

Angebotsaufforderung zur öffentlichen Ausschreibung Rahmenvertrag Foto (Reportage- und Image-Fotografie)

Auftraggeber (AG)

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. (TMV)
Konrad-Zuse-Str. 2
18057 Rostock
www.auf-nach-mv.de

Ansprechpartner für Rückfragen

Caren Bakker
Telefon +49 381 40 30 664
E-Mail: c.bakker@auf-nach-mv.de

Frances Rohde
Telefon +49 381 40 30 671
E-Mail: f.rohde@auf-nach-mv.de

1 Gegenstand der Angebotsabfrage

Der TMV sucht für Fotoproduktionen in Mecklenburg-Vorpommern (MV) eine/n Fotograf*in als Auftragsnehmer*in (AN). Es handelt sich um einen Rahmenvertrag für mehrere Fotoproduktionen.

2 Termine, Fristen und Verfahrensweise

2.1 Angebotsfrist

Angebote sind bis zu nachfolgend genanntem Termin einzureichen:
03.02.2025 - 10:00 Uhr

Die Einreichung des Angebots erfolgt per Mail an folgende Adressen:
c.bakker@auf-nach-mv.de und f.rohde@auf-nach-mv.de.

Die Angebote sowie alle notwendigen Dateien sind als PDF (Downloadlink) einzureichen. Bitte stellen Sie sicher, dass der Downloadlink bis 18.02.2025 verfügbar ist.

Bitte verwenden Sie folgenden Betreff für die E-Mail: Angebotsabfrage Rahmenvertrag Foto

Nicht fristgerecht eingereichte Angebote werden nicht berücksichtigt.

2.2 Voraussichtlicher Ablauf der Vergabe

Angebotsöffnung:	03.02.2025, ab 10:00 Uhr
Zuschlagserteilung:	18.02.2025
Auftragsausführung:	ab 01.03.2025
Bindefrist:	01.04.2025

2.3 Bieteranfragen

Bestehen nach Auffassung eines Bieters oder einer Bieterin in der Bekanntmachung und/oder den vom TMV bereitgestellten Unterlagen Unklarheiten, Lücken Widersprüche oder sonstige Bedenken, so sind diese dem TMV, z. Hd. der angegebenen Kontaktstelle, unverzüglich per E-Mail mitzuteilen. Der TMV wird Bieteranfragen per E-Mail beantworten und sofern die Antwort für alle angefragten Unternehmen relevant ist, ihnen diese zur Verfügung stellen. Antworten auf Bieterfragen, die einen Einfluss auf die Leistungsbeschreibung und Ausführbedingungen der gemachten Angaben haben, werden Vertragsbestandteil.

2.4 Bietergemeinschaften

Im Falle der Bildung von Bietergemeinschaften ist die Anlage 1 auszufüllen und zu beachten. Bietergemeinschaften werden wie Einzelbieter behandelt.

3 Ausgangssituation

Der TMV ist für die Entwicklung und Vermarktung des Urlaubslandes MV verantwortlich. Die Urlaubsmarke MV liefert die Rahmenbedingungen, z.B. strategische Grundlagen und Gestaltungsprinzipien. Alle Infos zur Urlaubsmarke MV sind auf der Markenplattform abrufbar: <https://urlaubsmarke.tourismus.mv/>

4 Beschreibung des Auftrags

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

Freiraum im Bild

Mecklenburg-Vorpommern stillt die Sehnsucht nach Wasser und Weitblick. Hier finden Gäste und Einwohner Freiraum für die Seele.

Das ist die übergeordnete Geschichte von Freiraum, die wir mit jedem Werbemittel also auch jedem Foto erzählen wollen. Dabei zeigt sich der Freiraum in zwei Dimensionen: zum einen in den weiten, unverbauten Landschaften und zum anderen in den Emotionen der Menschen – die sich hier erholen und wertvolle Erfahrungen sammeln.

