

POSITIVE IMPACT CHALLENGE

FREIBURG

ÖFFENTLICHE AUSSCHREIBUNG &
TEILNAHMEBEDINGUNGEN FÜR SOZIALE ORGANISATIONEN
("SEEKER")

**POSITIVE
IMPACT
CHALLENGE**

EINLEITUNG

Die POSITIVE Impact Challenge in Freiburg hat zum Ziel die Innovationökosysteme des Sozial- und Technologiebereichs zu verknüpfen, um gegenseitiges Verständnis und Zusammenarbeit zu fördern. Im Rahmen der Challenge erarbeiten studentische Teams Lösungen für digitale Herausforderungen sozialer Organisationen (im Folgenden „Seeker“). Die POSITIVE Impact Challenge findet vom 14. bis 16. April 2026 im Kreativpark Lokhalle in Freiburg statt. Dafür werden bis zu sieben (7) teilnehmende soziale Organisationen ausgewählt.

Die POSITIVE Impact Challenge ermöglicht sozialen Organisationen den Wert von Produkten und Dienstleistungen, die sich in der Designphase befinden oder bereits existieren, zu testen und zu verbessern. Seitens der sozialen Organisation wird eine Herausforderung oder „Challenge“ zu einem User Experience Design formuliert, beispielsweise dem Design einer Tauschbörse. Dieser Herausforderung stellen sich Studierende, die unter anderem Kompetenzen in den Bereichen User Experience Design, Interaktionsdesign, Human-Computer Interaction, Informatik bzw. Medieninformatik, Grafikdesign, Wirtschaftspsychologie, Kommunikations- bzw. Informationswissenschaften, Soziale Arbeit, Soziales Management oder Anthropologie mitbringen (im Folgenden „Solver“). Die Studierenden arbeiten in Teams zusammen, die jeweils von einem Experten oder einer Expertin aus dem Innovationsmanagement (im Folgenden „Mentor“) unterstützt werden. Außerdem werden Endnutzende (im Folgenden „Tester“) einbezogen, wodurch Probleme, Anforderungen und Möglichkeiten offengelegt werden.

ART. 1 – GEGENSTAND DER AUSSCHREIBUNG

Das Ziel dieser Ausschreibung ist die Auswahl von bis zu sieben (7) digitalen *Produkten* oder Dienstleistungen von sozialen Organisationen, die von *Solver*-Teams im Rahmen von *Aktivitäten* der POSITIVE Impact Challenge evaluiert und verbessert werden sollen.

Aktivitäten und *Produkte* werden wie folgt definiert:

Aktivitäten: Nach einem Briefing über die Challenges und einer ‚Team Building‘ Einheit folgt ein eintägiger „Design-Sprint“, der mit der Evaluierung der User Experience Probleme beginnt. Danach folgt die Entwicklung von Lösungen mit Design Thinking-Methoden, inklusive der Sammlung visueller Ideen (Sketches), Rapid Prototyping und Usability-Tests mit realen Endnutzenden. Alle technischen Entwicklungen erfolgen unter Einbeziehung der gesellschaftlichen Ziele der sozialen Organisationen und einem inklusiven Design.

Produkte: Produkte oder Dienstleistungen mit im Bereich sozialer Innovationen mit Benutzererfahrung (User Experience) z.B.: mobile Anwendungen (Smartphone oder Tablet), Webapplikationen, Webpages und interaktive Webseiten (z.B. Marketplaces), Anwendungen und Desktop-Softwares (z.B. Augmented Reality). Die Produkte können sich in verschiedenen Entwicklungsstufen befinden: bereits auf dem Markt, Prototyp-Versionen, Konzepte, Ideen. Die Produkte müssen, auch wenn sie als Prototyp/Konzept vorliegen, über eine URL an die Solver-Teams bereitgestellt werden (ggf. PowerPoint-Folien mit Konzept- und/oder Mockup-Beschreibungen). Jegliches zur Verfügung gestellte Datenmaterial wird vertraulich behandelt.

