



Leistungsbeschreibung Vergabenr.: NV_260420_01

a) Auftraggeberin & Vergabestelle:

RBX GmbH

Neuer Pferdemarkt 1, 20359 Hamburg

Tel 040-4317959-17

z.H. Christian Haasen

vergabestelle@reeperbahnfestival.com

Datum der Veröffentlichung: 04.05.2026

Vergabeart: Öffentliche Ausschreibung § 9 UVgO

Vergabe- Nr. NV_260420_01

Angebotsschlussstermin: 29.05.2026, 12:00 Uhr

Zuschlags- und Angebotsbindefrist: 19.06.2026

Ausführungsfrist: ab Auftragsvergabe bis 31.12.2026

Projekt: Reeperbahn Festival 2026

Ort der Leistung: Hamburg

Art der Leistung: Umsetzung redaktioneller Medienproduktionen während des Reeperbahn Festivals on-site im September 2026 und unterjährig für diverse Social-Media-Kanäle inkl. Erstellung von Rohschnitten für das Presseportal des Reeperbahn Festivals. Sowie die Umsetzung der Medienproduktion der Opening Show 2026 inkl. VoDs, EPKs, Fotos und Social Media Assets

Umfang der Leistung: Die zu erbringenden Leistungen umfassen die Konzeption, Vorbereitung, Produktion sowie Postproduktion verschiedener redaktioneller on-site Medieninhalte für das Reeperbahn Festivals im September. Dazu gehört insbesondere die Erstellung von Video-Assets wie Highlight-Trailern, Tagesauftaktvideos sowie Presserohschnitten für das Reeperbahn Festival 2026. Darüber hinaus ist die Bereitstellung unterjähriger Schnittkapazitäten Bestandteil des Leistungsumfangs.

Ergänzend sollen Media-Assets für die Opening Show 2026 produziert werden. Diese beinhalten zwei Highlight-Clips, drei Einzelclips (bzw. Auskopplungen aus der Show) sowie entsprechende Presserohschnitte.

Das Reeperbahn Festival 2026 findet vom 16. bis 19.09.2026 in Hamburg statt.
(www.reeperbahnfestival.com)

Kurzbeschreibung der RBX GmbH

RBX GmbH
Neuer Pferdemarkt 1
20359 Hamburg
www.rbx.music
+49(0) 40 43 17 959-17

Commerzbank
IBAN DE59 2004 0000 0265 0000 00
BIC COBADEHXXX

Handelsregister: AG Hamburg
Registernummer: HRB 173079
UStId.Nr.: DE 349 570 861
Geschäftsführer: Alexander Schulz



Die RBX GmbH ist Veranstalterin des Reeperbahn Festivals. Dies umschließt eine viertägige Präsenzveranstaltung in Hamburg sowie verschiedene unterjährige Digitalformate und Programmangebote.

Kurzbeschreibung Reeperbahn Festival

Das Hamburger Reeperbahn Festival ist das größte Clubfestival Europas und die international größte europäische Plattform für Popkultur und Musikwirtschaft. Seit 2006 wird die Hamburger Reeperbahn im September für vier Tage zum Zentrum der internationalen Musikwelt. Gemeinsam entdecken Publikum, Musik-wirtschaftende und Künstler*innen bei Livekonzerten in den Clubs auf St. Pauli neue Musik und Talente. Das vielfältige Programm bietet außerdem filmische, literarische und diskursive Angebote. Clubs, Konzerthäuser, Kinos, Galerien und Off-Spaces werden zu Spielorten für Konzerte, Lesungen, Filmvorführungen und Ausstellungen.

Fachbesucher*innen finden zusätzlich ein breit gefächertes Angebot aus Sessions, Vorträgen, Netzwerkveranstaltungen, Galas und Preisverleihungen vor, die die Pflege und den Ausbau bestehender Netzwerke und den fachlichen Austausch ermöglichen.

Das Reeperbahn Festival ist gleichsam Bühne für internationales Talent und Diskussionsraum aktueller Entwicklungen der globalen Musik- und Digitalwirtschaft.

Das Angebot wird durch unterjährige Digitalformate und Programme vervollständigt. Der Anspruch lautet, im Dialog mit Künstler*innen, Publikum und Musikbranche starke und weitreichende Impulse für Musik, Wirtschaft und Gesellschaft zu setzen.

Das Festival agiert als internationale Kulturbotschafterin, die wirtschaftliche und kulturelle Trends jenseits von Ländergrenzen begleitet. Durch alle Aktivitäten zieht sich das klare Bekenntnis zu Diversität, Gender Balance und Nachhaltigkeit.

Die Repräsentanz der kulturellen Vielfalt unserer Gesellschaft ist uns ein wichtiges Anliegen, daher begrüßen wir alle Dienstleister*innen, Unternehmen und Gewerke, deren Teams unabhängig von Geschlecht, Alter, Nationalität, ethnischer oder sozialer Herkunft, Religion/Weltanschauung, Behinderung, sexueller Orientierung und Identität zusammenarbeiten.

Das Reeperbahn Festival soll ein Ort sein, an dem sich alle Menschen wohl und sicher fühlen können. Wir dulden auf dem Reeperbahn Festival keine Form von Gewalt, Rassismus, Fremdenfeindlichkeit, Sexismus oder Homophobie. Ebenso ist es untersagt, Gewalt gegen andere zu verharmlosen oder Äußerungen zu tätigen, die die Menschenwürde anderer in Frage stellen. Etwaige Straftaten werden zur Anzeige gebracht. Dieser Grundsatz gilt für jeden auf dem Festivalgelände, für uns, für Festivalbesucher*innen, für Künstler*innen, für Mitarbeiter*innen, Moderator*innen für die Arbeitscrews und für Gäste.

