



Kroatische Zentrale für Tourismus

Kroatische Zentrale für Tourismus
Liechtensteinstraße 22a, 1/1/7
1090 Wien
Österreich

Wien, 13.03.2014

**BETREFF: Ausschreibung für Werbung der Kroatischen Zentrale
für Tourismus in diversen Medien auf dem
österreichischen Markt 2014**

Das Ziel der Tätigkeiten der Kroatischen Zentrale in diesem Jahr ist die Erhaltung der Position am österreichischen Markt mit zusätzlicher Gewinnung neuer Urlauber, besonders in den Zeiten der **Vor – und Nachsaison**.

Ein weiteres Ziel ist die Erhöhung der Besucherzahlen in **kontinentalen Destinationen**, Erhöhung der durchschnittlichen Tagesausgaben der Touristen, sowie eine stärkere Positionierung der Marke „Kroatischer Tourismus“.

Die Kroatische Zentrale für Tourismus wird auf dem österreichischen Markt in folgenden Medien werben:

- Print
- Fernsehen

Das Angebot muss eine „**Post – Buy – Analyse**“ beinhalten. Dies ist als ein integraler Teil des Angebotes zu betrachten, muss im Angebot jeweils inkludiert sein und ist auch Bedingung für die Abrechnung der Kampagne.

Die Angebote müssen bis zur jeweiligen Abgabefrist an die folgende Adresse geliefert werden:

Kroatische Zentrale für Tourismus
Liechtensteinstraße 22a, 1/1/7
A-1090 Wien
„Ausschreibung für die Werbekampagne“

Die Angebote können auch im elektronischen Format an: vlatkovic@kroatien.at zugesendet werden.

Die Angebote die per Postweg erfolgen, sollen die Unterschrift der verantwortlichen Person und den Firmenstempel tragen. Sollten die Angebote auf beiden Wegen erfolgen, wird im Falle fehlender Übereinstimmung ausschließlich das schriftliche Angebot bewertet werden.

Bewerbungsfristen:

- 1. Printkampagne : 24.03.2014 - 13,00 Uhr**
- 2. Fernsehkampagne: 24.03.2014 - 13,00 Uhr**

Später eintreffende Angebote können nicht berücksichtigt werden.

Nach Ablauf der Bewerbungsfrist, werden alle Angebote von der Kommission der Kroatischen Zentrale für Tourismus ausgewertet.

Die Kroatische Zentrale für Tourismus wird einen Vertrag für die Ausführung der Kampagnen auf dem österreichischen Markt mit den Gewinner/n von Tender 1 und 2 unterschreiben.

Die Agentur, die den Vertrag mit der KZT erhält, wird die Kampagne auf eigene Kosten realisieren und nach der Beendung der geplanten Werbemaßnahmen die schon oben erwähnte Post –Buy – Analyse und die Rechnung mit allen notwendigen Belegen an die Kroatische Zentrale für Tourismus in Wien senden. Die Bezahlung der Kampagne erfolgt durch das Land Kroatien (Kroatische Zentrale für Tourismus, Zagreb).

Eine gültige Anmeldung für diese Ausschreibung erfordert:

1. Detaillierten Medienplan
2. Zustellung aller in Ausschreibungsbedingungen erforderlichen Belege

Ranko Vlatković
Direktor

Für die Ausarbeitung der Werbekampagne auf dem Österreichischen Markt ist unsere **Zielgruppe** wie folgt definiert:

Paare: Altersgruppe: 30-39, 40-54, 55 +, mittleres – hohes Einkommen
Familien: Altersgruppe: 30-39, 40-54, mittleres – hohes Einkommen
Freunde: Altersgruppe 18-29, mittleres – hohes Einkommen
Geschlecht: Frauen und Männer gleichermaßen
Wohnsitz: europäische Großstädte mit mehr als 100.000 Bewohner
Ausbildung: mindestens Matura; Universitätsausbildung und höher
Reisemotiv: Entspannung, Erforschung und Entdeckung, Genuss
Reisefrequenz: Personen, die jährlich eine oder mehrere Urlaubsreisen realisieren, die auch früher gereist haben und die mit ähnlichen Destinationen vertraut sind
Internetnutzung: Personen, die mit Internet vertraut sind und die Internet für Inspiration, Information über Destination und Reisebuchung verwenden

FERNSEHWERBUNG

Die Kroatische Zentrale für Tourismus möchte eine hohe Medienpräsenz des Landes Kroatien schaffen und das Image der beliebtesten Urlaubsdestination, einer Qualitäts- und Lifestyle Destination weiter ausbauen.

