

Die Stiftung für die deutsch-französische kulturelle Zusammenarbeit sucht eine Grafikdesign-Agentur für das neue Musikfestival 2020 in Saarbrücken für

Entwicklung Logo/CI  
Website und App  
Print (Poster und Flyer)  
Merchandising  
Visuelle und plastische Elemente zur Bühnen- und Spielstättendekoration

Kurzbeschreibung:

Ausgeschrieben wird die Erstellung des Corporate Designs des neuen Festivals sowie die grafische Gestaltung von Print- und Online-Werbeträgern für das Festival.

Zu den Leistungen gehört der Entwurf von diversen Printprodukten, Geschäftsausstattungen, Webauftritten.

Leistungstext:

Gegenstand der beabsichtigten Vergabe einer Rahmenvereinbarung ist die Konzeption und die Erstellung der grafischen Erscheinungsbilder, der weiteren markenbildenden Maßnahmen sowie der Kampagnenideen für das Musikfestival, inklusive der grafischen Gestaltung der Werbeträger für Kunst-, Musik- und Diskursveranstaltungen, vor allem im Print- und Onlinebereich.

Die aus der Rahmenvereinbarung voraussichtlich abgerufenen Leistungen können folgende Stufen umfassen:

- a. Erstellung eines grafischen Basislayouts Logo/CI
- b. Festlegung der Formate für die Produkte wie Printmedien, Außenwerbung, elektronische Medien, Hausausstattung etc. (Baukastensystem)
- c. Feinlayouts der Medien, ausgehend vom Basislayout
- d. Entwicklung von Kampagnen für ausgewählte Formate, Veranstaltungen und Kommunikation des Festivals, adaptiert auf die dafür genutzten Medien, insbesondere elektronische Medien und Social Media
- e. Entwicklung von visuellen und plastischen Elementen zur Bühnen- und Spielstättendekoration

Des Weiteren sind mit der Rahmenvereinbarung – je nach Medium – folgende Grafikleistungen anzubieten:

- a. Printmedien: Seitenlayouts mit allen grafischen Elementen (Cover, Systematik der Überschriften, Produktions-Credits, Termine, Veranstaltungsorte, Fließtexte, englische Zusammenfassung, Partnernennungen, Bildunterschriften und Fotocredits, Service-Seiten, Programmübersichten, Lagepläne, Preislisten, Anzeigenseiten etc.
- b. Bildbearbeitung
- c. Plakatgestaltung, sonstige Außenwerbung
- d. Grafische Gestaltung der Online-Kommunikation
- e. Gestaltung von Openern und Closern für Videotrailer
- f. Grafische Adaptionen, Key Visuals für Social-Media-Kommunikation
- g. Gestaltung von Merchandising-Produkten

Das Musikfestival behält sich vor, Key Visuals für Image- oder Produktkampagnen mit Künstler\*innen zu entwickeln. Die Agentur soll daher mit freien Kreativen, die vom Festival und/oder der Agentur ausgewählt werden, zusammenarbeiten und deren Werke im Grafikdesign entweder unverändert verwenden oder gegebenenfalls bearbeiten.

Die Auftraggeberin behält sich vor, bestimmte grafische Arbeiten wie z. B. Layouts für große Textmengen, Formatanpassungen und Textadaptionen von Heften, Plakaten, Anzeigen und dergleichen an dritte Grafikagenturen zu vergeben oder durch eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchführen zu lassen.

Das Musikfestival behält sich vor, visuelle Elemente (z.B. für Spielstätten, Outdoor-Werbung, Bühnen) basierend auf dem CI (oder das CI einbindend) mit Künstlerinnen oder anderen Dienstleistern oder durch eigene Mitarbeiterinnen zu entwickeln und erstellen.

Laufzeit des Vertrags, der Rahmenvereinbarung oder des dynamischen Beschaffungssystems

Beginn: 12/09/2019

Ende: 31/12/2020

Dieser Auftrag kann um jeweils zwei Jahre verlängert werden.

Ablauf der Angebotsfrist: 10. September 2019

Angebote per Email bitte an: [kontakt@stiftung-dfkultur.org](mailto:kontakt@stiftung-dfkultur.org)