Weitere Informationen: www.reeperbahnfestival.com

Kurzbeschreibung Reeperbahn Festival Opening Show

Am Mittwoch, den 16. September 2026, eröffnet die Reeperbahn Festival Opening Show unter dem Motto „Forever legit?“ offiziell das Reeperbahn Festival im Schmidts Tivoli in Hamburg.

Die einstündige Show (18:00–19:00 Uhr) bildet den festlichen Auftakt des Festivals, ist ein hochkarätiges gesellschaftliches Live-Event und übernimmt eine zentrale Rolle in der nationalen und internationalen Festival-Kommunikation. Das Programm beinhaltet Beiträge prominenter Persönlichkeiten aus Politik und Entertainment, internationale Live-Acts (tba) sowie Keynotes zu aktuellen gesellschaftlichen Themen. Moderiert wird der Abend von einem*einer Host (tba).

Die Show wird über die offiziellen Kanäle des Reeperbahn Festivals mittels exklusiv produziertem On-Demand-Material kommuniziert und verbreitet. Das Publikum besteht aus internationalen Medienvertreter*innen, Delegierten der Musikwirtschaft, sowie Multiplikator*innen aus Politik, Kultur und Kreativwirtschaft.

Die Veranstaltung ist vollständig englischsprachig ausgerichtet und richtet sich in ihrer medialen Kommunikation an ein internationales Publikum.

Eckdaten Reeperbahn Festival Opening 2026

- Aufbau: Dienstag, 15.09.2026 (Uhrzeiten tbd)
- Proben: Mittwoch, 16.09.2026 Vormittags & Mittags (genaue Uhrzeiten tbd)
- **Showtag: Mittwoch, 16.09.2026**
- **Show: 18:00 Uhr – 19:00 Uhr Opening Show**
- Abbau: direkt nach der Show
- Veranstaltungsort: Schmidts Tivoli, Spielbudenplatz 27-28, 20359 Hamburg (bereits gebucht über Auftraggeberin)
- Kapazität: ca. 600 Personen (bestuhlt)

Zielsetzung:

Die Reeperbahn Festival Opening Show soll als festlicher Auftakt des Festivals sowie als gesellschaftlich relevantes Ereignis wahrgenommen werden. Ziel ist es, ein hochwertiges Live-Erlebnis wie ein sendefähiges Medienformat zu realisieren, das national wie international zur medialen Strahlkraft des Reeperbahn Festivals beiträgt.

Dabei stehen Produktionssicherheit, Effizienz, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Mittelpunkt aller Abläufe. Die Marke „Reeperbahn Festival“ soll in Bild, Ton und Inhalt wirkungsvoll und wertebasiert transportiert werden – mit besonderem Augenmerk auf hohe visuelle und akustische Qualität.

Nachfolgend genannte Leistungen sind anzubieten:

1. ÜBERGEORDNETE LEISTUNGEN

1. Meetings, allg. Abstimmung und Kommunikation mit Auftraggeberin
2. Alle Planungen müssen unter Berücksichtigung der spezifischen Gegebenheiten und Vorschriften des Veranstaltungsortes stattfinden
3. Nachbereitung und Feedback mit Erstellung eines Abschlussberichtes zum Gesamtauftrag (2-3 Seiten)

2. REDAKTIONELLE MEDIENPRODUKTIONENE REEPERBAHN FESTIVAL 2026

2.1 HIGHLIGHTTRAILER

Insgesamt sind im Rahmen des Reeperbahn Festivals drei Highlight-Trailers zu erstellen mit einer jeweils unterschiedlichen thematischen Ausrichtung. Bei allen drei Highlight-Trailern fokussieren wir stets einen hohen Grad an Diversität für unsere Bildsprache. Die Auswahl der Hintergrundsongs für die drei Highlighttrailers (2.1 A-C) liegt bei der Auftraggeberin. Der*die Auftragnehmer*in bekommt die Musikdatei rechtzeitig, um sie auf die festgelegten Videolängen zu schneiden. Für die Musikausschnitte bedarf es einer Freigabe der Auftraggeberin, bevor die Videos auf dem ausgewählten Part geschnitten werden. Die lizenztechnische Abwicklung (Lizenzwerb und Lizenzkosten) läuft über die Auftraggeberin.

2.1 A) B2C-PREVIEWTRAILER

Der B2C-Previewtrailer für das Reeperbahn Festival 2026 wird mehrere Wochen vor dem Festival veröffentlicht und dient zur Bewertung der Hauptveranstaltung im September. In dem B2C-Previewtrailer soll das Festival mit seinen für das öffentliche Publikum zugänglichen Facetten abgebildet werden. Das bedeutet konkret, dass zusätzlich zum konzertanten Bewegtbild auch Material aus Programmbereichen Arts & Word und festivalatmosphärische Bilder in den Trailer einfließen sollen. Für den B2C-Previewtrailer 2026 stellt die Auftraggeberin dem*der Auftragnehmer*in das Material von der vorherigen Ausgabe des Reeperbahn Festivals zur Verfügung. Ein detailliertes Briefing inkl. Look & Feel und Best-Practice-Beispielen folgt zusammen mit der Übergabe des Rohmaterials der früheren Ausgaben. Der B2C-Previewtrailer unterscheidet sich insofern von dem B2B-Previewtrailer, als dass hier primär das öffentliche Publikum als Zielgruppe adressiert und über entsprechende Social-Media-Kanäle verbreitet wird. Inhaltlich bedeutet das konkret, dass keine Bilder von der Konferenz oder von Networking Programmpunkten abgebildet werden und der Fokus auf konzertanten und atmosphärischen Bildern von tanzenden und feiernden Festival-Besucher*innen liegt.

