

ENTWURF Anlage C2: Leistungsbeschreibung

1 KBB GmbH

Die Kulturveranstaltungen des Bundes in Berlin GmbH (KBB) vereint drei Institutionen – die Internationalen Filmfestspiele Berlin, die Berliner Festspiele mit dem Gropius Bau und das Haus der Kulturen der Welt – mit einer übergreifenden Organisationsstruktur. Gemeinsam mit ihren drei Geschäftsbereichen realisiert sie Projekte, die zu Begegnungen, zum Austausch und zur Auseinandersetzung mit den Künsten einladen. Die KBB GmbH wird von dem Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gefördert. Weitere Infos unter www.kbb.eu.

Alle Geschäftsbereiche der KBB sind seit 2013 EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) – Umweltmanagementsystem zertifiziert. Die KBB ist daher bemüht, sowohl bei der Vorbereitung der Vergabe als auch bei der Durchführung von Aufträgen Umweltbelange angemessen zu beachten und zu berücksichtigen.

2 Zu liefernde Leistung

Für die Berliner Festspiele mit dem Martin-Gropius-Bau, das Haus der Kulturen der Welt sowie optional die Internationalen Filmfestspiele Berlin wird für verschiedene Medialeistungen die Marktrecherche nach Werbe- und Anzeigenflächen und für die Buchung von Werbe- und Anzeigenflächen in Print, Radio+TV, im Netz sowie auf Außenwerbeflächen ein Rahmenvertrag ausgeschrieben, durch den über eine Mediaagentur die Buchung zu wirtschaftlichen und marktüblichen Bedingungen gewährleistet werden soll.

Die dafür in Frage kommenden Mediengattungen umfassen Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Fachpublikationen), Out-of-Home-Medien (Plakatwerbung, digitale Außenwerbung), elektronische Medien (insb. Hörfunk, Kino, Streamingdienste) und mit diesen Medien zusammenhängende Onlinemedien. Durch eine Mediaagentur sollen die Medialeistungen zu marktüblichen und wirtschaftlich günstigen Bedingungen bezogen werden.

Es wird ein Rahmenvertrag über die Medialeistungen abgeschlossen, der die Bedingungen für den Abruf der Einzelaufträge festlegt. Das Mediabudget wird von der Auftraggeberin verwaltet, d.h., sie entscheidet selbst, für welche Bereiche sie die Mediaagentur beauftragen will. Die Agentur hat keinen Anspruch auf ein bestimmtes Mediavolumen.

2.1 Definition der Leistung

Die Mediaagentur hat Beratungs-, Recherche- und Planungsdienstleistungen für den Mediaeinkauf, d.h. insbesondere die Buchung von Werbe- und Anzeigenflächen innerhalb eines vorgegebenen Budgetrahmens zu erbringen. Das beinhaltet neben Beratung, Recherche und Planung sowie Buchung von Werbeflächen und Anzeigenplätzen in Print-, Radio/TV-, Out-of-Home-, Kino- und Onlinemedien auch die Planung und Umsetzung von Kampagnen innerhalb vorgegebener Budget- und Gestaltungsrahmen sowie die Erstellung von Werbemitteln entsprechend der CI und eine entsprechende Erfolgskontrolle.

2.1.1 Die Dienstleistungen umfassen im Einzelnen:

a) Beratung, Recherche und Planung

- Konkurrenz-, Wettbewerbs- und Zielgruppenanalyse
- Zielgruppendefinition je nach Ausstellung / Festival / Veranstaltung
- Beobachtung des Werbemarktes, um aktuelle Entwicklungen berücksichtigen zu können, einen Marktüberblick zu erhalten und über Veränderungen im Markt beratend tätig zu sein
- Recherche von Medien in allen Mediengattungen
- Mediaplanerstellung gemäß der Vorgaben der Auftraggeberin unter optimaler Verwendung des zur Verfügung stehenden Budgets. Dabei sind verschiedene Szenarien mit

Schwerpunktsetzung auf verschiedenen Mediengattungen vorzuschlagen. Die digitalen Angebote der jeweiligen Medienanbieter wie Newsletter, Onlinebanner o.ä. sind zu berücksichtigen.

