

## Bieterfragen und Antworten „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“

Bieterfrage	Antwort
<p><b>23.10.2019:</b> Wir möchten anbieten, die Kostenposition "Prominente" als Option vorstellen zu dürfen und für die Basis der Kalkulation und Angebotes mit üblichen Schauspielhonoraren zu arbeiten, bis Verhandlungen mit einem Prominenten spruchreif sind. Ist dies möglich?</p>	<p><b>23.10.2019:</b> Das oder die Angebote sollte(n) so konkret wie möglich und daher verhandelt sein. Wichtig ist, dass Darsteller zum Projekt, zur Botschaft passen, diese verstärken und bestenfalls eine authentische Beziehung zur Destination und / oder „Aktivität“ haben.</p>
<p><b>23.10.2019:</b> In den Vergabeunterlagen beschreiben Sie die Spiellänge zwischen 30 Sekunden, was einem Werbespot mit imagebildendem Charakter ähnelt, bis hin zu einer Spiellänge von 90 Sekunden. Soll der Film eher einen mitreißenden, inspirierenden Charakter besitzen, der in Kürze emotional bewegt und anregt, oder möchten Sie mehr inhaltliche Informationen bewerben mit einer höheren Spiellänge?</p>	<p><b>23.10.2019:</b> Der Film ist für eine (virale) Verbreitung in digitalen Medien sowie im Nebeneffekt auf Kunden-Veranstaltungen vorgesehen. Weniger die Länge, deshalb die Spanne von 30 bis 90 Sekunden, mehr die (mitreißende, humorvolle und durch Prominente mit Aufmerksamkeit aufgeladene) Geschichte - aufgezeigt im inhaltlichen Konzept / Storyboard- mit Bezug auf die inhaltlichen Vorgaben der Ausschreibung gilt es zu transportieren.</p>
<p><b>23.10.2019:</b> Gibt es ein vorgefertigtes Formblatt für die Bepreisung mit entsprechenden Feldern/Masken, oder ist die Abgabe eines individuellen Angebotes zulässig?</p>	<p><b>23.10.2019:</b> Das Angebot (einzelne Leistungen mit jeweiligen Kosten) ist unter Berücksichtigung der Vorgaben der Ausschreibung durch den Bieter individuell und ohne Formblatt aufzustellen.</p> <p>Ergänzung: Nutzungsrechte sollten, beschränkt auf die vorweg genannte und in der Ausschreibung dargestellte Verwendung, mindestens 2 Jahre gewährt werden.</p>
<p><b>28.10.2019:</b> Unsere Recherche ergab u.a. die folgenden 5 Kurzfilme aus dem letzten Jahr. Diese spielen ebenfalls mit Prominenten. <a href="https://www.youtube.com/playlist?list=PL7prIbImkOnDDMt3QMabi68IUU4U5eLX">https://www.youtube.com/playlist?list=PL7prIbImkOnDDMt3QMabi68IUU4U5eLX</a>  Soll dies in Bezug auf Prominente und Formatangabe als Beispiel dienen?</p>	<p><b>28.10.2019:</b> (Mit Verweis auf Ausschreibung und Ihre Fragen 1-3)  Gerne KANN dies als Beispiel für "Format" und "Steigerung der Aufmerksamkeit durch Prominente" dienen.</p>
<p><b>04.11.2019:</b> Sie schreiben, dass die Mobilität im Imagefilm eine ergänzende bzw. grundlegende Funktion einnehmen soll. Das widerspricht sich ja ein bisschen und wir fragen uns, soll die Mobilität nun im Mittelpunkt des</p>	<p><b>05.11.2019:</b> Das Thema öffentliche Mobilität ist ein wichtiger Baustein und darf nicht fehlen.</p>

## Bieterfragen und Antworten „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“

<p>Films stehen oder eher ein kleiner, zusätzlicher Aspekt sein?</p> <p>Sie wünschen sich prominente SchauspielerInnen. Besteht auch die Möglichkeit andere Prominente als Protagonistinnen auftreten zu lassen oder müssen es SchauspielerInnen sein?</p> <p>Sie wünschen sich bei der Auswahl der Prominenz bereits verhandelte Angebote. Was die SchauspielerInnen und auch Prominenz überhaupt betrifft, gibt es unterschiedliche Preiskategorien. Inwieweit wird dies beim Endpreis des Angebots berücksichtigt?</p> <p>Preisangaben: Möchten Sie jeden einzelnen Posten aufgelistet haben, also eine komplette Kalkulation für den Imagefilm? Und wenn ja, kann diese individuell gestaltet sein?</p>	<p>"Prominent" reduziert sich nicht auf Schauspieler.</p> <p>Unter Berücksichtigung der Vorgaben der Ausschreibung betrachten wir den Gesamtpreis. Darüber hinaus erlangen wir Kenntnis über die einzelnen Kosten-Positionen (siehe Antwort 4).</p> <p>Das Angebot (einzelne Leistungen mit jeweiligen Kosten) ist unter Berücksichtigung der Vorgaben der Ausschreibung durch den Bieter individuell und ohne Formblatt aufzustellen.</p>
<p><b>18.11.2019:</b> Wie sind die Referenzvideos einzureichen? Via Links per Mail oder als MP4 auf einem USB-Stick mitsamt den Ausschreibungsunterlagen?</p> <p>Wird das Projekt mit nationalen bzw. europäischen Fördermitteln gefördert, z.B. EFRE?</p> <p>Wie können wir einschätzen, ob sich unser Projektangebot mit den gewünschten Promis und dem avisierten Produktionsvolumen mit dem Projektetat verträgt? Gibt es eine avisierte Obergrenze?</p>	<p><b>18.11.2019:</b> Diese sollten Teil des Angebots sein. Gerne als Datenträger oder Link. Bitte keine separate E-Mail!</p> <p>Ja, Fördermittel kommen zum Einsatz.</p> <p>Die Vergabe erfolgt anhand der in den VERGABEUNTERLAGEN unter II.6. dargestellten Zuschlagskriterien – aus denen auch die Relevanz von Preis/Kosten ersichtlich wird.</p>
<p><b>18.11.2019:</b> Die Zuschlagskriterien zeigen nur auf, welches Verhältnis aus Preis &amp; Inhalt für eine Entscheidung zugrunde gelegt wird, nicht aber, ob das Projekt überhaupt Kapazitäten besitzt, um Prominente Tageshonorare mit Buyouts zu ermöglichen, Prominente zu gewinnen bzw. gewinnen zu können - mit allem zip und zap. Ein Imagefilm mit Prominenten ist natürlich nicht für 20.000 Euro zu realisieren. Die Frage zielt also darauf ab, in welchem Schwellenbereich sich die Ausschreibung bewegt.</p>	<p><b>19.11.2019:</b> Ob und ggf. in welcher Form wir eine bereits eng gesteckte Produkterwartung über den „Preis“ weiter eingrenzen, gilt es zunächst intern mit den Verfassern der Vergabeunterlagen gemeinsam zu entscheiden. Wir werden dies zeitnah tun. Im Anschluss werden wir hierzu eine Information veröffentlichen.</p> <p><b>Ergänzung 25.11.2019:</b> <i>Ausgelöst u.a. durch Ihre Anfrage war zu entscheiden eine bereits eng gesteckte Produkterwartung über den „Preis“ zu konkretisieren.</i> <i>Nach eingehender Beratung teilen wir Ihnen mit, dass dies nicht erfolgen kann.</i></p>

**Bieterfragen und Antworten „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“**

	<p><i>Unsere VERGABEUNTERLAGEN zur Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte enthalten unabhängig davon exakte Vorgaben im Hinblick auf die Produktion / Technische Richtlinien (I. 2.6.), die Nutzung des Films (I. 2.5) und stecken zusätzlich über die inhaltlichen Aspekte einen engen Korridor ab -Produkt/Thema, Zielgruppe etc.- siehe I.2 sind auf Punkt formuliert.</i></p> <p><i>Konkrete in II. 3 niedergeschriebene Erwartungen an das Angebot und ein transparentes Bewertungssystem (II. 6.) zeigen unsere Parameter zur Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots auf.</i></p>
<p><b>19.11.2019:</b> Müssen die Anlagen 3 und 5 unterschrieben werden? Auf diesen Anlagen findet sich, im Gegensatz zu den anderen Anlagen, kein Feld für Unterschriften.</p> <p>Muss die Anlage 4 zweimal unterschrieben werden, oder reicht eine Unterschrift mit Firmenstempel?</p> <p>Einige Anlagen erfordern den Eintrag einer Vergabenummer, wo ist diese veröffentlicht?</p> <p>Kann unter einem „groben Storyboard“ eine textbasierte Beschreibung des Filminhalts- bzw. Ablaufs der Geschichte verstanden werden? Oder müssen schon alle Filmeinstellungen z.B. zeichnerisch visualisiert werden?</p>	<p><b>20.11.2019:</b> Die Anlagen 1-5 jeweils einmal stempeln und jeweils einmal unterzeichnen.</p> <p>Die Anlagen 1-5 jeweils einmal stempeln und jeweils einmal unterzeichnen.</p> <p>Die Anlagen 3-5 sind gemeint. Sie können die Nummer 2019/4 verwenden. In jedem Fall ist die Leistung „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“ im Feld darunter einzutragen.</p> <p>Storyboard - Unsere Anforderung besteht in einer textbasierten Form.</p>
<p><b>20.11.2019:</b> An welchem Film sollen wir uns produktionstechnisch orientieren? „Endlich Ruhe“ oder „Urlaub im Land der 1000 Seen“?</p> <p>Gibt es eine zur Ausschreibung gehörende budgetäre Orientierungsgröße, die Sie den Bewerbern an die Hand geben können, da die Preisrange (exkl. Prominenz) durchaus sehr hoch sein kann?</p>	<p><b>20.11.2019:</b> Unsere VERGABEUNTERLAGEN enthalten aus unserer Sicht klare Angaben zur Produktion und den Technischen Richtlinien (I. 2.6.). Also ebenso klare Antwort. Produktionstechnisch sind wir bei „Endlich Ruhe“.</p> <p>Ausgelöst durch eine andere Bieteranfrage diskutieren wir gegenwärtig intern noch ob und ggf. in welcher Form wir eine bereits eng gesteckte Produkterwartung (dazu ergänzend auch Antwort a.) über den „Preis“ weiter eingrenzen wollen. In diesem</p>

**Bieterfragen und Antworten „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“**

	<p>Zusammenhang entsprechende Infos dann veröffentlichen.</p> <p><b>Ergänzung 25.11.2019:</b>  <i>Ausgelöst u.a. durch Ihre Anfrage war zu entscheiden eine bereits eng gesteckte Produkterwartung über den „Preis“ zu konkretisieren.  Nach eingehender Beratung teilen wir Ihnen mit, dass dies nicht erfolgen kann.</i></p> <p><i>Unsere VERGABEUNTERLAGEN zur Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte enthalten unabhängig davon exakte Vorgaben im Hinblick auf die Produktion / Technische Richtlinien (I. 2.6.), die Nutzung des Films (I. 2.5) und stecken zusätzlich über die inhaltlichen Aspekte einen engen Korridor ab -Produkt/Thema, Zielgruppe etc.- siehe I.2 sind auf Punkt formuliert.</i></p> <p><i>Konkrete in II. 3 niedergeschriebene Erwartungen an das Angebot und ein transparentes Bewertungssystem (II. 6.) zeigen unsere Parameter zur Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots auf.</i></p>
<p><b>21.11.2019:</b>  Gibt es einen budgetären Rahmen an dem wir uns in der "Konzeption" richten können?</p> <p>Sind unterschiedliche Budgetvarianten gewünscht?</p> <p>Aufgrund der von Ihnen angestrebten Social Media Auswertung, würden wir, ähnlich wie in ihrer Kampagne: ‚Endlich Ruhe‘, mehrere kurze Filme empfehlen – anstelle eines Imagefilms. Ist das denkbar?</p> <p>Was zeichnet die Mobilität vor Ort (Müritz) aus? (gutes Busnetz?, Shuttle-Service?, Carsharing?, kostenlose Tickets, ???)</p>	<p><b>21.11.2019:</b>  Ausgelöst durch eine andere Bieteranfrage diskutieren wir gegenwärtig intern noch ob und ggf. in welcher Form wir eine bereits eng gesteckte Produkterwartung über den „Preis“ weiter eingrenzen wollen. In diesem Zusammenhang schreiben wir Ihnen dann erneut - voraussichtlich am kommenden Montag.</p> <p>Ob Sie unabhängig davon (siehe Antwort zu Frage 1) ein Angebot mit unterschiedlichen Budgetvarianten einreichen, obliegt Ihnen.</p> <p>Nein.</p> <p>Bitte die Vergabeunterlagen unter I.1. lesen, insb. das Thema Müritz rundum anschauen. Darüber hinaus empfehlen wir Ihnen das Anreise-Angebot Bus / Bahn zu recherchieren.</p>

## Bieterfragen und Antworten „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“

<p>Warum ist die Verbreitung des Films gesondert ausgeschrieben? Können wir neben der Videoproduktion auch eine Empfehlung für die Mediaschaltung/Seeding abgeben?</p> <p>Wie stehen Sie aus konzeptioneller Sicht zu einer Einbeziehung internationaler Prominenter oder Prominente mit Migrationshintergrund? Ist auch eine Zusammenarbeit mit Influencern anstelle klassischer "Prominenter" denkbar?</p>	<p>Die Verbreitung des Films ist nicht Teil der Ausschreibung.</p> <p>Die Vergabeunterlagen u.a. I.2.3. schließen Ihre Überlegungen keinesfalls aus.</p> <p><b>Ergänzung 25.11.2019:</b> <i>Ausgelöst u.a. durch Ihre Anfrage war zu entscheiden eine bereits eng gesteckte Produkterwartung über den „Preis“ zu konkretisieren. Nach eingehender Beratung teilen wir Ihnen mit, dass dies nicht erfolgen kann.</i></p> <p><i>Unsere VERGABEUNTERLAGEN zur Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte enthalten unabhängig davon exakte Vorgaben im Hinblick auf die Produktion / Technische Richtlinien (I. 2.6.), die Nutzung des Films (I. 2.5) und stecken zusätzlich über die inhaltlichen Aspekte einen engen Korridor ab -Produkt/Thema, Zielgruppe etc.- siehe I.2 sind auf Punkt formuliert.</i></p> <p><i>Konkrete in II. 3 niedergeschriebene Erwartungen an das Angebot und ein transparentes Bewertungssystem (II. 6.) zeigen unsere Parameter zur Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots auf.</i></p>
<p><b>22.11.2019:</b> Nach unserer Erfahrung werden im Regelfall Prominente seriöserweise nur von Produktionsfirmen angefragt, die das Projekt auch umsetzen, um dann in Verhandlungen mit den Prominenten treten zu können. Die meisten Prominenten würden bei einem hypothetischen Dreh nicht zur Verfügung stehen.</p> <p>Zusätzlich besteht ein hohes Risiko, dass bei einer Ausschreibung mit 20-30 Firmen mehrere Prominente mehrfach angefragt werden, ggf. dadurch verärgert werden und somit für Sie als Kunden verloren gehen. Deswegen raten wir dringend dazu, dass bei den Produktionskosten die Kosten für die Prominenten komplett ausgeklammert werden. Anschließend könnte man Ihnen Prominente zur Auswahl stellen</p>	<p><b>24.11.2019:</b> Ihr Vorschlag ist leider nicht umsetzbar. Wir hatten im Zuge anderer Bieterfragen bereits darauf hingewiesen, dass</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• das oder die Angebote „Prominente(r)“ als Teil der Gesamtproduktion so konkret wie möglich und daher verhandelt sein sollte(n)</li><li>• es uns wichtig ist, dass Darsteller zum Projekt, zur Botschaft passen, diese verstärken und bestenfalls eine authentische Beziehung zur Destination und / oder „Aktivität“ haben.</li></ul> <p>Ausgelöst durch andere Bieteranfragen besteht allerdings die Überlegung eine</p>