Alles zur Bildsprache finden Sie hier:

<https://urlaubsmarke.tourismus.mv/document/1#/gestaltung/bildsprache>

Es sollen Fotos von Urlaubserlebnissen oder Orten in MV produziert werden, mit und ohne Models. Die Fotos sollen Lust auf die Urlaubserlebnis und Orte in MV machen und zu einer positiven Reiseentscheidung führen.

Dabei gibt es zwei Arten von Fotoproduktionen:

1. Reportage-Fotografie (z.B. Storytelling im Rahmen einer jährlichen Kampagne)
Im Rahmen einer großen Kampagne realisiert der AG jedes Jahr rund 12 Contentproduktionen. An den i. d. R. eintägigen Produktionen sind neben dem AN auch ein/e Texter*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 Bilder werden zusammen mit der Printstory aber auch textunabhängig und losgelöst von der Kampagne eingesetzt. Es finden aber auch Produktionen ohne Text/Video, nur mit dem Fokus auf Fotografie statt.

2. Image-Fotografie (z.B. Motive für Plakat-Kampagnen)

Die Orte für die Fotoproduktion werden durch den TMV vordefiniert. In enger Absprache zwischen dem TMV und dem Auftragnehmer wird ein vorgegebener Zeitraum für die Produktion definiert. Für die einzelnen Produktionen werden ggf. Models benötigt, die durch den AN organisiert werden. Der TMV behält sich das Recht vor, bei der Modelauswahl mitzuwirken. Ebenfalls ist durch den AN, wenn benötigt, für die Models die Bekleidung und die Ausrüstung zu organisieren, zum Beispiel Bekleidung für verschiedene Jahreszeiten (Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter) und Urlaubserlebnisse (Wandern, Radurlaub, Baden, usw.).

5 Informationen zur Rahmenvereinbarung, dem Leistungszeitraum und dem zu erwartenden Umfang

Gegenstand der Ausschreibung ist eine Rahmenvereinbarung. Das bedeutet, dass der AN, der den Zuschlag erhält, erst anhand von Einzelaufträgen, die der TMV erteilt, verpflichtet ist, Leistungen auszuführen.

Das zu erwartende Auftragsvolumen beträgt auf Basis der Marketingplans 2025 / 2026 schätzungsweise zwischen 70.000 - 80.000 Euro (Netto) pro Jahr. Das maximale Volumen der Rahmenvereinbarung beläuft sich auf 200.000 Euro (Netto); ist diese Auftragssumme erreicht, endet der Vertrag, ohne dass dieser einer gesonderten Kündigung bedarf.

Die Leistung soll ab 01.03.2025 zunächst für 9 Monate (31.12.2025) vergeben werden; mit der Option einer Verlängerung um weitere 12 Monate. Die maximale Vertragslaufzeit soll 21 Monate betragen.

6 Fotoproduktion

Während einer Fotoproduktion sollen ca. 40 Fotos (Richtwert) erstellt werden. Dabei sollen Fotos mit unterschiedlichen Motiven (im Hoch- und Querformat) entstehen, die das Thema des jeweiligen Produktionsauftrages visuell darstellen, darunter:

- Ein Hauptmotiv, das zur Wiedererkennung des Grundthemas in unterschiedlichen Ausspielungskanälen dient. Aufnahme des Hauptmotivs in mindestens 2 Varianten: Quer- und Hochformat, z.B. für Online (z.B. Website, Social Media) und für Print (z.B. Messewand, Anzeige). Die Parameter werden in den Briefings zu den einzelnen Fotoproduktionen vom AG genau definiert.
- mind. ein weites Landschaftsmotiv (ggf. Drohnenaufnahme), das wiedererkennbar und repräsentativ für das vordefinierte Thema ist und das Markenthema „Weite“ gut widerspiegelt. Der AN ist für das Einholen der notwendigen Drohnengenehmigungen verantwortlich.
- mind. ein emotionales Motiv, das die Menschen ungestellt bei dem vordefinierten Urlaubserlebnis zeigt, sowie die geografische Wiedererkennbarkeit des Ortes ermöglicht (z. B.: Baden am Strand mit Ahlbecker Seebrücke im Hintergrund)
- mind. eine Bilderserie von 4-6 Bildern in einem Kontext, die die „Geschichte“ des vorgegebenen Urlaubserlebnisses visualisieren und in Social Media (z.B. Instagram) ausgespielt werden können
- Bei den Produktionen sind häufig Drohnenaufnahmen erforderlich und auch Aufnahmen aus dem Wasser heraus mit entsprechender Kamertechnik müssen in Abstimmung möglich sein.