- b) Buchung / Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen in Print- und damit zusammenhängenden Onlinemedien

Die Mediaagentur bucht bzw. beauftragt anhand der abgestimmten Mediapläne oder aufgrund eines Einzelauftrags bestimmte Werbeflächen;

Die Mediaagentur übernimmt die bereitgestellten Daten (Druckdaten, digitale Werbemittel), prüft sie, berät in Einzelfällen auch hinsichtlich des Layouts und übermittelt sie anschließend an die jeweiligen Medien.

- c) Erstellung von Werbemitteln / redaktionelle Aufgaben / Druckproduktion

Von den Agenturen wird neben der Buchung fallweise auch die zur Schaltung der Anzeigen erforderliche rechtzeitige Anlieferung der Werbemittel (Print und Online) erwartet. Dies ist abhängig vom auftraggebenden Bereich der AGin.

D.h., die Agentur erstellt Werbemittel für einzelne Platzierungen nach Vorgaben und unter Berücksichtigung der CI der AGin. Die notwendigen technischen Daten (Indesign, Premiere o.ä. werden von der AGin übergeben). Das Volumen kann dabei je nach Projekt und auftraggebendem Haus von der Erstellung aller Werbemittel über Erstellung nur der Onlinemedien bis hin zur Erstellung einzelner Printanzeigen variieren. Dabei sind redaktionelle Aufgaben wie Proof-Reading ebenso zu berücksichtigen wie Kenntnisse in Druckproduktion.

- d) Erfolgskontrolle

Die Mediaagentur überprüft/überwacht die vereinbarte Umsetzung der Kampagnen. Zu den einzelnen Schaltungen sind von der Mediaagentur geeignete Kennzahlen zur Erfolgskontrolle zur Verfügung zu stellen, z.B. TKP, Auflagenzahlen, Reichweite, Clickraten, Conversionrates und in einem kurzen Reporting incl. Ergebnisbesprechung nach Kampagnenabschluss zusammenzufassen.

2.1.2 weitere Hinweise:

Die Mediaagentur hat bestehende Kooperationen mit Werbepartnern zu berücksichtigen, die u.U. keine weiteren Werbepartner im gleichen Umfeld zulassen.

2.1.3 Einzelverträge

Hinsichtlich des Abrufs der Einzelverträge wird auf die Regelungen im Rahmenvertrag verwiesen. Wichtig ist insofern, dass Angebote für kurzfristige Anfragen innerhalb von 3 Werktagen zu erstellen sind. Ist dies nicht möglich, können Teilpläne erstellt werden.

2.2 Laufzeit

Es soll ein Rahmenvertrag beginnend mit dem 01. November 2026 bis zum 31. Dezember 2027 geschlossen werden. Der Vertrag umfasst darüber hinaus eine einseitige Verlängerungsoptionen für die Jahre 2028, 2029 und 2030 (3x a 12 Monate), so dass die maximale Laufzeit bis zum 31. Dezember 2030 begrenzt ist.

2.3 Preisblatt

Die Mediaagentur erhält für ihre Tätigkeit im Rahmen dieses Vertrages eine Provision von den Verlagen und gibt einen Teil davon an die Auftraggeberin weiter. Bemessungsgrundlage der Provision sind das seitens der Mediaagentur realisierte Schaltvolumen. Davon erfasst sind, sofern der Vertrag nicht ausdrücklich etwas Abweichendes vorsieht oder einzelvertraglich ausdrücklich Abweichendes vereinbart

wurde, sämtliche Leistungen, die die Mediaagentur während der Laufzeit dieses Vertrages erbringt.

Für weitere Leistungen werden folgende Stundensätze vereinbart.

Bitte eintragen:

- Agenturprovision _____ %
- Stundensatz für Beratungsleistungen: _____ €/Stunde
- Stundensatz für (Druck)Produktionsbegleitung _____ €/Stunde
- Stundensatz für redaktionelle Aufgaben _____ €/Stunde
- Stundensatz für die Erstellung von Werbemitteln print _____ €/Stunde
- Stundensatz für die Erstellung von Werbemitteln online statisch _____ €/Stunde
- Stundensatz für die Erstellung von Werbemitteln online animiert _____ €/Stunde

Preise sind netto-Angaben zzgl. gesetzl. MwSt.

Datum:

Name: