

Ausgabe: 15.05.2012 (online über www.mdr.de)

Abgabeschluss: 15.06.2012 (Datum des Poststempels)

Die Beiträge werden am 19.06.2012 geöffnet, protokolliert und auf der Grundlage der Aufgabenstellung bis zum 29.06.2012 bewertet.
Alle Teilnehmer werden schriftlich sowie per E-Mail über ihr Ergebnis informiert.

Entsprechend der besten Bewertung bitten wir im Anschluss mindestens 3, maximal 7 Teilnehmer um eine nochmalige Präsentation und Diskussion ihres Beitrages; die Präsentation erfolgt dabei auf der Grundlage der eingereichten Datei.

Die Präsentationen erfolgen an 2 aufeinanderfolgenden Tagen, als Zeitraum ist der 02.07. – 13.07.2012 avisiert. Präsentationsort ist Leipzig.
Die finalen Zeiten werden mit den Teilnehmern abgestimmt.

Rückfragen: nein

Kontakt: Mitteldeutscher Rundfunk
Fernsehdirektion/ ArtDirection
Frau Winkler-Haase
KENNWORT: MDR AKTUELL
Kantstraße 71-73
04275 Leipzig, Deutschland

Mail: Simone.Winkler-Haase@mdr.de

Projekt: Produktfamilie MDR Aktuell

Wie positioniert man optisch das MDR FERNSEHEN als das seit über einem Jahrzehnt erfolgreichste Fernsehprogramm unter den Dritten? Wie positioniert man dann die erfolgreichste Nachrichten-Sendung der Dritten? Wie sieht die erfolgreichste Marke des MDR FERNSEHENS aus? Welche Designelemente können in den Gesamtauftritt des MDR FERNSEHENS mit übernommen werden? Die 3 Linien? Oder mehr? Alles steht zur Disposition: Farben, Formen, Schriften – und eben auch die 3 Linien.
Doch was haben wir dann?

Was wird das MDR FERNSEHEN die nächsten Jahre optisch prägen?

Wie sieht Regionalität aus?

Wie Regionalität mit nationalem bzw. internationalem Anspruch?

Wie sieht eine zukunftsweisende Nachrichtensendung für eine ältere Zielgruppe aus?

Fragen über Fragen...

Welches Konzept haben Sie, um uns davon zu überzeugen, dass Sie für dieses Projekt unser Partner werden? Die Chance, den MDR neu zu prägen, war nie so groß wie jetzt. Ein neues unglaublich engagiertes Team macht sich auf, den MDR der Zukunft zu prägen.

MDR – „The next generation“.

Eckdaten:

Zweck: Gesucht wird ein gesamtheitliches Konzept sowohl zur Positionierung der Marke zwischen Weltnachrichten und Region allgemein, als auch die Feinabgrenzung der Formate untereinander und entsprechend ihrer inhaltlichen Ausrichtung. Ideal ist ein modulares System, das Erweiterungen und Veränderungen aufnehmen kann und dennoch einen Charakter bildet. Ausdrücklich gewünscht ist das Prüfen und Einbringen von Empfehlungen, um die Marke voranzutreiben.

- Umfang:** strategisch/visuelle Positionierung; Konzeption und Produktion von Screen, Set und Sound inkl. uneingeschränkter Rechteübertragung
- Zeitraum:** Realisierungszeitraum ab Auftragsvergabe: 9 Monate, unverbindlich avisiert: 07/2012 – 03/ 2013, eine Verschiebung oder Verlängerung um 3 Monate ist zu gestatten
- Budget:** n.n./ Bestandteil des Angebotes
- Anlagen:**
- Grundlagenpapier: Analyse Vorstellungswelten Redaktion (Workshop)
 - Briefingpapier, Autor: ArtDirection
 - Redaktionspapier, Autor: Redaktion
 - Ist-Stand: Screen-Elemente
 - Ist-Stand: Studiopläne, technische Bedingungen
 - Formate MDR Aktuell über Mediathek MDR
<http://www.mdr.de/mediathek/fernsehen/index.html>
- Formate:**
- „MDR Aktuell“ in „MDR um Zwölf“
 - „MDR Aktuell eins30“
 - „MDR Aktuell“ um 18.00 Uhr
 - „MDR Aktuell“ um 19.30 Uhr
 - „MDR Aktuell“ um 21.45 Uhr
 - „MDR extra“
- Verfahren:**
- Aufgabe:** Auf der Grundlage der beigelegten Unterlagen bitten wir Sie, uns Einblick in Ihre Gedankenwelt, Ihre Analytik, Ihre Kreativität zu ermöglichen – wie würden Sie uns verstehen, welchen konzeptionellen Ansatz und Ausblick finden, worüber mit uns diskutieren wollen? Wir sind gespannt...
- Leistungen:** Die Bewertung erfolgt auf der Grundlage der o.g. Aufgabenstellung, folgende Leistungen sind zu erbringen:
- Welchen konzeptionellen Ansatz und Ausblick, welche Vision sehen Sie für uns?
Warum wird die regionale Verortung eines öffentlich-rechtlichen Unternehmens immer wichtiger? Wie sieht Ihre Lösung dafür aus?
Worüber möchten Sie mit uns diskutieren?
1. Markenhierarchie/ Markenstrategie
 - Positionierung der Marke MDR Aktuell im Unternehmen und Nachrichtenumfeld Deutschland
 - Positionierung im Bezug zu den Weltnachrichten vs. regionalen Nachrichten
 - Crossmediale Vernetzungsmöglichkeit
 2. Formate
 - strategisch/visuelle Ausbildung der Formate untereinander: Differenzierung vs. Kohäsion
 - Ablaufdarstellung eines Tages mit den Nachrichtenformaten hinsichtlich der strategisch/visuellen Ausrichtung und Positionierung innerhalb der Markenhierarchie
 3. Elemente
 - 1 beispielhafte Ablaufdarstellung einer 19.30 Uhr und 21.45 Uhr Sendung, Stills, max. 2 Animatics/Sendung

- Sounddesign
- Studio: Grundriss und Kameraeinstellungen für das Set: Schwerpunkt Umgang mit modularem System, Einsatzprüfung für die Formate über den Tag, Integration von der Sendung „Dabei ab 2“

4. Projektunterlagen* (siehe Hinweise)

- Preisangebot
- Projektplan, grob
- zusammenfassende Liste der Teilnehmer, Mitarbeiter, Dritter sowie die dazugehörigen Verfassererklärungen

Pro Teilnehmer/Arbeitsgemeinschaft ist nur ein Beitrag bzw. eine Ausrichtung einzureichen. Von der Nennung von Referenzen, Case Studies und Preisen ist abzusehen. Mehrleistungen werden nicht zugelassen, Minderleistungen nach Ermessen der Jury bewertet.

Die Verfassererklärung ist von allen Teilnehmern und Mitarbeitern vollständig ausgefüllt beizulegen.

Der Beitrag ist in 5-facher Ausführung, Booklet und Datenträger, einzureichen. Es ist eine maximale Präsentationszeit von 45 Minuten einzuhalten, die Dateigröße ist dabei nicht beschränkt.

Wir bitten, übliche Formate für die Ansicht am PC und Beamer zu verwenden. Es wird die übliche Präsentationstechnik verwendet, Anschlüsse für Macs sind bitte mitzubringen.

Deutsch als auch Englisch sind zugelassen.

Alle Unterlagen sind termingerecht einzureichen, verspätete Einreichungen werden von der Teilnahme ausgeschlossen.

Eine Aufwandsentschädigung ist nicht vorgesehen.

Hinweise: zur Entwurfs- und Angebotsbildung auf der Grundlage folgender Bedingungen:
- Allgemeinen Bedingungen zum Produktionsvertrag Fernsehen
- Allgemeinen Vertragsbedingungen des Mitteldeutschen Rundfunks für Produktionsleistungsverträge

Es ist für alle (Projekt-)Bereiche ein Festpreis zu bilden.

Hinweis 1: Der Vertrag wird deutschem Recht, Gerichtsstand Leipzig, unterliegen. Vertragssprache ist Deutsch. Es gelten die Geschäftsbedingungen des MDR.

Hinweis 2: *Rechteübertragung

** Vertragsauszug: Der Vertragspartner überträgt dem MDR die ausschließlich räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkten Rechte für eine rundfunkmäßige und außerrundfunkmäßige Verwertung – einschließlich Multimedia-, Merchandising-, Print- und Onlinenutzung – der Konzeptionen, Entwürfe und Produktionen einzelner Elemente – einschließlich Musik – und aller bearbeiteten Formen der vertragsgegenständlichen Leistungen für die Dauer der gesetzlichen Schutzfrist. Die Rechteübertragung bezieht sich auf die Nutzung in allen bekannten Formen und Nutzungsarten, auch soweit sei z. Zt. noch nicht allgemein angewandt sind; sie umfasst auch urheberrechtliche Nutzungs-, Einwilligungs- und Leistungsschutzrechte sowie sonstige Schutzrechte, die dem Vertragspartner aufgrund künftiger Rechtsentwicklung erwachsen.*

Hinweis 3: *Preisbildung

** Vertragsauszug: Etwaige Einkommenssteuerabzüge gehen zu Lasten des Vertragspartners und werden vom MDR an die deutsche Steuerbehörde abgeführt. Der Vertragspartner kann jedoch bei Vorliegen der in den jeweiligen Doppelbesteuerungsabkommen (DBA) festgelegten Voraussetzungen beim Bundeszentralamt für Steuern die Freistellung und/oder die Erstattung vom Steuerabzug beantragen. Der MDR ist Schuldner der deutschen Umsatzsteuer. Vom Vertragspartner in seinem Heimatstaat zu zahlende sonstige Steuern oder vergleichbare Abgaben sind vom Vertragspartner zu tragen.*