Informationen zu den Urlaubserlebnissen, Themen und Aktivitäten in MV, finden Sie unter: auf-nach-mv.de

Der AN ist verpflichtet Aufnahmen so zu erstellen, dass Logos oder Markensymbole Dritter, die unter Umständen Markenschutzrechten unterliegen, möglichst vermieden werden.

Die während der Produktion erstellten Fotos werden vom AN vorausgewählt und anschließend dem AG zur Sichtung und zur Auswahl zur Verfügung gestellt.

Aus diesen trifft der AG eine Auswahl von 40 Fotos, die die obenstehenden Kriterien erfüllen und die der AN mit geeigneter Bildbearbeitungssoftware gemäß den o. g. Vorgaben und entsprechend den Zwecken des Vertrages überarbeitet.

7 Aufgaben

Grundsätzlich ergeben sich für den Auftragnehmer folgende Aufgaben für jede Fotoproduktion / jeden Einzelauftrag:

- Konzeption und Planung der einzelnen Fotoproduktionen in Abstimmung mit dem AG
- Fotoproduktion an ausgewählten Orten, mit und ohne Models (Reisekosten sind einzuberechnen, Produktionen an Wochenend- und Feiertagen müssen in Absprache möglich sein)
- Stellen und Abrechnen der Models mit entsprechenden Nutzungsrechten und ggf. inkl. Requisiten, Kleidung
- Fotobearbeitung
- Zwischenabnahmen und finale Abnahme

8 Modalitäten

8.1 Lieferung des erstellten Foto-Contents

Die final ausgewählten Fotos werden dem AG übermittelt. Sowohl in bearbeiteter Form und im Original in gängigen Formaten (jpg, tif, raw-Rohdatenformat der Kamera) inklusive digitaler Beschriftung jedes Bildes.

Übertragung von Nutzungsrechten

Der AN räumt dem AG an den erstellten Fotos volle, insbesondere umfassende, räumliche, zeitliche und inhaltlich uneingeschränkte Nutzungsrechte gem. § 31 Abs. 3 UrhG ein, insbesondere umfassend die Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, des Vortrages, der Bearbeitung und Umgestaltung und überlässt sie dem AG damit dieser sie für seine (beliebigen) Zwecke, insbesondere der generellen Werbezwecke des TMV, analog oder digital nutzen kann. Das umfasst die Übertragung auf Dritte. Die Rechteeinräumung und deren Übertragung auf Dritte werden räumlich, zeitlich und inhaltlich uneingeschränkt erteilt.

Aus jeder Produktion überträgt der AN für bis zu drei vom AG ausgewählte Bilder eine CC0-Lizenz.

Bei einem Einsatz von Models werden die Verträge (Modelverträge) direkt mit dem TMV geschlossen.

9 Angebotspreis

Mit dem Angebotspreis sind die gesamten vertraglich geschuldeten Leistungen vergütet. Es müssen alle Kosten für die einzelnen Leistungen inkl. Nutzungsrechte und Nebenkosten enthalten sein. Bei Übertragung von Teilen der Leistung an Dritte ist nach wettbewerblichen Gesichtspunkten zu verfahren.

