

Leistungsbeschreibung Kreativagentur der NRW.BANK

Die Auftragnehmerin erbringt für die NRW.BANK Leistungen der Werbevorbereitung, der Werbeberatung, der Werbegestaltung, der Werbefinalisierung, der mit der Finalisierung im Zusammenhang stehenden Werbeproduktion sowie zur Markenführung und zum Corporate Design. Die Leistungserbringung ist nicht auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland beschränkt. Die Auftragnehmerin kann – auch wenn nicht ausdrücklich in den folgenden Punkten erwähnt – gemäß § 7 der Rahmenvereinbarung technische Dienste für die Leistungserbringung einsetzen, einschließlich Cloud- und KI-Anwendungen. Im Einzelnen sind folgende Leistungen zu erbringen:

1. Werbevorbereitung
 - a. Analyse der Marktposition und der Konkurrenzsituation der zu betreuenden Werbeobjekte.
 - b. Untersuchung von Zielgruppenstruktur und -verhalten auf der Grundlage vorhandener Studien oder sonstiger, allgemein zugänglicher Sekundärmaterialien.
 - c. Erarbeitung von Vorschlägen für ergänzende Markt-, Produkt- und Verbraucheruntersuchungen und Empfehlungen geeigneter Marktforschungsinstitute und / oder technischer Dienste für ihre Durchführung.
2. Werbeberatung
 - a. Marktstrategische, werbefachliche und werbetechnische Beratung in allen Fragen der klassischen, digitalen und crossmedialen werblichen Kommunikation einschließlich Paid Social Media.
 - b. Formulierung der Werbeziele auf der Grundlage der mit dem Kunden abgestimmten Kommunikationsziele.
 - c. Entwicklung der Markenstrategie und Werbekonzeption für alle Medien, Netzwerke, Blogs, Foren und sonstige Werbemöglichkeiten.
 - d. Auswertung der Werbemittel- und Werbeträgerforschung zur Optimierung des Werbeeinsatzes.
3. Werbegestaltung (Kreation)
 - a. Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen (Roh-Layouts) für digitale und analoge Medien.
 - b. Entwicklung von Storyboards/Treatments für Bewegtbildproduktionen (insbesondere für Film-, Funk- und Fernsehwerbung sowie für digitale Film-, Animationsfilm-, Video- und Audioproduktionen).
 - c. Gestaltung von Werbung für digitale und analoge Medien.
 - d. Entwicklung von Claims, Slogans, Jingles.
4. Werbefinalisierung
 - a. Herstellung aller für die Werbemittelproduktion erforderlichen Reinzeichnungen/Rein-Layouts, beziehungsweise Illustrationen oder sonstiger Produktionsvorlagen
 - b. Durchführung der entsprechenden DTP-Satzarbeiten oder Programmierungen
5. Werbemittelproduktion (Vergabe, Koordination, Überwachung)
 - a. Ermittlung der wirtschaftlichsten Herstellungsverfahren und -methoden.
 - b. Auswahl geeigneter Spezialisten beziehungsweise Lieferanten wie Grafiker, technischer Diensteanbieter, Druckereien, Reproanstalten, Webprogrammierung, Online-/Digital-Produktion, Fotografen, Fotoverlage und anderes, sofern die Leistung nicht von der Auftragnehmerin selbst erbracht wird.

- c. Einholung von drei Lieferantenangeboten, wobei der Kunde jeweils einen Lieferanten benennen kann. Diese Regelung gilt nicht, wenn zu erwarten ist, dass das Angebot einen Betrag 10.000 Euro inklusive MwSt. nicht übersteigt, oder bei Folgeleistungen eines bereits einvernehmlich ausgewählten Lieferanten.
 - d. Auftragserteilung nach Genehmigung durch den Kunden, Koordination und Überwachung der sach- und termingerechten Ausführung; Rechnungskontrolle und Zahlungsabwicklung.
- 6. Beratungs- und Designleistungen zur Markenführung und zum Corporate Design
 - a. Analysen zur Marken-Identität und zum Markenauftritt der NRW.BANK.
 - b. Ableitung von Vorschlägen zur Änderung oder Zuspitzung der Marken-Position.
 - c. Formulierung und Ausführung von Design-Lösungen für den Markenauftritt der NRW.BANK.
 - d. Leistungen zur Supervision von Design-Lösungen anderer Dienstleister der NRW.BANK oder der NRW.BANK selbst.
 - e. Systematisierung / Definition dauerhafter Design-Lösungen (Corporate Design, dort insbesondere Basiselemente) und Mitwirkung bei der Content-Pflege der Design-Plattform der NRW.BANK.
- 7. Projekt-Management und Reporting
 - a. Erstellen und regelmäßiges Aktualisieren von Projektlisten und -plänen.
 - b. Organisation, Durchführung und Ergebnisprotokollierung von Projekt-Meetings (online und bei Bedarf vor Ort)
 - c. Regelmäßige Erstellung von Reports zu Projektfortschritten und Risiken
 - d. Regelmäßige Erstellung von Etat-Reports auf Basis von vorhandenen Kalkulationen, erstellten Angeboten und Freigaben sowie zur Auslastung eventuell vereinbarter Retainer und zum Stand des Gesamtumsatzes in der Rahmenvereinbarung
 - e. Übernahme und Fortführung von Buy-Out-Listen
 - f. Wahrnehmung von vertraglich, aufsichtsrechtlich oder gesetzlich auferlegten Dokumentationspflichten
- 8. Maßgeblich sind die auf der Grundlage der Rahmenvereinbarung vergebenen Einzelaufträge (vgl. den in § 4 Abs. 2 der Rahmenvereinbarung geregelten Abrufmodus).