Die Fernsehkampagne soll als deckende Kampagne für alle Promo-Aktivitäten auf dem österreichischen Markt dienen.

Zeitraum: Mai - Juni

Spotlänge: 20“

- A) Es wird ein fixes Budget in Höhe von **NETTO 1.758.720,00 KN (231.410,00 EUR)** für den Markt und für eine fixe Zeitspanne vorgegeben - das Angebot muss GENAU im Rahmen des vorgeschriebenen FIXEN BETRAGES und der fixen Zeitspanne gelegt werden - Angebote mit unterschiedlichen Gesamtbeträgen und unterschiedlichen Zeitspannen werden nicht berücksichtigt.
- B) Die Darstellung folgender Parameter im Angebot ist verpflichtend:
- a) Reach 1 + für die gesuchte Zielgruppe
 - b) Reach 5 + für die gesuchte Zielgruppe

- c) Gesamt GRP (Gross Rating Point)
- d) Medienplan – TV Sender

Das Angebot muss in der Landes- und englischen Sprache oder nur in der englischen Sprache eingereicht werden.

Angebote, die einen oder mehrere dieser Parameter nicht darstellen, werden nicht berücksichtigt.

- C) Das Angebot muss eine «Post-Buy Analyse» beinhalten, die von der Agentur nach der Durchführung der Kampagne, vor der Ausstellung der Endrechnung, ausgestellt werden muss. Die Ausstellung der «Post-Buy Analyse» muss im Angebotspreis inkludiert sein und darf nicht als eigener Posten angeführt sein. Vielmehr muss sich der Angebotsleger im Angebot verpflichten, dass er die «Post-Buy Analyse» nach der Durchführung der Kampagne, als Voraussetzung für die Auszahlung seitens des Auftraggebers, ausstellen wird (aufpassen auf den Zeitpunkt des Vertragsabschlusses).

Produktionskosten müssen auch im Angebotspreis inkludiert sein.

PRINTWERBUNG

Die Werbung in Printmedien soll das Interesse und die Nachfrage nach Urlaubsmöglichkeiten in Kroatien weiter ausbauen. Außer der Hauptzielgruppe soll die Printkampagne auch besondere Interessengruppen ansprechen.

Zeitraum: 15.04. - 20.06.2014

Die Printkampagne soll folgende Segmente berücksichtigen:

- Allgemein	30%
-Nautik	20%
-Camping	20%
-Kultur	10%
-Öno-Gastro	10%
-Kongresse und incentive	10%

FORMATE:

Seitenteilige Anzeigen min. 1/3 4c. Das Format sollte nicht zugunsten der Frequenz verkleinert werden.

- A) Es wird ein fixes Budget in Höhe von **NETTO 801.280,00 KN (105.431,00 EUR)** für den Markt und für eine fixe Zeitspanne vorgegeben - das Angebot muss GENAU im Rahmen des vorgeschriebenen FIXEN BETRAGES und der fixen Zeitspanne gelegt werden - Angebote mit unterschiedlichen Gesamtbeträgen und unterschiedlichen Zeitspannen werden nicht berücksichtigt.

- B) Die Darstellung folgender Parameter im Angebot ist verpflichtend:

- a) Reach 1 + für die gesuchte Zielgruppe
- b) Reach 5 + für die gesuchte Zielgruppe
- c) Gesamt GRP (Gross Rating Point)
- d) Medienplan

Angebote die einen oder mehrere dieser Parameter nicht darstellen, werden nicht berücksichtigt.

- D) Das Angebot muss eine «Post-Buy Analyse» beinhalten, die von der Agentur nach der Durchführung der Kampagne, vor der Ausstellung der Endrechnung, ausgestellt werden muss. Die Ausstellung der «Post-Buy Analyse» muss im Angebotspreis inkludiert sein und darf nicht als eigener Posten angeführt sein. Vielmehr muss sich der Angebotsleger im Angebot verpflichten, dass er die «Post-Buy Analyse» nach der Durchführung der Kampagne, als Voraussetzung für die Auszahlung seitens des Auftraggebers, ausstellen wird (aufpassen auf den Zeitpunkt des Vertragsabschlusses)

Produktionskosten müssen auch im Angebotspreis inkludiert sein.

Das Angebot muss in der Landes- und englischen Sprache oder nur in der englischen Sprache eingereicht werden.

