

# Angriff der Logo-Klitsche

Mehr und mehr **Crowdsourcing-Plattformen** bieten kreative Dienstleistungen im Internet an. Zwingt das Profis in eine Preisdiskussion?

Seit die Plattform Crowdspring.com in den USA im Mai vergangenen Jahres ins Netz ging, haben sich dort über 17 000 Kreative registriert. 2800 Ausschreibungen gab es bislang, 600 000 Dollar Preisgeld gingen an die Designer. Täglich kommen 40 bis 50 Kreativprojekte dazu, was die Diskussion um das Thema Preisdumping befeuert. Doch dazu später mehr.

**Auf die Idee, die Intelligenz der Massen** mit Auftraggebern zusammenzubringen, kommen auch hierzulande immer mehr Start-ups: Nach und nach gingen im vergangenen Jahr criggle.de, jovoto.com, designenlassen.de, trawlix.de und – ganz aktuell – 12designer.com an den Start.

Doch die Konzepte unterscheiden sich deutlich. Jovoto und Trawlix etwa heben sich schon durch die Preisgestaltung positiv ab: Dort muss der Auftraggeber bereits für den Prozess der Ideenfindung Preisgelder zahlen. Kauft der Kunde eine

So gab die Deutsche Bahn 10 000 Euro für die Suche nach einer Kampagnenidee in die Community. Die SPD-Internet-Agentur A&B Face2Net ließ für den Merkel-Herausforderer Steinmeier die Community für 3000 Euro an einem Signet basteln (W&V 6/09). Ex-UdK-Student Underberg will so „die Einstiegsbarrieren in die Branche überwinden und dem kreativen Nachwuchs ein Sprungbrett bieten“.

Trawlix-Gründer und Ex-Agenturmann Michael Radermacher zieht seine Plattform dagegen eher aus Kundensicht heraus auf. Anders als bei der offenen Jovoto-Community können Trawlix-Kunden verdeckt bei derzeit 750 Kreativen nach Ideen fahnden lassen. Wer gewinnt, bestimmt die Marketingabteilung des Kunden und nicht, wie bei Jovoto, die 2000-köpfige Community.

Doch auf designenlassen.de oder 12designer.com sind Logos schon ab 70 Euro zu haben. Professionelle Agenturen verlangen dafür etwa 5000 Euro. Bei criggle.de hat ein Auftrag wenigstens einen Durchschnittswert von 510 Euro. „Geldverdienen wird nur über die Masse funktionieren“, glaubt einer der Gründer, Daniel Podolski.

**Zwingen hier Billiganbieter** Design-Profis in eine preisliche Abwärtsspirale? Priska Wolle, Vorstand der Designagentur Fuenfwerken, hat festgestellt: „Gerade Mittelständler vergleichen und nötigen uns dann eine Preisdiskussion auf.“ Grund zur Panik gibt es aber nicht. Denn die Logo-Klitschen können Beratung und Prozessbegleitung durch Profis kaum ersetzen. „Wir bedienen einen völlig an-



**Profi-Design**  
Mutabor-Geschäftsführer Heinrich Paravicini hat keine Angst vor den Billiganbietern.

Arbeit, wird bei Jovoto zusätzlich ein Honorar fällig, das sich an der Honorartabelle für Freelancer orientiert. Gründer Bastian Underberg: „Wir legen Wert darauf, dass keine Ausbeutungssituation entsteht, und steuern das mit der Höhe der Preisgelder.“

The screenshot shows the 12designer website interface. At the top, there's a navigation bar with '12designer' and 'Gestalte den Tag!'. Below that, a 'Projekt' section highlights 'Kreativ-Projekte als Wettbewerb' and 'Designer gestalten – das beste Design gewinnt'. A three-step process is shown: 1. Briefing erstellen & Projekt anlegen, 2. Designer werden informiert & gestalten Entwürfe, 3. Gewinnerzeit wählen & Nutzungsrechte erwerben. A table titled 'Idee sucht Zündung: Die laufenden Projekte im Überblick' lists projects like 'Redesign our organic beauty Webshop', 'LAGERLINE Foyer – XXL-Design auf 90 qm Fensterfläche', and 'schmuckauktionen.com'. A sidebar on the right contains 'Gewinner-Designs direkt drucken lassen' and 'Jetzt Benutzerkonto eröffnen und von Anfang an dabei sein!'.

**Discount-Design** Wirtschaftsingenieurin Eva Missling gründete den jüngsten Online-Markt 12designer.

**„Gerade Mittelständler vergleichen und nötigen uns dann eine Preisdiskussion auf“**

deren Markt“, sagt auch Heinrich Paravicini, Geschäftsführer von Mutabor-Design. Tatsächlich nutzen bisher vor allem private Kleinunternehmen und Ich-AGs die Billigportale – eine Klientel, die ohnehin kaum eine Profi-Agentur beauftragen würde. Doch auch mittelständische Unternehmen wie Axa fühlen sich durchaus von der günstigen Lösung angezogen.

Wo ein Portal so groß wird wie Crowdspring nehmen allerdings auch die Diskussionen an Schärfe zu. „Die Portale entwerfen den professionellen Designerberuf und ziehen die Preise nach unten“, kritisierte Designer-Ikone David Carson gerade kürzlich auf einem Podium. „Kein Profi, der etwas auf sich hält, sollte mit dem Portal in Verbindung gebracht werden“, wettete Carson.

Doch Portale wie Jovoto oder Trawlix könnten für Agenturen und Marken auch einen Zusatzzweck als Ideen-Pool erfüllen. So hat Publicis für Easyjet auf Jovoto nach neuen Ideen fahnden lassen – mit tollem Erfolg. Trawlix-Gründer Radermacher wünscht sich jedenfalls, dass sein Portal als Kreativitäts-Pool von Agenturen genutzt wird: „Wir wollen eher zusammenarbeiten und bewusst nicht als Konkurrenzveranstaltung zu Agenturen auftreten.“

Judith Pfannenmüller ✉ jup@wuv.de

