

# stil & markt



## 2024/2025 gia Global Innovator Award Bewerbungsbogen

**Ende der Bewerbungsfrist: 30. September 2024**

Bitte machen Sie die folgenden Angaben:

### Kontaktdaten des Einzelhändlers

- Name des Geschäftes:
- Name des Ansprechpartners:
- Funktion:
- Adresse:
- Stadt:
- Postleitzahl:
- Bundesland:
- Land:
- Telefonnummer:
- E-Mail (wird für den Kontakt für die Reisearrangements gebraucht):
- gia Ansprechpartner (die Person, die zur Messe nach Chicago reist, um den Preis entgegenzunehmen):
- Wie soll der Name Ihres Unternehmens auf dem Preis und den Preis-Präsentationen erscheinen (Schreibweise)?
- Website des Geschäftes (wenn vorhanden):
- Social Media Links des Geschäftes (wenn vorhanden):
- Gründungsjahr des Unternehmens:
- Anzahl der Filialen:  
Positionierungsaussage/Tagline (zum Beispiel die Positionierungsaussage von The Container Store - The Original Storage and Organization Store):

### Was wir von Ihnen benötigen – Ihr gia-Portfolio

**Bitte beachten Sie:** Reichen Sie keine PowerPoint-Präsentationen oder andere spezielle Portfolio-Präsentationsformate ein. Die Materialien sollten wie hier angegeben an die stil & markt-Redaktion geschickt werden.

#### 1. Der Bewerbungsbogen

Der Bewerbungsbogen muss **in Englisch** ausgefüllt werden.

- Die Fragen müssen genau beantwortet werden
- die Antworten sollen in **maximal zehn Aufzählungspunkten** gegeben werden (oder, wenn angegeben, in **50 bis 200 Wörtern**).

- Die gia-Jury beurteilt den Ist-Zustand und das, was in der Vergangenheit getan wurde. Deswegen sollten Zukunftspläne nicht zu lange und ausführlich dargestellt werden.

## 2. Das Logo Ihres Unternehmens:

Das Logo wird als **Illustrator .eps (Vektor) Datei** benötigt.

## 3. Fotos Ihres Geschäftes und **Möglichkeit, ein kurzes Video zu integrieren**

### Vorgaben für Fotos und Grafiken

- Alle Fotos müssen im digitalen Format als **hochauflösende 300 dpi TIFF-Dateien oder JPGs** eingereicht werden.
- Die Fotos von Visual Merchandising-Beispielen, Schaufenster-Dekos und die Außenaufnahmen sollten **ca. 21 x 26 cm** messen.
- Geben Sie bitte jedem Foto einen englischen Titel.
- Zusätzlich zu den Fotos (siehe oben und unten) können Sie ein **Video (MP4)** einreichen: einen kurzen Überblick über das Geschäft, was Sie in **30 Sekunden** präsentieren bzw. hervorheben möchten.

### Folgende Fotos sind erforderlich:

- 15 bis 20 Innenaufnahmen des Geschäftes und der besten Visual-Merchandising-Displays bzw. POS-Präsentationen, darunter
  - a) sieben bis zehn Fotos, die einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des Geschäftes geben
  - b) Fotos von Warenpräsentationen (möglichst keine Weihnachtspräsentationen)
  - c) Ein Foto, das **einen ersten Eindruck vom Geschäft** vermittelt: der Blick von der Türschwelle, wenn man den Laden betritt
- drei bis fünf Fotos von Schaufensterdekorationen (frühere und aktuelle)
- ein bis zwei Außenaufnahmen des Geschäftes.
- Fotos von Veranstaltungen in den Geschäften oder anderen „Aktionspunkten“ im Geschäft
- Fotos oder Scans Ihrer Werbeartikel/Presseclips
- ein Foto des gia-Ansprechpartners, also der Person, die das Geschäft in Chicago repräsentiert (bitte fügen Sie den Namen der Person in den Dateinamen des Fotos ein).