Der B2C-Previewtrailer wird in den Bildformaten 16:9 und 9:16 benötigt. Insgesamt müssen für den B2C-Previewtrailer **6 Assets** angeliefert werden. Das Asset für YouTube benötigt beispielsweise zusätzlich eine 5-Sekunden Endcard am Ende des Videos. Der Inhalt (Bewegtbildauswahl) und die Länge des Produktes selbst ändert sich dabei nicht. Der B2C-

Previewtrailer ist vollständig grafisch verpackt mit Cornerlogos etc. (siehe auch Leistungsbaustein 4.1) anzuliefern. Für den B2C-Previewtrailer ist ein*e Editor*in in der Postproduktion von **mind. 3 Schnitttagen** im Angebot anzubieten.

Für den B2C-Previewtrailer sind 3 Abnahmeschleifen einzuplanen. Die Veröffentlichung des B2C-Previewtrailers wird voraussichtlich in KW 28 stattfinden.

2.1 B) B2B-PREVIEWTRAILER

Der B2B-Previewtrailer für das Reeperbahn Festivals 2026 wird ebenfalls mehrere Wochen vor dem Festival veröffentlicht und dient zur Bewerbung der Hauptveranstaltung im September. Hier liegt der Fokus in der Bewerbung des Reeperbahn Festivals als Konferenz und wichtiger Branchentreff für nationale und internationale Fachbesucher*innen aus der Musikbranche. In dem B2B-Previewtrailer sollen schwerpunktartig und zielgruppengerichtet Bewegtbild von B2B-Programmpunkten (Panels, Sessions, Networking, Matchmakings etc.) gezeigt werden. Hierbei soll dargestellt werden, was die Zielgruppe vom Reeperbahn Festival als Branchentreff erwarten und wie sie von den B2B-Inhalten profitieren kann. Dennoch ist es hier auch wichtig alle Facetten des Festivals abzubilden, da Fachbesucher*innen gleichermaßen an Konzerten und anderen Programmpunkten interessiert sind. Für den B2B-Previewtrailer 2026 stellt die Auftraggeberin dem*der Auftragnehmer*in das Material von dem Reeperbahn Festival 2025 zur Verfügung. Ein detailliertes Briefing inkl. Look & Feel und Best-Practice-Beispielen von anderen Previewtrailern folgt zusammen mit der Übergabe des Rohmaterials des Festivals 2025.

Der B2B-Previewtrailer wird in den Bildformaten 16:9 und 9:16 benötigt. Insgesamt müssen für den B2B-Previewtrailer **6 Assets** angeliefert werden. Das Asset für YouTube benötigt beispielsweise zusätzlich eine 5-Sekunden Endcard am Ende des Videos. Der Inhalt (Bewegtbildauswahl) und die Länge des Produktes selbst ändert sich dabei nicht. Der B2B-Previewtrailer ist vollständig grafisch verpackt mit Cornerlogos etc. (siehe auch Leistungsbaustein 4.1). Für den B2B-Previewtrailer ist ein*e Editor*in in der Postproduktion von **mind. 3 Schnitttagen** im Angebot anzubieten. Die Veröffentlichung des B2B-Previewtrailers wird voraussichtlich in KW 29 stattfinden.

1.2 C) OFFIZIELLER FESTIVAL-AFTERMOVIE

Der offizielle Aftermovie dient des kommunikativen Abschlusses des Reeperbahn Festivals. Hier wird das Festival in all seinen Höhepunkten und seiner Programmviefalt (Konzerte, Sessions, Panels, Arts, Word etc.) mittels eines innovativen Storytellings abgebildet und stellt eine Aneinanderreihung von Highlight-Bildern und O-Tönen des Festivals dar, die den Besucher*innen des Festivals nachkonstruieren sollen. Zielgruppe des Aftermovies sind die nationalen und internationalen Fachbesucher*innen sowie das öffentliche Publikum. Für den Aftermovie ist ausschließlich Bewegtbild aus 2026 zu verwenden. Ein detailliertes Briefing inkl. Look & Feel und Best-practice-Beispielen von anderen Previewtrailern & Aftermovies folgt spätestens 4 Wochen vor dem Festival.

Der Aftermovie wird in mehreren Bildformaten benötigt. Das bedeutet, dass für den Aftermovie **insgesamt 6 Assets** angeliefert werden müssen. Das Asset für YouTube benötigt beispielsweise zusätzlich eine 5-Sekunden Endcard am Ende des Videos. Der Inhalt

(Bewegtbildauswahl) und die Länge des Produktes selbst ändert sich dabei nicht. Der Aftermovie ist vollständig grafisch verpackt mit Cornerlogos etc. (siehe auch Leistungsbaustein 4.1). Für den offiziellen Aftermovie ist ein*e Editor*in in der Postproduktion von **mind. 4 Schnitttagen** im Angebot anzubieten. Für den Aftermovie sind 3 Abnahmeschleifen einzuplanen. Die Veröffentlichung des Aftermovies wird voraussichtlich in KW 39 stattfinden.

