

Preisblatt

Los 2: Kommunikationskonzept, Content-Produktion und Umsetzung für das EFRE-Projekt „ZeitenWandern Hermannshöhen“

Dieses Angebot beinhaltet:

- Angaben zu Name und Sitz der Gesellschaft sowie Gesellschaftsform und deren Eigentumsverhältnisse (bitte ausfüllen):

- Preisliches Angebot: Wir bieten die Ausführung der beschriebenen Leistungen zu den von mir/uns eingesetzten Preisen und mit allen den Preis betreffenden Angaben (ggf. als Anlage wie folgt an (bitte beachten: alle Preise sind netto und zuzüglich Umsatzsteuer (brutto) anzugeben):

Modul A – Briefing, Corporate Design/Layout und Kommunikations- und Marketingkonzept		
1. Briefing-Termin und laufende Kommunikation Briefing-Termin (Kick-off) mit Auftraggeber, Klärung von Organisation und Zeitplan, Ergebnisdokumentation; laufende Kommunikation in der Auftragsabwicklung; Abstimmung mit Auftragnehmer Los 1		
	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Summe Briefing-Termin und Kommunikation:		
2. Corporate Design und Gestaltung Erstellung einsatzfähigen Refresh des bestehenden Corporate Designs der Hermannshöhen		



Erstellung vollständige Layoutgrundlagen für Themen- sowie Panoramatafeln und Karten (Rasthütten). Konzept zur Überarbeitung des Touren-Booklets/Tourenplaner		
	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Summe Corporate Design und Gestaltung		
3. Kommunikations- und Marketingkonzept Erstellung Mediaplan mit definiertem Kanal-Mix (Online-Marketing, Print (Touren-Booklet), Offline-Marketing, Bewegtbilderstellung für Instagram)		
	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Kalkulierte Pauschale für die Nebenkosten: _____ Summe Kommunikations- und Marketingkonzept	_____	_____
4. Überarbeitung, Gestaltung und Produktion des Tourenplaners Konzept und Layout auf Basis des CD-Refresh, redaktionelle Überarbeitung, Lektorat DE, Übersetzung und muttersprachliches Lektorat NL, Druckdatenerstellung, Druck und palettierte Erstlieferung. Referenzexemplar siehe Anlage. Erwartet wird eine Auflage in der Größenordnung von rund 50.000 Exemplaren (deutsch) und rund 10.000 Exemplaren (niederländisch).		
	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Die Position ist als Pauschalpreis anzugeben. Kalkulierte Auflage deutsch (Exemplare): _____ Kalkulierte Auflage niederländisch (Exemplare): _____ Format / Seitenumfang: _____ Papierqualität / Verarbeitung / Zertifizierung: _____ Summe Pauschalpreis Tourenplaner	_____	_____
Summe MODUL A Briefing, Corporate Design/Layout und Kommunikations- und Marketingkonzept	_____	_____

Modul B - Content-Produktion (Texte, Fotografie, Video)

1. Redaktion und Content (Thementafeln/Panoramatafeln/Kampagne)

Medienproduktionsleistungen für 9 große und 20 kleine Themen- sowie 6 Panoramatafeln

	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Summe Erstellung von Texten für die Thementafeln und Panoramatafeln	_____	_____

2. Planung, Durchführung und Organisation der Foto- und Videoproduktionen

Planung und Organisation aller Foto- und Videoproduktionen inkl. Catering- Reise und alle Nebenkosten (unten angeben). Mindestens 8 Shooting-/Drehtage. (davon mind. 3 für Panoramatafeln, mind. 5 für Themen-/Kampagnenmotive). Mind. 4 der 8 Shootingtage sind als „XXL-Tage“ mit 12 Stunden plus 1 Stunde Pause zu kalkulieren.

Erstellung von Briefings, Ablauf- und Einsatzplänen; Abstimmung der Tagesplanung mit Auftraggeber und regionalen Partnern.

Flexible Terminplanung unter Berücksichtigung von Wetter- und Lichtbedingungen; für den Auftraggeber kostenneutrale, wetterbedingte Umplanung bis 48 Stunden vor dem Termin.

Auswahl, Disposition und vertragliche Absicherung von Fotografen/Filmern, Assistenzen und Models; die Auswahl des Fotografen/der Fotografin und der/s Models (mind. 2 Models je Shootingtag) erfolgt in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber.

Sicherstellung aller übertragbaren, zeitlich und räumlich unbeschränkten, kommerziellen Rechte an allen erstellten Medien

	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Zahl der Arbeitstage Foto-/Videograf: _____ Tagessatz für Foto-/Videograf: _____ Zahl der Arbeitstage Foto-/Film Assist.: _____ Tagessatz Foto-/Film Assist: _____ Zahl der Arbeitstage der Models (mind. 2 Models je Shootingtag): _____ Tagessatz für Models: _____ Kalkulierte Pauschale für die Nebenkosten: _____		



Summe Preis pro Shooting Tag: _____		
Aufpreis für XXL-Tage (pro Tag) _____		
Anzahl XXL-Tage _____		
Summe Foto- und Videoproduktionen	_____	_____
3. Postproduktion und Datenlieferung		
Postproduktion und Lieferung aller finalen Dateien inkl. Metadaten und einheitlicher Dateisyntax sowie übertragbarer Nutzungsrechte, inkl. Erstellung der Druckdaten für Los 1 (Panorama- und Thementafeln, Karten)		
	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____		
Tagessatz für Projektleitung: _____		
Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____		
Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____		
Kalkulierte Pauschale für die Nebenkosten: _____		
Summe Postproduktion und Datenlieferung		
Summe MODUL B Content-Produktion (Texte, Fotografie, Video)	_____	_____

Modul C – Launch-Kampagne

1. Kampagne Kick-Off und laufende Kommunikation

Kampagne Kick-Off mit Auftragsgeber, Klärung Organisation und Zeitplan (digital),
Ergebnisdokumentation
Konkretisierung der Planung aus Modul A
weitere Kommunikation in der Auftragsabwicklung

	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Summe Kampagne Kick-Off und laufende Kommunikation		

2. Erstellung Werbemittel und Kommunikationsmaßnahmen

Erstellung sämtlicher für die Kampagne erforderlichen, freigegebenen und mediengerecht aufbereiteten Werbemittel und Kommunikationsmaterialien (in statischen und Bewegtbild-Formaten)

Mediengerechte Aufbereitung der Materialien gemäß den Anforderungen der jeweiligen Plattformen, dem Corporate Design sowie den EFRE-Publizitätsvorgaben

Laufende Abstimmung mit dem Auftraggeber

Für Werbemittel und Kommunikationsmaterialien sind mindestens zwei Korrekturschleifen einzuplanen, vor Produktion bzw. Ausspielung ist schriftliche Freigabe des Auftraggebers einzuholen.

	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Summe Erstellung Werbemittel		

3. Umsetzung und Steuerung der Kampagne

Planung, Koordination und Realisierung der Kampagnenmaßnahmen gemäß Mediaplan

Schaltung, Handling und laufende Betreuung der Kampagnenmaßnahmen

Abstimmung mit Medienpartnern sowie enge Koordination mit dem Auftraggeber

Laufende Steuerung, Anpassung und Optimierung der Kampagne in Abstimmung mit dem Auftraggeber. Diese Position umfasst ausschließlich die Dienstleistungen (Personalaufwand) für Planung, Schaltung, Handling und Steuerung. Die Mediaschaltkosten selbst sind hier nicht anzugeben; sie sind ausschließlich unter Ziffer 4 auszuweisen.



	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Summe Umsetzung Kampagne		
4. Mediaschaltkosten (Mediabudget) Anzugeben sind ausschließlich die reinen Schaltkosten der Kampagnenmaßnahmen (Sachkosten). Die angegebenen Mediaschaltkosten enthalten bereits alle etwaigen Agenturprovisionen, Rabatte und TKP-Aufschläge; ein zusätzlicher Provisions- oder Handlingaufschlag auf die Mediaschaltkosten wird nicht vergütet. Der Aufwand für Planung, Schaltung, Handling und Steuerung ist vollständig in Ziffer 3 enthalten. Zur Flexibilität bzw. Ausschöpfung des Mediabudgets vgl. 6.2. siehe „Mediaschaltkosten (Mediabudget)“. Summe Mediaschaltkosten		
5. Erfolgsmessung und Evaluation Systematische Messung und monatliches Reporting zur Erfolgsmessung/-kontrolle Erstellung ausführlicher Präsentationsbericht inkl. der vorab definierten Ziele und Kennzahlen		
	Preis (€) netto	Preis (€) brutto
Zahl der Arbeitstage der Projektleitung: _____ Tagessatz für Projektleitung: _____ Zahl der Arbeitstage der Assistenz/Referent*in: _____ Tagessatz für Assistenz/Referent*in: _____ Summe Erfolgsmessung und Evaluation		
Summe Modul C – Launch Kampagne		
Summe Angebot (Module A - C)		

Das wertungsrelevante Gesamtangebot für Los 2 darf den Höchstbetrag von 270.866 € brutto (227.619 € netto) nicht überschreiten.

