

Angebotsaufforderung zur öffentlichen Ausschreibung Rahmenvertrag Video

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 Videoproduktionen in Mecklenburg-Vorpommern (MV) eine/n Videograf*in als Auftragsnehmer*in (AN). Es handelt sich um einen Rahmenvertrag für mehrere Videoproduktionen.

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 Video

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 Videoproduktionen sollen Videos 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*innen Freiraum für die Seele.*

Das ist die übergeordnete Geschichte von Freiraum, die wir mit jedem Werbemittel also auch jedem Video 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 Videos von Urlaubserlebnissen oder Orten in MV produziert werden. Die Videos sollen Lust auf die Urlaubserlebnis und Orte in MV machen und zu einer positiven Reiseentscheidung führen.

Neben Image- und Moodvideos zu verschiedenen touristischen Themen und Anlässen soll es auch Porträtvideos geben. Im Mittelpunkt der Porträtvideos soll ein oder ggf. mehrere Protagonist*innen aus Mecklenburg-Vorpommern stehen, die für das Urlaubserlebnis stehen bzw. dieses präsentieren und verkörpern. 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.

Die Videos sollen vorwiegend im Rahmen einer großen Content-Kampagne realisiert werden, die jedes Jahr rund 12 Contentproduktionen umfassen. An den i. d. R. eintägigen Produktionen sind neben dem AN auch ein/e Texter*in und ein/e Fotograf*in beteiligt. Für den Tag wird im Vorfeld eine Storyidee konzipiert, die in einem Briefinggespräch abgestimmt und dann vom AN in Videos umgesetzt wird (siehe 6 Videoproduktion).

Die Orte für die Videoproduktion werden durch den TMV vordefiniert. In enger Absprache zwischen dem TMV und dem AN 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 80.000 - 90.000 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 Videoproduktion

Im Vorfeld einer Videoproduktion werden vom AG die benötigten Formate definiert, dabei kann es sich um folgende Formate handeln:

- Lang-Video (max. 2 Minuten) in 16:9 Format für YouTube und Webseiten
- Kurz-Video (+/- 45 Sekunden) in 4:5 für Facebook und Insta-Feeds
- Video-Snipets (5 bis 15 Sekunden) in 9:16 für Instagram Storys und TikTok

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

Bei den Produktionen sind häufig Drohnenaufnahmen erforderlich und auch Aufnahmen aus dem Wasser heraus mit entsprechender Kamertechnik müssen in Abstimmung möglich sein.

Die Videos sollen in der Regel mit Musik unterlegt werden. Die im Kontext der Videos verwendete Musik muss vom AN ausgewählt, mit dem AG abgestimmt und dem AG rechtfrei überlassen werden.

Das bei der Produktion erstellte Roh-Videomaterial wird dem AG bei Bedarf zur Verfügung gestellt.

7 Aufgaben

Grundsätzlich ergeben sich für den AN folgende Aufgaben für jede Videoproduktion / jeden Einzelauftrag:

- Konzeption und Planung der einzelnen Videoproduktionen in Abstimmung mit dem AG
- Videoproduktion an ausgewählten Orten, mit und ohne Models (Reisekosten sind einzuberechnen, Produktionen an Wochenend- und Feiertagen müssen in Absprache möglich sein. Eventuell entstehende Mehrkosten sind in der Preistabelle auszuweisen.)
- Stellen und Abrechnen der Models, ggf. inkl. Requisiten, mit entsprechenden Nutzungsrechten
- Zwischenabnahmen und finale Abnahme

8 Modalitäten

8.1 Lieferung des erstellten Videos

Sämtliche fertiggestellte Videos und Audios werden dem AG in den vorher vom AG gebrieften Formaten (4k, echtes 16:9, 4:5, 9:16 - Bildfläche formatfüllend) übermittelt. Die Lieferung des Contents an den Auftraggeber zur Weiterverarbeitung erfolgt sukzessive und umgehend nach Fertigstellung der einzelnen Produktion.

Übertragung von Nutzungsrechten

Der AN räumt dem AG an den erstellten Videos 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 nutzen kann. Das umfasst die Übertragung auf Dritte. Die Rechteeinräumung und deren Übertragung auf Dritte werden räumlich, zeitlich und inhaltlich uneingeschränkt erteilt.

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 Videograf*in (siehe 11.1.1)
- Beispielauftrag (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 Videograf*in

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

- Erklärung über den sicheren Umgang mit aktueller Kamera-Technik, Schnitt- und Bildbearbeitungs-Programmen, 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 4 Referenzen eingereicht werden. Bei fehlenden vergleichbaren Referenzen erfolgt der Ausschluss aus dem Bieterverfahren.

12.2 Wertungsinhalte

Die Wertung erfolgt nach A Qualität und B Preis.

A Qualität (Beispielauftrag)

Im Rahmen des ausgeschriebenen Produktionsvolumens sollen Videos zum Thema „Urlaub im Schloss“ entstehen. Im Mittelpunkt der Videos sollen ein oder mehrere Protagonist*innen aus dem Urlaubsland MV stehen, die beispielhaft für das Thema „Urlaub im Schloss“ stehen.

Eingereicht werden soll ein klares, realisierbares und überzeugendes Konzept inkl. Zeit- und Produktionsplan.

A.1 Konzept

Bitte reichen Sie ein Konzept (maximal zwei DIN A4 Seiten) für die Produktion von folgenden zwei Videos zum Thema „Urlaub im Schloss“ ein:

- ein Lang-Video (max. 2 Minuten für YouTube)
- ein Kurz-Video (+/- 45 Sekunden für Instagram)

Die Bewertung erfolgt nach Kreativität, Realisierbarkeit und Effizienz. Es werden höhere Bewertungen erreicht, wenn die Videos eine kreative Storyline aufweisen und damit eine sehr hohe Wahrnehmung bei der Zielgruppe erreichen sowie das vorgegebene Thema „Urlaub im Schloss“ gut abbilden. Abwertungen werden erfolgen, wenn die Idee beliebig wirkt, die Vorgaben der Urlaubsmarke MV nicht berücksichtigt wurden, die Videos nicht für die Ausspielungskanäle optimiert sind und die Zielgruppe nicht ausreichend angesprochen wird.

A.2 Zeit- und Produktionsplan

Erstellen Sie einen realistischen Zeit- und Produktionsplan für eine Videoproduktion zum Thema „Urlaub im Schloss“ mit allen relevanten Arbeitsschritten von der Konzeption bis zur Fertigstellung und Datenübermittlung. Bitte weisen Sie dabei die einzelnen Schritte mit kurzen Erklärungen aus.

Die Bewertung erfolgt anhand der Plausibilität und Effizienz. Höhere Bewertungen erfolgen, wenn der Zeit- und Produktionsplan des Bieters als besonders plausibel sowie kosten- und zeiteffizient angesehen werden. Abwertungen werden erfolgen, wenn der Zeit- und Produktionsplan unrealistisch, ressourcenintensiv, nicht schlüssig oder willkürlich wirkt.

B Preis für Einzelleistungen

Bitte reichen Sie Preise in Euro für alle Einzelleistungen in der mitgelieferten Preistabelle (Anlage 6) 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 (Beispielaufgabe) Bewertung nach untenstehenden Kriterien (A.1 + A.2)	60%	0-5 Wertungspunkte
A.1 Konzept Bewertung der Kreativität, Realisierbarkeit und Effizienz	35%	0-5
A.2 Zeit- und Produktionsplan Bewertung nach Plausibilität und Effizienz	25%	0-5
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.