2.2 TAGESAUFTAKT-VIDEOS

Jeder der vier Festivaltage soll mit einem kurzen Zusammenschnitt aus atmosphärischen Aufnahmen auf den Social-Media-Kanälen des Reeperbahn Festivals beginnen. Das Tagesauftakt-Video für den ersten Festivaltag (Mittwoch, 16.09.26) wird aus Reeperbahn Festival-Material von 2025 erstellt. Die nachfolgenden Tagesauftakt-Videos sind jeweils aus dem Material des Vortags zu erstellen.

Für die Musikauswahl ist die Auftraggeberin zuständig. Der*die Auftragnehmer*in bekommt die Musikdateien aller Tagesauftakt-Videos zwei Wochen vor dem Reeperbahn Festival, um sie auf die festgelegte Videolänge zu schneiden. Für die Musikausschnitte bedarf es einer Freigabe der Auftraggeberin, bevor die Videos auf dieser Musik geschnitten werden. Das Video für den Mittwoch wird von der Auftraggeberin abgenommen und bereits final am 09.09.2026 abgegeben. Bei diesem Video müssen zwei Abnahmeschleifen eingeplant werden, um sich aufeinander abzustimmen. Für alle weiteren Videos gibt es aufgrund der knappen Zeit nur eine Abnahmerunde und werden von der*dem Auftragnehmer*in am jeweiligen Veröffentlichungstag um 13.00 Uhr final angeliefert. Erfahrungsgemäß kann ein Tagesauftakt-Video innerhalb **eines Schnitttages** geschnitten werden. Die Tagesauftaktvideos sind vollständig grafisch verpackt mit Cornerlogos etc. (siehe auch Leistungsbaustein 4.1).

Jedes Tagesauftakt-Video wird in einem Bildformat jeweils in grafisch verpackter und cleaner Version benötigt. Bei vier Tagesauftakt-Videos ergeben sich daher **insgesamt 8 Assets**, die angeliefert werden müssen.

2.3 EPKs/ PRESSEROHSCHNITTE REEPERBAHN FESTIVAL

Für den Presseserver des Reeperbahn Festivals sollen insgesamt zwei EPKs/Rohschnitte mit Highlight-Material à 5 Minuten für die Nutzung durch TV/Videoredaktionen entstehen. Das Reeperbahn Festival brieft eine Woche vor der Veranstaltung, welche Inhalte möglichst im EPK zu sehen sein sollten. Hierbei beachtet die Auftraggeberin die bereits angemessene Verteilung gemäß den verfügbaren Ressourcen an VJs. Das Briefing mit den Programmpunkten (Panels, Konzerte, Shows etc.) arbeitet der*die Auftragnehmer*in über die vier Festivaltage ab. Das Material wird via Texttafeln grob beschriftet. Grafikvorlagen zu diesen Texttafeln werden von der Auftraggeberin bereitgestellt. Die EPKs werden durch den*die Auftragnehmer*in direkt auf den Presseserver des Reeperbahn Festivals gestellt und der erfolgreiche Upload sichergestellt. Es gibt maximal eine Abnahmeschleife direkt im Schnittraum. Der Zugang zu dem Presseserver wird rechtzeitig von der Auftraggeberin überlassen. Insgesamt sollen die EPKs thematisch bzw. nach Festivaltagen geschnitten und zur Verfügung gestellt werden.

Pro EPK ist ein*e Editor*in in der Postproduktion **mit mind. 2 Schnitttagen** im Angebot anzubieten.

Folgende Aufteilung & Veröffentlichung der EPKs sind derzeit vorgesehen:

Bei den untenstehenden Tagen handelt es sich um voraussichtliche Uploads. Die genauen Uploadzeiten werden von der Auftraggeberin in einem detaillierten Briefing an den*die Auftragnehmer*in mitgeteilt.

Mittwoch, 16.09.26 – Upload bis spätestens Donnerstag, 17.09.26, 02.00 Uhr

- Festivals (Atmo/Mood vom Festival Village, Konzerte)

Freitag, 18.09.26 – bis spätestens Samstag, 19.09.26, 02.00 Uhr

- Festivals (Atmo/Mood vom Festival Village, Konzerte, Panels, Elbphilharmonie Konzerte)

2.4 ABNAHMESCHLEIFEN UND FREIGABEN

Für den Leistungsbaustein 2.1 A) - C) sind je drei Abnahmeschleifen mit der Auftraggeberin einzuplanen. Für den Leistungsbaustein 2.2 bei dem ersten Tagesauftakt zwei und danach eine Abnahmeschleife und für den Leistungsbaustein 2.3 je maximal eine Abnahmeschleife im Schnittraum einzuplanen. Unzureichend oder nicht umgesetztes Feedback der Auftraggeberin in einer Korrekturschleife sind hier nicht als Abnahmeschleife zu zählen und die*der Auftragnehmer*in hat das nicht umgesetzte Feedback nachzubessern. Die Freigaben erfolgen durch die Auftraggeberin.

2.5 UNTERJÄHRIGE SCHNITTKAPAZITÄTEN BEI EINE*R MIT DEM MATERIAL VERTRAUTEN EDITOR*IN

Da in der Regel nach dem Festival auch kleinere Bedarfe bei der Auftraggeberin aufkommen können, ist der Auftraggeberin eine Kapazität von **zusätzlich 4 Schnitttagen** bis Ende Dezember 2026 zuzusichern. Schnitttage werden frühestmöglich mit einem Vorlauf von 14 Tagen abgefragt. Diese sind im Angebot fest einzupreisen.

