Siegeragentur
 - Grössenordnung des zur Implementierung vorgesehenen PR-Budgets
 - Präsentationstermin
 - Bewertungskriterien der Juroren
 - gewünschte Präsentationsform
 - Nennung aller eingeladenen Agenturen
8. Wird allen teilnehmenden Agenturen für den Fall, dass sie den Auftrag nicht erhalten, eine finanzielle Aufwandentschädigung von mindestens CHF 5'000 fest zugesichert?
9. Werden die teilnehmenden Agenturen eine präzise Aufgabenstellung und ein gut mit Unterlagen dokumentiertes schriftliches Briefing erhalten?
10. Wird den teilnehmenden Agenturen ein vorab festgelegter Termin für ein mündliches Nachbriefing angeboten?
11. Ist sichergestellt, dass sich auf Seiten des Veranstalters der Wettbewerbspräsentation niemand durch die teilnehmenden Agenturen lobbyieren lässt?

12. Ist geklärt, wer beim Veranstalter der Wettbewerbspräsentation bei Fragen der Agentur als Ansprechpartner zur Verfügung steht?
13. Wurde vorab sichergestellt, dass an der Präsentation jene Mitarbeitenden der Agentur auftreten, die im Fall des Mandatsgewinns das Mandat betreuen würden?
14. Sind all jene, die künftig mit der Siegeragentur zusammenarbeiten werden, an der Wettbewerbspräsentation anwesend?
15. Können alle eingeladenen Agenturen idealerweise am selben Tag, im selben Raum, vor demselben Jurorenkreis des Auftraggebers präsentieren?
16. Steht jeder präsentierenden Agentur ein Zeitfenster von mindestens einer Stunde für die Präsentation und Diskussion zur Verfügung?
17. Sind angemessene Pausen für die Juroren und für die Agenturen zum Einrichten ihrer Präsentation zwischen den einzelnen Auftritten eingeplant?
18. Stehen allen Juroren einheitliche Bewertungskriterien zur Verfügung? Wurden diese auch mit dem Briefing an die Agentur kommuniziert?
19. Sind alle Juroren instruiert, wie einerseits die Präsentationen und andererseits die schriftlich abzugebenden Konzepte zu bewerten sind?
20. Berücksichtigen die Bewertungskriterien,
 - ob die Aufgabe von der Agentur richtig verstanden wurde,
 - ob die Ausgangslage solide analysiert wurde,
 - ob die Strategie nachvollziehbar davon abgeleitet wurde,
 - ob die vorgeschlagenen Massnahmen auch realisierbar sind,
 - ob die finanziellen Mittel ökonomisch eingesetzt werden,
 - ob der Erfolg messbar ist,
 - ob die konzeptionelle Leistung aussergewöhnlich und erfolversprechend ist,
 - ob die Chemie zwischen Auftraggeber und Beratungsperson stimmt?
21. Wird den Agenturen am Präsentationstag verbindlich mitgeteilt, bis wann sie mit einem Bescheid rechnen dürfen?
22. Wird den Juroren ausreichend Zeit zum Studium der von den Agenturen abgegebenen Konzepte eingeräumt?
23. Wird die Siegeragentur am vereinbarten Tag telefonisch über den Mandatsgewinn informiert und ein Termin zwecks Festlegung der Zusammenarbeit abgemacht?
24. Erhalten die Verliereragenturen schriftlich einen gut begründeten Bescheid, die Möglichkeit, telefonisch Rückfragen zu stellen sowie die Aufforderungen, für ihren Aufwand den vereinbarten Betrag in Rechnung zu stellen und die als «vertraulich» bezeichneten Unterlagen zu retournieren?
25. Wird mit der Siegeragentur vereinbart, ob, wann und in welcher Form sie ihren Mandatsgewinn bekannt machen darf?