

Name und Anschrift des Auftraggebers und dessen Beschaffungsstelle:

MV Tourismus GmbH
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock
(0)381 40 30-500
info@auf-nach-mv.de

Geschäftsführer: Peter Kranz
Amtsgericht Rostock, HRB 17127
Umsatzsteuer ID: DE 45 8798633

Ort, Datum: 05.05.2026

Vergabebekanntmachung gemäß § 30 Abs. 1 Unterschwellenvergabeordnung (UVgO)

Information nach Durchführung einer Beschränkten Ausschreibung ohne Teilnahmewettbewerb oder einer Verhandlungsvergabe ohne Teilnahmewettbewerb

Name des beauftragten Unternehmens:

Juli Katz (Freie Journalistin)

Verfahrensart:

Verhandlungsvergabe ohne Teilnahmewettbewerb

Zeitraum der Leistungserbringung:

05.2026 - 31.12.2027

Art und Umfang der Leistung:

Im Rahmen verschiedener Textproduktionen sollen Texte produziert werden, um das Urlaubsland MV mit dem Markenkern „Freiraum“ und den verschiedensten Urlaubserlebnissen in allen Jahreszeiten zu bewerben.

Die Texte sollen Lust auf einen Besuch an diesem Ort oder auf das Urlaubserlebnis machen und so zu einer positiven Reiseentscheidung führen. Dabei werden verschiedene Textformate je nach Thema gewählt (z. B. Reportage über eine Person ggf. mehrere Personen „MV Locals“ oder Tipps in Form eines Listicles, etc.).

Im Rahmen der Kampagne „MV Locals“ realisiert der AG jedes Jahr 7 - 10 Contentproduktionen (Text, Video, Foto). Im Mittelpunkt der Kampagne „MV Locals“ steht immer ein oder ggf. mehrere Protagonist*innen aus Mecklenburg-Vorpommern – die sogenannten MV Locals. Die MV Locals stehen für Urlaubserlebnisse bzw. präsentieren und verkörpern diese. Das kann z.B. für das Thema Wandern ein/e Naturparkranger*in oder für das Thema Kulinarik ein/e Fischer*in oder ein/e Köch*in sein.

An den i. d. R. eintägigen Produktionen sind neben dem AN auch ein/e Fotograf*in und ein/e Videograf*in beteiligt. Für den Tag wird im Vorfeld eine Storyidee konzipiert, die in einem Briefinggespräch abgestimmt wird. Die vom AN produzierten Texte werden zusammen mit den produzierten Kampagnen-Fotos und -Videos aber auch losgelöst von der Kampagne eingesetzt.

Es finden aber auch Produktionen ohne Foto/Video, nur mit dem Fokus auf Text statt.

Der Einsatz der Texte (Inspiration/Information, Print/Online) wird durch die MV-T vorab definiert. Gegebenenfalls wird eine Story auch in verschiedenen Formaten benötigt, insbesondere wenn eine Vor-Ort-Produktion stattfindet. In enger Absprache zwischen der MV-T und dem AN wird ein vorgegebener Zeitraum für die Texterstellung definiert. Der AN muss AI- und SEO-optimierte Texte schreiben können. Für die Produktion von Onlinetexten gibt der AG SEO-Keywords vor, die vom Texter zu beachten sind.