2.6 PROJEKTMANAGEMENT

Der*die Auftragnehmer*in stellt der Auftraggeberin während der gesamten Projektzeit eine Projektleitung und somit zentrale Ansprechperson an die Seite. Die Projektleitung stellt sicher, dass alle abgesprochenen Timings und Budgets eingehalten werden, sowie der reibungslose Ablauf des gesamten Projekts hinsichtlich Vorproduktion, Produktion, Postproduktion.

2.7 TIMINGS

Vorproduktion: ab Auftragsvergabe bis 16.09.2026

VÖ B2C-Previewtrailer: KW 28 (tbd)

VÖ B2B-Previewtrailer: KW 29 (tbd)

Produktion on-site: 16.09.-19.09.26

VÖ Tagesauftaktvideos: 16., 17., 18. & 19.09.26

Postproduktion: 20.09.-31.12.26

VÖ Aftermovie: KW 39 (tbd)

Übergeordnet:

Engpässe in der aufgrund von Krankheiten, anderen Ausfällen oder auch geplanten Urlauben/Abwesenheiten während der gesamten Projektdauer sind der Auftraggeberin aktiv zu kommunizieren und bei Anlieferungen/Abgaben sind Alternativtimings vorzuschlagen. Das gesamte Projekt (2.REDAKTIONELLE MEDIENPRODUKTIONENE REEPERBAHN FESTIVAL 2026) ist bis spätestens 31.12.2026 vollumfänglich abzuschließen.

2.8 TEAMS, ARBEITSZEITEN UND EQUIPMENT

- Der*die Auftragnehmer*in stellt ein dem Leistungsgegenstand entsprechendes Team für die Produktion
- Die Kosten für Verpflegung, Reisen und Unterbringung sind in die Kalkulation einzupreisen
- Der*die Auftragnehmer*in stellt der Auftraggeberin für die Umsetzung des gesamten Projektes eine*n erfahrende*n Redakteur*in zur Seite. Bei der Auswahl behält sich die Auftraggeberin ein Mitsprache- bzw. Vetorecht vor.
- Der*die Auftragnehmer*in stellt der Auftraggeberin für die Umsetzung des gesamten Projekts (Punkte 2-2.8) eine erfahrene Projektleitung zur Seite.
- Für den Festival Mittwoch (16.09.) und Samstag sind jeweils 3 VJs und für die restlichen zwei Festivaltage jeweils 4 VJs pro Tag anzubieten und diese gemäß der Disposition, die nach den Bedarfen der Auftraggeberin erstellt wird, einzusetzen. Für die Herstellung von Festival-Content benötigen die VJs keine zusätzlichen Tonleute oder Autor*innen.
- Um einen einheitlichen Look zu kreieren, muss mit Vollformatkameras gearbeitet werden.
- Die Auftraggeberin ist in die Auswahl des Dreh- und Schnittpersonals einzubeziehen. Vor allem das Schnittpersonal (Editor*innen) für die Previewtrailer und Aftermovie sind mit der Auftraggeberin abzustimmen und freigeben zu lassen. Dafür werden der Auftraggeberin Referenzen der*des jeweiligen Editor*innen vorgelegt. Sie behält sich ein Mitbestimmungs- und Vetorecht vor.
- Bei Dreh- und Schnitttagen geht die Auftraggeberin von zehn Arbeitsstunden/Tag aus. Preise pro Überstunde sind immer anzugeben.

- Passende Grafikpakete für alle geforderten Inhalte werden dem Auftragnehmer rechtzeitig von der Auftraggeberin überlassen (Leistungsbaustein 4.1).
- Wo immer möglich und sich die verschiedenen Projekte zeitlich und räumlich überschneiden, sind Kamerateamkapazitäten zu bündeln. Sollten Produktionen in unter 8 Stunden abgeschlossen sein oder längere Pausen in Drehtagen während des Festivals entstehen, verpflichtet sich der*die Auftragnehmer*in in dieser Zeit Footage vom Festival zu generieren (Impressionen und Moods), sofern weiteres Material notwendig ist.
- Der Timecode ist, sofern nicht eine Master-Clock in den jeweiligen Venues vorhanden ist, immer in Realzeit ("Time-Of-Day") zu wählen

3.OPENING SHOW 2026

Der Inhalt, der im Rahmen dieser Produktion entsteht, ist komplett abhängig von der Showkonzeption. Die Medienproduktion kann keinen inhaltlichen Einfluss auf die Showkonzeption nehmen. Als Basis für alle zu erstellenden Assets soll der Live-Mitschnitt der Opening Show genutzt werden. Auf Grund dessen sollen nach der Show als allererstes drei EPKs ausgeklammert werden (weitere Details unter 3.2). Am Folgetag werden dann der Highlight-Film (3-5 min) aus dem im Anschluss der Highlight-Trailer (45-60 Sek.) runtergekürzt werden soll, erstellt. Alle weiteren Assets werden ebenfalls am Folgetag erstellt, mit finaler Abgabe für die Opening Show Assets am **Freitag, 18.09.2026 um 13:00 Uhr**.

Minimum Set-Up: Die Show soll mit einem kleinen Set-up gedreht und vor Ort in einer **Flightcase Regie** live geschnitten und farbkorrigiert werden. Es sollen mind. 2 fest installierte Kameras gestellt werden um Schnittbilder nutzen zu können. Die Einzelspuren des Tons sollen am FoH abgenommen und live gemischt werden.