Unterauftragnehmer sind mit Anschrift und Art der Leistung im Angebot aufzuführen. Ein Angebot von

Bietergemeinschaften ist grundsätzlich möglich, kann aber nur berücksichtigt werden, wenn – bei gemeinschaftlichen Bietern – ein gemeinsamer, bevollmächtigter Vertreter benannt wird, der die Bietergemeinschaft rechtsverbindlich vertritt. Gemeinschaftliche Bieter müssen angeben, wer zur Ausführung der Leistung bestimmt ist und mit uneingeschränkter Wirkung Zahlungen annehmen darf. Bitte fügen Sie bei einer Bietergemeinschaft das Formblatt Anlage 1 zur Erklärung der Bietergemeinschaft ihrem Angebot bei.

Nebenangebote sind nicht zugelassen.

10 Einzureichende Unterlagen und Vorgehen

Der Bieter hat die Eignungsanforderungen zu erfüllen und zum Nachweis folgende Unterlagen vorzulegen. Die Angebote werden zunächst auf Vollständigkeit geprüft.

Einzureichende Unterlagen:

- Kurzvorstellung Fotografen*in (siehe 11.1.1)
- Arbeitsproben (siehe 12.2 A)
- Anlage 1 – Erklärung_zur_Bietergemeinschaft
- Formblatt 2 – Tariftreue
- Formblatt 3 – Mindestlohn
- Anlage 4 – Ausschlussgründe
- Anlage 5 – Referenzliste (siehe 11.1.2)
- Anlage 6 – Preistabelle (siehe 12.2 B)

11 Eignungsanforderungen

11.1 Technische und berufliche Leistungsfähigkeit

11.1.1 Kurzvorstellung Fotografen*in

Vorstellung des für die Leistungserbringung vorgesehenen Fotografen*in, sowie einer Vertretung (z.B. im Krankheits- oder Urlaubsfall) inklusive:

- Erklärung über den sicheren Umgang mit aktueller Kamera-Technik, Bildbearbeitungs-Programmen (z.B. Photoshop), die für die geforderten Tätigkeiten notwendig sind
- Nachweis über eine vorhandene Drohnenfluggenehmigung für MV
- Erklärung über regionale und landesspezifische Vorkenntnisse

11.1.2 Referenzliste

Zum Nachweis seiner Eignung, insbesondere der fachlichen Leistungsfähigkeit hat der Bieter eine Referenzliste vorzulegen – siehe Anlage 5

Die angegebenen Referenzen müssen mit der ausgeschriebenen Leistung in Art sowie vom Arbeitsumfang vergleichbar sein. Die Referenzen müssen nach dem 01.01.2021 entstanden sein. Es müssen Referenzen für Image- und Reportagenfotografie erbracht werden. Es müssen vier Referenzen eingereicht werden. Bei fehlenden vergleichbaren Referenzen erfolgt der Ausschluss aus dem Bieterverfahren.

12.2 Angebotsinhalte

Das Angebot sollte mindestens folgende Punkte beinhalten:

A Qualität (Arbeitsproben)

Bitte übersenden Sie ein bis drei von Ihnen produzierte Bild/er zu jeder der folgenden Kategorien
(Die Fotos müssen den Kategorien zugeordnet sein):

1. Reportage-Foto mit Mensch/en
2. Landschaft ohne Menschen
3. Innen- und Außenaufnahme Architektur
4. Drohnen-Foto
5. Klassisches Porträt
6. Fotoaufnahme nachts oder Dämmerung

Die Fotos müssen nicht zwingend in Mecklenburg-Vorpommern aufgenommen sein.

Die Bewertung erfolgt nach Bildaufbau und Bildsprache. Es werden höhere Bewertungen erreicht, wenn der Bildaufbau schlüssig und zeitgemäß ist, die Fotos ungestellt wirken und der vom AG im [Markenhandbuch](#) definierten Bildsprache entsprechen. Abwertungen werden erfolgen, wenn die Fotos unnatürlich wirken und handwerkliche Fehler aufweisen.

B Preis für Einzelleistungen (Stundensätze und Fremdleistungen)

Bitte reichen Sie Preise in Euro für alle Einzelleistungen in der mitgelieferten Preistabelle ein.