**Bitte beachten:** **keine Fotos einreichen, die nur Produkte zeigen!** Sie sollten immer auch Visual Merchandising- und Display-Techniken verdeutlichen. **Wichtig:** Die Anzahl der eingereichten Fotos darf die oben aufgelisteten nicht überschreiten.

Alle Fotos können über Hightail an die IHA geschickt werden (das übernimmt gerne stil & markt für Sie).

**Bitte beachten:** Fotos, Infos und Referenzen der gia-Gewinner könnten für gia-PR und zukünftige gia-Werbemaßnahmen sowie gia-PowerPoint-Präsentationen der gia-Experten-Jury verwendet werden. Die PowerPoint-Präsentationen werden als Werbe- und Instruktionsmaterial in verschiedenen Ländern eingesetzt.

# Bewerbungsbogen

## 1. Die Mission/Vision/Strategie Ihres Geschäftes:

Bitte beschreiben Sie die Ziele und die Philosophie Ihres Unternehmens (maximal 100 Wörter).

## 2. Die Geschichte Ihres Geschäftes,

aus der hervorgeht, wie sich Ihr Unternehmen seit seiner Gründung entwickelt hat (maximal 50 Wörter).

## 3. Ladenbau/Anlage des Geschäftes/Grundriss:

Bitte beschreiben Sie den Ladenbau, die Anlage des Geschäftes (Sortimentsaufteilung) und die Art, wie mit Hilfe des Grundrisses die Kundenströme geleitet werden (nach Aufzählungspunkten gegliedert, maximal 200 Wörter). Reichen Sie, falls vorhanden, einen Grundriss ein.

Dabei sollten Sie eingehen auf: Grundthema/Atmosphäre/Stimmung des Geschäftes; im Ladenbau verwendete Materialien, Beleuchtungslösungen, Musik, Shop-TV, Internet, iPads und andere neue Technologien, die das Grundthema unterstützen; wie Produkte präsentiert werden, um den Umsatz zu steigern oder die Kunden gezielt anzusprechen; wie die Kundenströme gelenkt werden, um den Umsatz zu steigern oder den Kundenservice zu verbessern; auf die Besonderheiten in Ihrer Ladengestaltung bzw. auf das, was Ihr Geschäft einzigartig macht.

## 4. Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung:

Bitte beschreiben Sie, wie Sie Produkte im Geschäft und in den Schaufenstern präsentieren (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter). Reichen Sie dazu Fotos ein.

Dabei sollten Sie eingehen auf: saisonal wechselnde Präsentationen; die Kreativität der Präsentation und thematischer Darstellungen; die Verbindung mehrerer Warengruppen in einer Präsentation; wie oft Präsentationen gewechselt werden; ob besondere Beleuchtung, Musik, Düfte etc. eingesetzt werden.

## 5. Marketing, Werbung, Promotion:

Bitte beschreiben Sie Ihre Marketing-, Werbe-, Promotions- und Kundenservice-Programme, die Sie während des Jahres durchführen (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter). Reichen Sie dazu gescannte Anzeigen oder Fotos von Marketingmaterialien ein.

Dabei sollten Sie eingehen auf: Direktmarketing (Kataloge, Flyer, Sonderangebote, E-Mails etc.); Werbung; PR-Anzeigen; Ihre Website, Facebook-, Instagram-, Pinterest-, Twitter- und YouTube-Aktivitäten; Produktvorführungen; Produktverkostungen; Events; verfügbare Verkaufsmaterialien (Produktinfoblätter, Gebrauchsanweisungen, Rezepte etc.); Audio- und Videovorführungen im Geschäft; After-sales-Material wie Einkaufstaschen mit dem Geschäftslogo, Geschenkpapier und -bänder, Dankes-Karten etc.

## 6. Kundenservice und Mitarbeiterschulung:

Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Mitarbeiter schulen und geben Sie Beispiele für Ihre besten Kundenservice-Maßnahmen an (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter).