Auf Grundlage der Opening Show sind folgende Assets zu generieren:

3.1 UNGESCHNITTENE SHOW

- Art der Produktion:
 - Ungeschnittene Fullshow, clean
 - insgesamt **1 Asset**
- Verpackung: enthält Farbkorrekturen, komplett ohne Verpackung, grafische Elemente (Schrift, Logos & co) und Effekte
- Format: 16:9
- Anlieferung: **spät. 29.09.2026**

Der Live-Mitschnitt dient dann als Basis, um alle weiteren hier geforderten Assets aus der Opening Show herzustellen.

3.2 EPK OPENING SHOW

Das Reeperbahn Festival stellt ausgewählten Pressevertreter*innen Rohmaterial über den hauseigenen Presseserver zur Verfügung. Via Texttafeln werden – wo notwendig – die Namen der Sprecher*innen, Performer*innen eingesetzt, darüber hinaus gibt es keine grafische Verpackung.

Die Auftraggeberin stellt ein*e Redakteur*in, die vor Ort live entscheidet, welche Elemente in das EPK kommen. Wir empfehlen eine EVS plus Operator zu stellen, um das EPK live zu schneiden und das knappe Timing halten zu können.

Der Upload erfolgt nach einer Freigabe durch die Auftraggeberin eigenständig durch den*die Auftragnehmer*in. Die Zugangsdaten zum Reeperbahn Festival Presseserver werden rechtzeitig überlassen.

- Opening Show
 - Art der Produktion: Auswahl Rohmaterial bzw. grober Rohschnitt mit O-Tönen aus der Opening Show
 - 1 Asset
 - Länge: max. 5 Minuten
 - Anlieferung: Upload **bis 21:30 Uhr, 16.09.2026** auf dem Presseserver
- Opening Show Ansprachen
 - Art der Produktion: Die 2 Ansprachen mit Grußworten zu Beginn der Show einzeln geclippt
 - 2 Assets
 - Länge: je max. 5 Minuten
 - Anlieferung: Upload **bis 20:30 Uhr, 16.09.2025** auf dem Presseserver

3.3 HIGHLIGHTCLIPS OPENING SHOW

- Art der Produktion:
 - Highlight-Film
 - Insgesamt **3 Assets**
- Erstellung Konzept/Storyline: Der Highlight Film von der Opening Show ist ein gekürzter Zusammenschnitt aus der gesamten Show, runtergekürzt auf ca. 5 Minuten. Aus jedem Showelement (Keynote, Liveact, Talk, Moderation etc.) wird ein Highlight entnommen.
- Beispiel aus dem Jahr 2025: <https://www.youtube.com/watch?v=dU2RGuPz0iQ&list=PLoUeSyEOe9ukYVnsrpoKnVs47EKk5kAJ&index=1&t=2s>
- Länge: ca. 5 Minuten
- Anlieferung: **18.09.2026, bis 13:00 Uhr**
- Format: 16:9
- 3 Assets inkl. Individueller Verpackung (kommt via Auftraggeberin in einer Bedarfsliste):

- 1x für YouTube inkl. YouTube Endcard und grafischer Verpackung
- 1x für div. Outlets mit grafischer Verpackung und ohne YouTube Endcard
- 1x für div. Outlets, enthält Farbkorrekturen, komplett ohne Verpackung, grafische Elemente (Schrift, Logos & co) und Effekte
- Bereitstellung für u.a. Reeperbahn Festival Social Media (YouTube)
- Abnahmeschleifen: 3

3.3.1 SOCIAL MEDIA HIGHLIGHT-CLIP

- Art der Produktion:
 - Highlight-Trailer
 - Insgesamt 2 Assets
- Erstellung Konzept/Storyline: Der Highlight-Clip von der Opening Show ist ein noch kürzer Zusammenschnitt der Opening Show als der Highlight Film (1.2), runtergekürzt auf ca. 45 – 60 Sekunden. Aus jedem Showelement (Keynote, Liveact, Talk, Moderation etc.) wird ein Highlight entnommen.
- Länge: ca. 45 - 60 Sekunden
- Anlieferung: **18.09.2026, bis 13:00 Uhr**
- Format: 9:16
- 2 Assets inkl. Individueller Verpackung (kommt via Auftraggeberin in einer Bedarfsliste):
 - 1x 9:16 inkl. Entsprechender Verpackung
 - 1x 9:16 enthält Farbkorrekturen, komplett ohne Verpackung, grafische Elemente (Schrift, Logos & co) und Effekte
- Bereitstellung für u.a. Reeperbahn Festival Social Media (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter)
- Abnahmeschleifen: 3

3.4 EINZELCLIPS OPENING SHOW (Optional)

- Art der Produktion:
 - Show Ausklammerung
 - max 4 Assets
- Erstellung Einzelausklammerung aus der Show. Beispiel Musikalische Beiträge, keynotes etc. (in Absprache mit Auftraggeberin)
- Länge: so lang wie der Beitrag ist
- Anlieferung: **18.09.2026, bis 13:00 Uhr**
- Format: 16:9
- Max. 12 Assets inkl. Individueller Verpackung (kommt via Auftraggeberin in einer Bedarfsliste):
 - 1x für YouTube inkl. YouTube Endcard und grafischer Verpackung

- 1x für div. Outlets mit grafischer Verpackung und ohne YouTube Endcard
- 1x für div. Outlets, enthält Farbkorrekturen, komplett ohne Verpackung, grafische Elemente (Schrift, Logos & co) und Effekte
- Bereitstellung für u.a. Reeperbahn Festival YouTube Kanal
- Abnahmeschleifen: 3

Hinweis: Die **optionale** Leistung nach Ziffer 3.4 ist gesondert mit einem Einzelpreis auszuweisen. Dieser Preis ist in die für die Angebotswertung maßgebliche Gesamtangebotssumme einzurechnen. Die Auftraggeberin behält sich vor, die optionale Leistung ganz oder teilweise abzurufen.

3.5 TECHNISCHE, PRODUKTIONELLE & PERSONELLE ANFORDERUNGEN

Die unter den Punkten 3-3.4 genannten Produktionen müssen folgenden technischen und produktionellen Anforderungen genügen.

Hochwertiges HD-Produktionsequipment zur technischen Produktion des zu entwickelnden und unter E.1-E.4 genannten Materials:

- Sämtliche Produktionen müssen mindestens TV-Standards entsprechen.
- Video- und Ton-Regie mit für das beschriebene Vorhaben ausreichend Mischebenen. Die verschiedenen Tonspuren können am FoH für die Mischung via Digitalsplitter abgenommen werden. Mehrspursoundrecording und eine eigene Tonmischung müssen Teil des Angebots sein.
- Ein allgemeiner Bild-/Ton-Versatz, welcher im Bildmischer entsteht, sollte bereits vor Ort ausgeglichen werden.
- Einplanung von Live-Regie, Schnitttechnik für Live-Schnitte und umfangreiche zeitnahe Postproduktionen vor Ort.
- Kosten für Transporte, Auf- und Abbau sind einzupreisen.
- Die Kosten für Verpflegung, Reisen und Unterbringung sind in die Kalkulation einzupreisen.

Planung, Buchung, Briefing und Gesamtkoordination des gesamten für die technische Medienproduktion benötigten Personals inkl.:

- Erfahrene Projekt-, Technik- sowie Videotechnik-Leitung für die Umsetzung des gesamten Projekts inkl. Vorbereitung.
- Bei Dreh- und Schnitttagen geht die Auftraggeberin von 10 Arbeitsstunden/Tag aus. Preise pro Überstunde sind für Vorproduktion, Proben, Produktion und Postproduktion anzugeben und in angemessenem / realistischem Maße bereits zu kalkulieren.
- Teilnahme an einer Vorbesichtigungen (Juli/August 2026) in Hamburg, genauer Termin TBD.

- Die Kosten für Verpflegung, Reisen und Unterbringung des gesamten angebotenen Teams sind in die Kalkulation einzupreisen.
- Ein vollduplexfähiges Intercom-System für bis zu 10 Personen ist bereitzustellen und in das Angebot einzupreisen. Es dient der reibungslosen Kommunikation zwischen Show-Produktion und Medienproduktion während aller Produktionsphasen vor Ort.
- 1,5 Probestage (15. (halb für Aufbau) & 16.9.26) mit einer Crew muss Teil des Angebots sein.

Personal

- **Projektmanagement:** Der*die Auftragnehmer*in stellt eine Projektleitung als zentrale Ansprechperson während der gesamten Projektlaufzeit. Diese ist verantwortlich für die Einhaltung von Timings, Budgets und den reibungslosen Ablauf von Vor-, Haupt- und Nachproduktion.

Zu den Aufgaben gehören:

- Abstimmung aller Bedarfe mit der Auftraggeberin
- Koordination mit der externen Show-Agentur (gebucht durch die Auftraggeberin)
- Redaktionelle Beratung zu allen relevanten Produkten
- Sicherstellung produktionstauglicher Showgestaltung (z. B. Vermeidung ungünstiger Bühnenbilder in der Preproduction)
- **Redakteur*in/Autor*in:** Der*die Auftragnehmer*in stellt ein*n erfahrenen Redakteur*in/Autor*in zur Verfügung, der*die gemeinsam mit der Auftraggeberin entscheidet, welche Showinhalte für den Zusammenschnitt gekürzt werden können und die Umsetzung inhaltlich begleitet.

Der*die Redakteur*in verantwortet zudem:

- die inhaltliche Struktur und Länge der Zusammenschnitte
- die Inhalte des EPK in enger Abstimmung mit der Auftraggeberin
- Vorschläge für Highlights und deren Umsetzung im Schnitt

Ein früher, kontinuierlicher Austausch ist erforderlich, um bereits in der Vorproduktion relevante Inhalte und Highlights festzulegen.

- Die Gagen/Honorare, Artist Care, Unterbringung sowie Hair & Make-up für alle Show-Protagonist*innen werden vollständig von der Auftraggeberin übernommen.

3.8 VORAUSSICHTLICHER ÜBERGEORDNETER ZEITLICHER ABLAUF

Vorproduktion: ab Auftragsvergabe bis 14.09.2026

- Aufbau 15.09. Opening Show ca. 07:00-15:00 Uhr (genaues Timing tbd)
- Durchlaufproben: 16.09.2026 im Schmidts Tivoli
- Produktion: Opening Show am Mittwoch, 16.09.2026
- Abbau: Direkt nach der Produktion in der Nacht (genaue Uhrzeit tbd)

- Abschluss der Postproduktion (inkl. Materialübergabe): bis Ende KW 39

Übergeordnet: Engpässe in der aufgrund von Krankheiten, anderen Ausfällen oder auch geplanten Urlauben/Abwesenheiten während der gesamten Projektdauer sind der Auftraggeberin aktiv zu kommunizieren und bei Anlieferungen/Abgaben sind Alternativtimings vorzuschlagen. Das gesamte Projekt (3.OPENING SHOW 2026) ist bis zum **31.10.2026** (inkl. Materialübergabe etc.) abzuschließen.