ART. 2 – DURCHFÜHRUNG DER POSITIVE IMPACT CHALLENGE

Die POSITIVE Impact Challenge ist wie folgt konzipiert: bis zu sieben (7) *Solver*-Teams, die jeweils aus mind. vier (4) *Solvers* bestehen, arbeiten parallel an den Challenges der ausgewählten *Produkte* / Dienstleistungen. Jedes Team wird einem bestimmten *Produkt* zugeordnet und durch einen *Mentor* bei der Durchführung der *Aktivitäten* angeleitet und unterstützt. Jedes Team erarbeitet Prototypen, Wireframes oder Mockups sowie einen Pitch im PowerPoint-Format mit Vorschlägen und Ideen zur Verbesserung des jeweiligen Produkts (im Folgenden „*Ergebnisse*“), die bei der Abschlussveranstaltung den *Seekers* vorgestellt wird. Die Auswahl der *Solver*, die Bildung der Teams und ihre Vorbereitung werden vom Grünhof und der Hochschule Offenburg durchgeführt.

Der Zeitplan der POSITIVE Impact Challenge ist wie folgt. Die soziale Organisation stellt sicher, dass mindestens eine Vertreterin oder ein Vertreter an den mit Asterisk (*) gekennzeichneten Terminen teilnimmt:

Februar 2026: Individuelle Meetings zur Planung der Challenge (*)
Individuelle Absprache, Online

- Finalisierung der Challenge-Beschreibung
- Klärung von Fragen zu Ablauf und Erwartungen

Sonntag, 1. März 2026: Einreichung der finalen Challenge Unterlagen
bis 23:59 Uhr, an julian.koehler@gruenhof.org

Dienstag, 14. April 2026: Erster Tag der POSITIVE Impact Challenge (*)
14:00 – 18:00 Uhr, Kreativpark Lokhalle, Freiburg

- Kick-Off Meeting
- Team Building
- Briefing über Challenges durch soziale Organisationen

Mittwoch, 15. April 2026: Zweiter Tag der POSITIVE Impact Challenge
09:00 – 18:00 Uhr, Kreativpark Lokhalle, Freiburg

- Design-Sprint in Teams in Abstimmung mit einem Mentor

Donnerstag, 16. April 2026 Abschluss der POSITIVE Impact Challenge
09:00 – 15:00 Uhr, Kreativpark Lokhalle, Freiburg

- Testphase mit potenziellen Endnutzenden
- Vorbereitung der Pitches

Donnerstag, 16. April 2026 Öffentliches Abschlussevent (*)
15:00 – 17:00 Uhr, Kreativpark Lokhalle, Freiburg

- Präsentation der Pitches
- Preisverleihung
- Möglichkeit zum Netzwerken

ART. 3 – ANMELDEFORMULAR

Soziale Organisationen, die an der POSITIVE Impact Challenge teilnehmen möchten, müssen bis zum 25. Januar 2026 um 23:59 Uhr ein Anmeldeformular ausfüllen. Darin werden Informationen zur sozialen Organisation, dem Produkt oder der Dienstleistung sowie dem Innovationsvorhaben abgefragt.

Nicht vollständig ausgefüllte oder nicht fristgerecht eingereichte Anmeldungen werden vom Auswahlverfahren ausgeschlossen.

ART. 4 – AUSWAHLVERFAHREN

Eine Auswahlkommission, bestehend aus Mitarbeitenden des Grünhof, wählt bis zu sieben (7) Challenges aus, die am meisten von einer Teilnahme an der POSITIVE Impact Challenge profitieren können. Challenges von sozialen Organisationen, die alle Zulassungskriterien (A) erfüllen, werden anhand der Eignungskriterien (B) bewertet. Die Challenges mit den höchsten Punktzahlen werden zur Teilnahme an der POSITIVE Impact Challenges eingeladen. Bis zum 6. Februar 2026 erhalten die am Bewerbungsprozess teilnehmenden Organisationen Rückmeldung über das Ergebnis des Auswahlverfahrens.

Zulassungskriterien (A):

A1. Die Organisation erachtet sich als Sozialorganisation nach der Definition des Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND e.V.) und hat:

- a. im Fokus des Tuns eine soziale Wirkung;
- b. mindestens 4 Mitarbeitende;
- c. ein Mindestmaß an einer digitalen Infrastruktur oder bietet bereits ein digitales Angebot (z.B. Produkt oder Dienstleistung) an;
- d. sich vor mindestens einem (1) Jahr gegründet.

A2. Die Bewerbungsunterlagen wurden vollständig ausgefüllt:

- a. Eingang des „Anmeldeformulars für soziale Organisationen“ über Jotform;
- b. Bewerbung innerhalb der gesetzten Frist.