Dabei sollten Sie eingehen auf: wie Sie Mitarbeiter suchen und einstellen; Schulungsmaßnahmen; Motivationsmaßnahmen für Ihre Mitarbeiter (auch Sonderzahlungen und Beteiligungen); Arbeitspläne; Fortbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten.

## 7. In welcher Weise sind Sie innovativ?

Bitte beschreiben Sie die innovativsten Geschäftspraktiken, mit denen sich Ihr Unternehmen positiv von anderen Geschäften Ihrer Branche abhebt (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter).

Dabei sollten Sie eingehen auf: Geschäftspraktiken, die Sie zu einem führenden Unternehmen im Markt gemacht haben; nachhaltige und „grüne“ Strategien; Verflechtung von stationärem Handel und Online-Präsenz (z. B. gibt es eine App?); einzigartige Handelskonzepte, Geschäftspraktiken, Marketing- und/oder Verkaufstechniken, Produkte, Ordervarianten etc., die keiner Ihrer Wettbewerber einsetzt; wie Sie neue Technologien einsetzen, um effizienter zu arbeiten.

## 8. Für Presse- und Marketingzwecke: Bitte beschreiben Sie Ihr Geschäft und sein Konzept, das, was es einzigartig und besonders macht (in 5-7 Aufzählungspunkten, jeweils 10- 30 Wörter)

In dieser Zusammenfassung sollte auf die Innovationskraft und die Alleinstellungsmerkmale des Geschäftes eingegangen werden. Dieser Text wird in den gia-Displays, Marketingmaterialien und während des gia-Gala-Abends verwendet.

Hier ein Beispiel:

### **S-Kultur, Deutschland**

- S-Kultur ist das Risiko eingegangen, mit einem stationären Fachgeschäft in einen ländlichen Raum zu expandieren.
- Das Unternehmen entwickelte ein völlig neues Konzept und setzte es um: "Shood", eine Mischung aus Einkaufen und Essen.
- S-Kultur verkauft nicht nur Produkte, sondern versteht sich als Gastgeber
- Gastgeber für seine Kunden, indem es Einkaufen mit Genuss und Erlebnis verbindet.
- S-Kultur präsentiert seinen Kunden ständig neue Events und Trends (das Kochschulprogramm umfasst rund 200 Veranstaltungen pro Jahr).
- Das Geschäft verbindet ein gut ausgewähltes Sortiment an Haushaltswaren mit einer stilvollen Präsentation.
- S-Kultur hat sich selbst zu einer Marke gemacht (u.a. mit eigenem Kaffee und Prosecco).
- S-Kultur legt großen Wert auf Regionalität, Nachhaltigkeit und soziales Engagement.

## **Zusammenfassung: Das benötigen wir von Ihnen**

- **Ausgefülltes gia-Bewerbungsformular:** Bitte achten Sie darauf, alle Fragen zu beantworten.
- **.eps-Version Ihres Logos:** Bitte beachten Sie, dass wir eine .eps-Version Ihres Geschäftslogos benötigen, NICHT eine .jpg-Datei. Die .eps-Version bietet der IHA die höchste Auflösung und Qualität, die für die Produktion der gia-Ausstellungs- und Werbematerialien für die Messe benötigt wird.
- **Ladenfotos:** Der Grund, warum diese **bis 30. September** benötigt werden, ist, dass die Grafikabteilung der IHA Zeit braucht, um die Ausstellungs- und Werbematerialien für die Messe vorzubereiten; sie müssen geprüft, bearbeitet und gedruckt werden. Bitte beachten Sie, dass alle Fotos in hoher Auflösung (300 dpi) vorliegen müssen.

Ein Beispiel für eine großartige Fotoserie finden Sie unter  
<https://housewares.smugmug.com/Gia/Sample-gia-submission/>

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an **Sabine Stenzel, Chefredakteurin stil & markt**  
(sabine.stenzel@meisenbach.de, Tel.: 0951/861-181).