## Bieterfragen und Antworten „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“

<p>inkl. der Gagenvorstellung, aus der Sie den am besten geeigneten Schauspieler auswählen. Sollten die zusätzlichen Kosten nicht möglich sein, empfehlen wir im Zuge der Chancengleichheit der Bieter ein Budget für die Gagen der Prominenten zu definieren, sodass bspw. jeder Anbieter in seine Kalkulation 10.000 Euro integrieren soll, wo innerhalb dieser Kalkulation dann Vorschläge für mögliche Prominente vorgeschlagen werden können.</p> <p>Unser Vorschlag basiert darauf, dass es sich bei Gagen der Prominenten auf Kostenpunkte bezieht, die durch uns als Firma nur marginal zu beeinflussen sind - die Höhe des zu kalkulierenden Budget für die Gagen hat aber natürlich starken Einfluss darauf, welche Prominente überhaupt eingesetzt werden können.</p> <p>Bitte geben Sie uns Rückmeldung, ob eines dieser Vorschläge machbar ist. Aktuell sehen wir keine Möglichkeit, das Projekt seriös zu kalkulieren.</p>	<p>bereits eng gesteckte Produkterwartung (insbesondere im Baustein "Einsatz Prominente") über den „Preis“ einzugrenzen. Details dazu veröffentlichen wir morgen. Wir schreiben Ihnen und den anderen Bietern dann gleichzeitig eine separate E-Mail.</p> <p><b>Ergänzung 25.11.2019:</b> <i>ausgelöst u.a. durch Ihre Anfrage war zu entscheiden eine bereits eng gesteckte Produkterwartung über den „Preis“ zu konkretisieren. Nach eingehender Beratung teilen wir Ihnen mit, dass dies nicht erfolgen kann.</i></p> <p><i>Unsere VERGABEUNTERLAGEN zur Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte enthalten unabhängig davon exakte Vorgaben im Hinblick auf die Produktion / Technische Richtlinien (I. 2.6.), die Nutzung des Films (I. 2.5) und stecken zusätzlich über die inhaltlichen Aspekte einen engen Korridor ab -Produkt/Thema, Zielgruppe etc.- siehe I.2 sind auf Punkt formuliert.</i></p> <p><i>Konkrete in II. 3 niedergeschriebene Erwartungen an das Angebot und ein transparentes Bewertungssystem (II. 6.) zeigen unsere Parameter zur Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots auf.</i></p>
<p><b>03.12.2019:</b> Was ist mit der Bestätigung auf S. 21 in Sachen ÖPNV gemeint? Was sollen wir unsererseits damit bestätigen? Eigentlich geht es doch in dem Zusammenhang „nur“ um die Tarifverträglichkeit unserer Angestellten und Teammitglieder.</p> <p>Was meinen Sie auf den Seiten mit Vergabenummer und Leistung genau? Ist damit die Angebots-Nr. unsererseits gemeint? Und die Leistung entsprechend „Produktion Imagefilm“?</p> <p>Erhalten wir Ihrerseits eine Eingangsbestätigung?</p>	<p><b>03.12.2019:</b> Anlage 4 (Seite 21 der Vergabeunterlagen) ist unserem Verständnis nach „vorgekreuzt“ und vom Anbieter / von den Anbietern zu unterzeichnen.</p> <p>Betrifft die Anlagen 3-5. Sie können die Vergabe-Nummer 2019/4 verwenden. In jedem Fall ist die Leistung „Produktion eines Imagefilms für die Mecklenburgische Seenplatte“ im Feld darunter einzutragen.</p> <p>Wir notieren uns zwar den exakten Zeitpunkt des Eingangs Ihrer Sendung, werden wir Ihnen diesen jedoch nicht aktiv bestätigen und empfehlen daher eine dokumentierte Zustellung.</p>