Die Agentur, mit welcher ein Vertrag unterzeichnet wird, muss die Belege und die Post-Buy-Analyse in englischer Sprache einreichen.

Rechnungsausstellung

Das Hauptbüro der Kroatischen Zentrale für Tourismus erhielt die MwSt / Identifikations - Nummer HR72501368180. Geschäftspartner aus dem Ausland können in der internationalen VIES Datenbank die Identifikationsnummer des Hauptbüros abrufen und anschließend ihre Rechnungen ohne Mehrwertsteuer, mit der Bemerkung „reverse charge“ und mit der Bekanntgabe eigener MwSt-Nummer ausstellen.

Zusammen mit der Rechnung (Zahlungsgrund: Rechnung für offline Werbedienste) sind genaue Angaben der realisierten Kosten und vollständige und genaue Dokumentation beizulegen. Ohne vollständige und genaue Dokumentation für jeden Monat kann die Kroatische Zentrale für Tourismus keine Zahlungen leisten.

Mit dem Angebot sind folgende Dokumente einzureichen:

a) Nachweis der Rechts- und Geschäftsfähigkeit

- Titel der Fähigkeitsnachweise: Urkunde oder entsprechende Bestätigung über Eintragung in das Geschäfts-, (Handel-)Gerichts-, Fach-, Unternehmens- oder ein weiteres entsprechendes Register,
- Titel der Fähigkeitsnachweise: Bestätigung des Finanzamtes über Schulden, bzw. Eine gleichwertige Bestätigung der verantwortlichen österreichischen Institution
- Genehmigung, Zustimmung oder Ähnliches wenn die bestimmte Rechtsform in Österreich zur Durchführung von relevanten Aktivitäten eine solche braucht
- Name der Ausstellungsbehörde, die für das Ausstellen der Fähigkeitsnachweise zuständig ist: entsprechendes Handelsgericht, bzw. Unternehmens-, Fach- oder Geschäftsregister
- Wertindikatoren des Fähigkeitsnachweise: der Anbieter müssen nachweisen, dass er für genannte Aktivitäten und Leistungen eingetragen ist
- Wenn der Nachweis nicht in dem Land des Wohnsitzes der Rechtsform ausgestellt wird, ist eine entsprechende Erklärung mit Unterschriftsbeglaubigung seitens der zuständigen Behörde einzureichen

b) Haftung für die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages

- Der Anbieter verpflichtet sich die "Post-Buy-Analyse" nach der Umsetzung der Kampagne einzureichen. Die Post-Buy-Analyse ist die Voraussetzung für die Zahlung seitens der Kunden (KZT). Sie muss im Angebotspreis enthalten sein und darf nicht als einzelner Preisposten angeführt sein
- Der Anbieter verpflichtet sich, monatliche Berichte in Form von "Post-Buy-Analyse" über den realisierten Zustand bei der Durchführung von Dienstleistungen „Offline-Werbung in den Printmedien und der Werbung im Fernsehen“ einzureichen.

c) Die Haftung wird aktiviert falls:

- Sollte der Anbieter keine vollständige und korrekte Dokumentation einreichen, wird die Kroatische Zentrale für Tourismus nicht in der Lage sein, Zahlungen zu leisten. (Zahlungen erfolgen innerhalb von 30 Tagen nach der Dienstleistung und Rechnungsausstellung mit vollständiger Dokumentation. Eine Vorauszahlung ist ausgeschlossen.)
- Wenn die Post-Buy-Analyse der gesamten Kampagne nach ihrem Ende und nach der Ausstellung der letzten Rechnung einen kumulativen realisierten GRP für die relevante Werbung belegt, der geringer als der geplanter GRP ist, kann die Kroatische Zentrale für Tourismus die Bezahlung der Rechnung um den niedrigeren Prozentsatz des GRP (im Vergleich zum Angebot) kürzen.

Prilog 1. Dokumentacije za nadmetanje

Obrazac ponude

Ponuda za offline oglašavanja u tiskovnim medijima, vanjskog oglašavanja i oglašavanja na TV i radiju na emitivnim tržištima

Naziv ponuditelja	
Adresa ponuditelja	
Matični broj	
OIB	
Tel.	
Faks	
E-mail	
Ime i prezime odgovorne osobe	
Osoba za kontakt	
Rok valjanosti ponude	

POTPIS I PEČAT OVLAŠTENE OSOBE