3.9 RECHTEERWERB

Der Erwerb sämtlicher Rechte der konzertanten Showelemente sowie die Persönlichkeitsrechte weiterer Protagonist*innen liegt bei der Auftraggeberin.

Zwischen den beiden Parteien, Auftragnehmer*in und Auftraggeberin (RBX GmbH), wird es einen Auftragsproduktionsvertrag geben, der die Rechteeinräumung reguliert. Mit dem Auftragsproduktionsvertrag überträgt der*die Auftragnehmer*in der Auftraggeberin RBX GmbH im Zeitpunkt des Entstehens, spätestens aber mit Vertragsabschluss sämtliche im Zusammenhang mit der Verwirklichung der Produktion bei ihm entstandenen, entstehenden oder hierfür von ihm*ihr erworbenen oder zu erwerbenden Nutzungsrechte ausschließlich, frei auf Dritte übertragbar, zeitlich, räumlich und inhaltlich uneingeschränkt.

4.ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN

4.1 GRAFIK

Grafische Grundelemente wie Cornerlogos, Opener, Abbinder sowie Parnter*innen-und Förder*innentafel werden von der Auftraggeberin gestellt in Form eines Grafikpaketes inkl. Leitfaden zur Anwendung. Die Nutzung dieses Grafikpaketes nach Anleitung ist verpflichtend. In Standard Anwendungen wie Cornerlogos, Abbinder, Förder*innentafel gibt es keinen vorgesehenen Spielraum. Die Verwendung von After Effects ist im Umgang mit dem Paket zwingend notwendig. Anfallende Lizenzgebühren für die in den Grafikpaketen enthaltenden Schriften/Fonts werden von dem*der Auftragnehmer*in erworben und installiert und der Auftraggeberin anschließend separat in Form einer Weiterbelastung in Rechnung gestellt.

4.2 REISE-, UNTERBRINGUNGS-, UND VERPFLEGUNGSKOSTEN

Der*die Auftragnehmer*in übernimmt sämtliche Kosten, die mit den Reisen des von ihm*ihr bereitgestellten technischen, produktionsellen und kreativen Personals verbunden sind. Dazu gehören Reise- und Übernachtungskosten. Zudem übernimmt die*der Auftragnehmer*in die Verpflegung des Personals. Die Kosten für Verpflegung, Reisen und Unterbringung sind in die Kalkulation einzupreisen.

4.3 TECHNISCHE VORGABEN FÜR DIE AUSSPIELUNG

Nach Beauftragung erhält der*die Auftragnehmer*in ein kompaktes Handbuch von 12 Din A4 Seiten über sämtliche Anforderung der Medienproduktionen des Reeperbahn Festivals. Dieses Handbuch enthält alle wichtigen technischen Vorgaben für die Ausspielung (Social

Media etc.), sowie Dateibenennung, Pixelraster/Frameraten, Archivierung. Der*die Auftragnehmer*in bindet sich dabei insbesondere an die Vorgaben der Auftraggeberin zur Datenbenennung und Archivierung. Darüber hinaus dient das Handbuch auch als hilfreiche Guideline für den Look & Feel der audiovisuellen Formate und definiert dementsprechend Mindeststandards an Kamera Settings, Kamertypen und Untertitelungen.

4.4 MATERIALÜBERGABE

Sämtliche Produktionen, alle Cleanfeeds und das gesamte Rohmaterial sind dem Reeperbahn Festival mit Auftragsende geordnet und beschriftet zu überlassen. Rohmaterial und nicht verwendetes Material kann nach Tagen und Programmpunkten/ggf. Venues sortiert abgeben werden. Festplatten zur Übergabe des Materials müssen kalkuliert und angeboten werden.

5. Änderung und Kündigung des Auftrages

Sofern aus Gründen, die die Auftraggeberin nicht zu vertreten hat, insbesondere durch höhere Gewalt, aufgrund behördlicher Anordnung, Maßnahmen zur Seuchenbekämpfung oder ähnlicher Ereignisse, Änderungen des Auftrages erforderlich werden, wird die Auftraggeberin zwecks Anpassung der betroffenen Leistungspunkte auf den*die Auftragnehmer*in zugehen. Sollte über diese Änderungen keine Einigung zwischen der Auftraggeberin und dem*der Auftragnehmer*in erzielt werden können, ist die Auftraggeberin zur Kündigung des Vertrages berechtigt.

Unbeschadet sonstiger vertraglicher oder gesetzlicher Rechte ist die Auftraggeberin zur Kündigung des Vertrages berechtigt,

- wenn eine Veranstaltung aus Gründen, die die Auftraggeberin nicht zu vertreten hat, insbesondere durch höhere Gewalt, aufgrund behördlicher Anordnung, Maßnahmen zur Seuchenbekämpfung oder ähnlicher Ereignisse, nicht durchgeführt werden darf oder nicht in wirtschaftlich vertretbarer Weise durchgeführt werden kann.
- Des Weiteren steht der Auftraggeberin ein Sonderkündigungsrecht zu, wenn die beantragte öffentliche Förderung trotz des bereits bewilligten vorzeitigen Maßnahmenbeginns nicht bewilligt wird.

Hat der*die Auftragnehmer*in vor Zugang der Kündigungserklärung schon Arbeiten erbracht oder nicht stornierbare Kosten ausgelöst, vergütet ihm*ihr die Auftraggeberin die erbrachten Teilleistungen bzw. erstattet die entstandenen Kosten.