13 Zuschlagskriterien

Den Zuschlag erhält das wirtschaftlichste Angebot in Verbindung mit den nachstehenden Kriterien.

Zuschlagskriterien	Gewichtung	Erreichbare Wertungspunkte (gerundet auf das 2. Nachkomma)
A Qualität (Arbeitsproben) Die Bewertung erfolgt nach Bildaufbau und Bildsprache. Die Gesamtwertung ergibt sich aus den Einzelwertungen (je 0-5) der hier aufgeführten Fotoarten:	60%	0-5 Wertungspunkte
1. Reportage-Foto mit Mensch/en 2. Landschaft ohne Menschen 3. Innen- und Außenaufnahme Architektur 4. Drohnen-Foto 5. Klassisches Porträt 6. Fotoaufnahme nachts oder Dämmerung		
B Preis Bewertung nach Preistabelle	40%	0-5 Wertungspunkte
Gesamt	100%	500 gewichtete Wertungspunkte

14 Erläuterung der Bewertung

Es werden 0 bis 5 Wertungspunkte (WP) je Kriterium vergeben. Die vergebenen Punkte werden für jedes Kriterium mit dem Faktor „Gewichtung = % Anteil“ multipliziert, um die gewichteten Wertungspunkte (GWP) zu ermitteln. Die maximale Punktzahl beträgt somit 500 Punkte.

Vergabe der Wertungspunkte: Die Wertungspunkte werden für jedes Zuschlagskriterium danach vergeben, inwieweit das jeweilige Angebot die jeweiligen Anforderungen erfüllt. Hierbei gilt:

0 Punkte = Kriterium ist unzureichend erfüllt, d. h., es gibt Beanstandungen, die nicht mehr akzeptabel sind.

1 Punkt = Kriterium weist schwere Beanstandungen auf, d. h., es gibt Beanstandungen, die sich erheblich negativ auf die Qualität der Leistung auswirken.

2 Punkte = Kriterium ist akzeptabel erfüllt, d. h., es sind höchstens Beanstandungen gegeben, die sich nicht maßgeblich negativ auf die Qualität der Leistung auswirken.

3 Punkte = Kriterium mit leichten Mängeln erfüllt, d. h., es liegen höchstens Beanstandungen vor, die sich nicht oder kaum negativ auswirken

4 Punkte = Kriterium ist so erfüllt, dass keine Mängel erkennbar sind.

5 Punkte = Kriterium ist nicht nur so erfüllt, dass keine Mängel erkennbar sind, sondern es sind zusätzliche Vorteile oder eine besonders gute Umsetzung erkennbar.

Hinweis zur Umrechnung des Preises in Wertungspunkte:

Die Bewertung erfolgt anhand des Gesamtangebotspreises sowie des jeweils niedrigsten angebotenen Preises aus der Menge der wertungsfähigen Angebote, d. h. aller Angebote, die nicht aus formalen Gründen, Gründen der fehlenden Unternehmenseignung und nicht aus Gründen eines im Verhältnis zur Leistung unangemessen niedrigen Preises ausgeschlossen wurden. Die Umrechnung der angebotenen Preise in Wertungspunkte erfolgt durch lineare Interpolation zwischen dem jeweils niedrigsten und dem Doppelten des jeweils niedrigsten Angebotspreises (dieser fiktive doppelt so hohe Angebotspreis erhält dabei null Wertungspunkte). Es gilt die nachfolgende Formel:

$$Y = WP_{\max} * (2 - X/P_{\min})$$

Dabei ist Y die zu bestimmende Wertungspunktzahl. P_{\max} ist die Maximalbewertung (hier 5 Punkte), X ist der Preis des Angebots, für das die Wertungspunkte ermittelt werden sollen und P_{\min} ist der Preis des niedrigsten Angebots. Es wird auf zwei Nachkommastellen kaufmännisch gerundet. Angebote, die teurer als das fiktive doppelt so hohe Angebot sind, erhalten ebenfalls null Wertungspunkte.