Eignungskriterien (B):

B1. Digitales Produkt oder Dienstleistung: Relevanz einer Benutzererfahrung (User Experience) für die Nutzung des Produktes (Punktzahl: 1-5);

B2. Anwendungsfreundlichkeit: Das Produkt kann von den Endnutzenden ohne spezielle Schulung, Dokumentation oder Vorkenntnisse erlernt und verwendet werden (Punktzahl: 1-5);

B3. Inklusives Design: Nutzbarkeit des Produktes oder der Dienstleistung unabhängig von Alter und möglicher funktionaler Einschränkungen (Punktzahl: 1-5);

B4. Gesellschaftliche Relevanz: Das Produkt ist innovativ und bringt einen Mehrwert für die Nutzenden oder die Gesellschaft (Punktzahl: 1-5);

B5. Innovationspotential: Die soziale Organisation kann die Erwartungen, die es hinsichtlich der Verbesserung oder Innovation des Produkts im Rahmen der POSITIVE Impact Challenge hat, klar darlegen (Punktzahl: 1-5).

ART. 5 – RÜCKTRITT

Innerhalb von vier (4) Tagen nach Erhalt der Mitteilung über das Auswahlverfahren können Organisationen, deren Produkte für die Teilnahme an der POSITIVE Impact Challenge ausgewählt wurden, auf die Teilnahme verzichten. Dafür müssen sie eine E-Mail an julian.koehler@gruenhof.org senden.

ART. 6 – MARKENRECHTE

Die Beteiligung einer sozialen Organisation als Seeker an der POSITIVE Impact Challenge beinhaltet die Gewährung eines kostenlosen und nicht-exklusiven Nutzungsrechts für das jeweilige Markenzeichen zugunsten von Grünhof und Partnern, welches ausschließlich im Zusammenhang mit der Bewerbung der POSITIVE Impact Challenge verwendet werden darf. Grünhof und Partner haben das Recht, die Markenzeichen der teilnehmenden sozialen Organisationen auf ihren Webseiten zu veröffentlichen sowie im Zusammenhang mit weiteren Produkten, Dienstleistungen, Veranstaltungen oder Materialien zu verwenden, die die POSITIVE Impact Challenge bewerben. Der Grünhof und Partner erklären, dass die Markenzeichen der an der Challenge teilnehmenden sozialen Organisationen das alleinige Eigentum derselben sind und, dass keine Bestimmung dieser Ausschreibung die Einschränkung der Rechte an diesen Markenzeichen zum Ziel hat, mit Ausnahme der Bestimmungen des vorherigen Absatzes. Daher ist der Grünhof und Partner nicht befugt, die Markenzeichen der an der Challenge teilnehmenden sozialen Organisationen abzutreten, Unterlizenzen zu vergeben oder anderweitig über sie zu verfügen, sofern keine entsprechende schriftliche Einwilligung vorliegt. Die Markenzeichen müssen bis zum 28. Februar 2026 im Vektorformat oder in einem anderen Bildformat mit einer Mindestgröße von 300 dpi an julian.koehler@gruenhof.org gesendet werden.

ART. 7 – VERTRAULICHKEIT

Der Grünhof und Partner verpflichten sich, die im Anmeldeformular enthaltenen Daten und Informationen vertraulich zu behandeln. Hiervon ausgenommen sind Daten und Informationen in einem mit einem "x" (x) gekennzeichneten Feld (Organisationsname, Webseite URL, Branche, gesellschaftliches Problem was gelöst wird), die im Zusammenhang mit der Bewerbung der Challenge veröffentlicht werden können. Der Grünhof und Partner verpflichten sich außerdem, die Ergebnisse vertraulich zu behandeln. Angesichts des vertraulichen Charakters der oben genannten Daten und Informationen verpflichten sich der Grünhof und Partner außerdem, (i) diese in keiner Weise und in keiner Form offenzulegen, unbeschadet einer davon abweichenden schriftlichen Zustimmung der betreffenden sozialen Organisationen; und (ii) sie nicht für andere als die für die Teilnahme an der Challenge unbedingt erforderlichen Zwecke zu verwenden. Der Grünhof und Partner verpflichten sich, diese Geheimhaltungspflicht auch all jenen aufzuerlegen, die durch die Teilnahme an der Challenge als Solver, Mentor, Jury- oder Kommissionsmitglied von oben genannten Daten und Informationen Kenntnis erlangen.

