

## Markenbildungsprozess III. Phase

### Bewertungsmatrix Nr. 1 (erste Stufe des Verfahrens)

Kriterien	Bewertungsanteil
Firmendarstellung (Größe, Leistungsspektrum) und mind. drei themenbezogene Referenzen	10 %
Höhe des Angebotes (Verhältnis Leistung/Kosten)	40 %
Kurzkonzept für die Entwicklung eines ganzheitlichen Markenbildes der Dachmarke Kiel.Sailing.City (siehe A) sowie die Nennung von drei Leuchtturmprojekten mit einer kurzen Begründung, warum diese Projekte wichtig für das Standortmarketing sind (siehe B) (Aussagekraft/Bearbeitungstiefe zu A und B: je eine DIN A 4 – Seite)	40 %
Gesamteindruck des Angebotes	10 %

### Bewertungsmatrix Nr. 2 (zweite Stufe des Verfahrens)

Kriterien	Bewertungsanteil
Aussagekraft/Bearbeitungstiefe hinsichtlich des Konzeptes zur Schaffung eines ganzheitlichen Markenbildes	40 %
Aussagekraft/Bearbeitungstiefe hinsichtlich der Auswahl und Konzeptionierung von drei Leuchtturmprojekten	40 %
Gesamteindruck der Präsentation	20 %