ART. 8 – GEISTIGES EIGENTUM

Das geistige Eigentumsrecht der Ergebnisse gehört den jeweiligen sozialen Organisationen, ungeachtet des Rechts der Solver, als Autor bzw. Autorin oder Urheber bzw. Urheberin anerkannt zu werden. Mit der Teilnahme an der POSITIVE Impact Challenge ermächtigen die sozialen Organisationen Solver:

- a. Einen Teil der Ergebnisse (die kein vertrauliches Material enthalten und mit der Organisation abgestimmt wurden) für die Präsentation bei der öffentlichen Abschlussveranstaltung der POSITIVE Impact Challenge sowie für andere Präsentationen bei Veranstaltungen, Kursen und Initiativen im Zusammenhang mit der POSITIVE Impact Challenge zu verwenden;
- b. ihre Teilnahme an der POSITIVE Impact Challenge in ihrem Lebenslauf und ihrem Portfolio zu erwähnen, wobei sie ausdrücklich auf den Namen des Produkts/der Dienstleistung und der sozialen Organisation, für das sie die Aktivitäten durchgeführt haben, hinweisen können.

ART. 9 – GEWÄHRLEISTUNGSANSPRÜCHE; HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die Ergebnisse werden von den Solvers vorgelegt und von der sozialen Organisation in der vorliegenden Form akzeptiert. Weder der Grünhof und Partner noch die Solvers garantieren, dass die Ergebnisse (i) von einer bestimmten technischen Qualität sind; (ii) für einen bestimmten Zweck geeignet sind; (iii) keine Rechte Dritter oder gesetzlich geschützte persönliche Interessen verletzen.

Weder der Grünhof und Partner noch Solver haften für die Richtigkeit, Validität, Originalität und Qualität der Ergebnisse und etwaige Folgen, die sich aus deren Verwertung ergeben.

Die teilnehmenden sozialen Organisationen der POSITIVE Impact Challenge entbinden den Grünhof und Partner ausdrücklich von jeglichen direkten, indirekten, zufälligen oder strafrechtlichen Folgeschäden, die sich aus der Teilnahme an der POSITIVE Impact Challenge oder der Nutzung der Ergebnisse ergeben sollten.

ART. 10 – VERARBEITUNG VON PERSONENBEZOGENEN DATEN

Gemäß Art. 13 DSGVO 2016/679 erklären wir, dass alle Daten, die während des in dieser Ausschreibung vorgesehenen Verfahrens in den Besitz des Grünhof und der Partner gelangen, ausschließlich für die darin vorgesehenen Zwecke verwendet und mit Hilfe von Informationssystemen unter Einhaltung der oben genannten Rechtsvorschriften behandelt werden.

Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben oder offengelegt. Grünhof e.V. ist als gesetzlicher Vertreter für die Datenverarbeitung verantwortlich. Der gesetzliche Vertreter kann für die Geltendmachung der vorgesehenen Rechte kontaktiert werden, einschließlich des Rechts auf Auskunft, Ergänzung, Berichtigung und Löschung der personenbezogenen Daten. Für ausführliche Informationen verweisen wir auf die Datenschutzerklärung von Grünhof e.V. unter: www.social-innovation-lab.org/datenschutzerklaerung

ART. 11 – GENEHMIGUNG ZUR VERÖFFENTLICHUNG VON BILDERN

Durch die Teilnahme an der POSITIVE Impact Challenge bestätigen die sozialen Organisationen, dass sie alle notwendigen Einwilligungen der Personen eingeholt haben, die sie bei der POSITIVE Impact Challenge vertreten, sodass der Grünhof und Partner Bilder der Challenge in jeglicher Form (Presse, Webseite usw.) veröffentlichen können. Die Bilder werden einzig zum Zweck der Bewerbung und der Berichterstattung über die POSITIVE Impact Challenge verwendet. Der Grünhof und Partner verpflichten sich, kein Bild so zu verwenden, dass es die persönliche Würde einer Person schädigt oder verletzen könnte und/oder gegen geltendes Recht verstößt. Ferner erklärt der Grünhof und Partner, Bilder nicht außerhalb der oben genannten Zwecke zu nutzen.