

GKSG/2025/002**Leistungsverzeichnis / Bieterangebot****Entwicklung und Erstellung eines Markenauftritts für das Objekt Stadthalle Görlitz**

Ausgangssituation/Hintergrund:

Mit dem Bau der Stadthalle Görlitz und ihrer Eröffnung im Jahr 1910 entstand direkt an der Neiße gelegen ein Konzerthaus, das bis heute zwischen Dresden und Breslau (Wrocław) seinesgleichen sucht. Einst errichtet für die Schlesischen Musikfeste, unterstrich das Projekt von Beginn an die Ambitionen der Görlitzer Stadtgesellschaft, Zentrum einer prosperierenden Region im geografischen Herzen Europas zu sein. Schon damals setzte das Gebäude nicht nur akustische Maßstäbe. Imposante und glamouröse Konzerte, die in der Stadthalle Görlitz erlebt werden konnten, machen diesen Ort zu einem einzigartigen Konzert- und Veranstaltungshaus. Vor allem die Konzertsaalorgel, das letzte große Werk des Hoforgelbaumeisters Wilhelm Sauer, beeindruckt durch ihre romantische Orgelliteratur und ist bis heute unverändert.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die Stadthalle Görlitz als Veranstaltungshaus vielseitig genutzt. Geschichtsträchtige Ereignisse des vergangenen Jahrhunderts bilden europäische Zeitgeschichte ab und nehmen die heute Verantwortlichen in die Pflicht. Die Stadthalle ist ein Teil des kulturellen Gedächtnisses der Stadt. Ihr kommt deshalb eine besondere gesellschaftliche Bedeutung zu. Wegen des hohen Sanierungsaufwandes und einer nicht mehr zeitgemäßen Funktionalität wurde die Halle Ende 2004 geschlossen. Seitdem wird die Stadthalle nur punktuell und für besondere Anlässe geöffnet. Beispielsweise für den jährlichen Tag des offenen Denkmals oder für Filmdreharbeiten.

Zwanzig Jahre nach Schließung haben die Gesamtanierungsmaßnahmen im Auftrag der Eigentümerin, Stadt Görlitz, begonnen. Im Januar 2029 soll die Stadthalle Görlitz als modernes, multifunktionales Kultur- und Veranstaltungszentrum wieder eröffnet werden. Dabei sollen Tagungen und Kongresse neue Nutzungsschwerpunkte sein. Darüber hinaus wird die Halle wieder als Konzerthalle mit herausragender Akustik auf dem Markt präsent sein. Im großen Saal wird Platz für 1.400 Menschen (Parkett und zwei Ränge) sein. Zudem verfügt die Stadthalle in der historischen Baustruktur über einen Bankettsaal für Veranstaltungen mit bis zu 250 Gästen sowie mehreren kleineren Veranstaltungsräumen. Ein moderner Anbau mit weiteren flexiblen Veranstaltungsräumen wird das Kultur- und Kongresszentrum im Herzen Europas vervollständigen (siehe auch Anlage Betriebskonzept).

Zielstellung:

Vor diesem Hintergrund soll eine komplett neue Marke inklusive einem visuellen Erscheinungsbild entwickelt werden, die sich im internationalen Vergleich heraushebt, die unterschiedlichsten Nutzungsmöglichkeiten abbildet, modern und unverwechselbar ist und damit auch einen hohen Wiedererkennungswert innehat.

Das neue Erscheinungsbild leistet folglich seinen Beitrag, das **multifunktionale Veranstaltungszentrum** neu am Markt zu positionieren und zu profilieren. Zu beachten ist auch, dass die Stadthalle direkt an der Stadtbrücke liegt, die über die Neiße zum polnischen Stadtteil Zgorzelec führt. Görlitz und Zgorzelec haben sich bereits 1998 gemeinsam zur Europastadt Görlitz/Zgorzelec erklärt. Die Stadthalle wird als gesellschaftlicher Mittelpunkt der deutsch-polnischen Europastadt einen kraftvollen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit leisten.

Weitere Informationen unter
www.kultur-service-goerlitz.de
www.stadthalle-goerlitz.net

Die Zielstellung ist somit der Aufbau einer starken Marke Stadthalle mit klarer Erkennbarkeit. Es soll sich hierin der besondere Charakter des Ortes und die Vielseitigkeit seiner Nutzungsmöglichkeiten widerspiegeln.

Zusammenfassend ist die kommunikative Vereinbarkeit folgender Aspekte der Stadthalle in der Marke abzubilden:

- die *Stadthalle Görlitz* vereint zukünftig drei Schwerpunkte des Veranstaltungsbetriebes:
 - Musik- und Kulturgenuss
 - Innovatives Tagen in historischem Ambiente
 - Ort der Stadtgesellschaft
- die *Stadthalle Görlitz* ist mit ihrem einzigartigen Standort im Herzen Europas und vielfältigem Angebot zu vermarkten
- die *Stadthalle Görlitz* richtet sich vor dem Hintergrund eines hohen Qualitätsanspruches an regionale, überregionale und internationale Zielgruppen
- das Zusammenspiel von Farben, Schriften, Bildern, Motiven, Rahmungen muss die Vielfalt dieses besonderen Ortes widerspiegeln.

Folgende **Zielgruppen** stehen dabei im Focus:

- überregionale Verbände, Organisationen und Firmen: sie sollen die Stadthalle als Tagungs- und Kongressstandort (auch auf internationalem Niveau) buchen
- potentielle regionale und überregionale Kulturveranstalter: sie sollen die Stadthalle als besonderen Ort für Veranstaltungen für ein vielfältiges Angebot buchen
- Stadtgesellschaft und Menschen in der Region (Einzugsgebiet umfasst auch den polnischen und tschechischen Teil der Dreiländerregion): Identifikation mit der „neuen“ Stadthalle: sie sollen die kulturellen und gesellschaftlichen Angebote der Stadthalle nutzen

Umfang der mit der öffentlichen Ausschreibung zu vergebenden Leistungen:

Entwicklung und Erstellung eines Markenauftritts für das Objekt Stadthalle Görlitz

Gesamt-Leistungszeitraum 17. Juli bis 31. Dezember 2025

Umfang der einzureichenden Angebotsunterlagen:

1. **Kurzdarstellung des Anbieters** mit Beschreibung des Leistungsspektrums (inkl. Unternehmensprofil und Organisationsstruktur)
2. **Benennung von 5 Referenzen** über vergleichbare Leistungen auf dem Formblatt Projektreferenzen und Eigenerklärungen
3. **Lieferung der visuellen Erscheinungsbilder** als Überblick auf einer Seite zu den unter 2. genannten Referenzen

4. **Skizzierung der Konzeptionsphase** zur Markenentwicklung mit Darlegung Wettbewerbsumfeld/-analyse und der kreativen Herangehensweise
5. **Lieferung einer ersten Ideenskizze** für die Wort-Bild-Marke mit Name/ Namenszusatz der zukünftigen Stadthalle

Nach dem Zuschlag für den bestgeeigneten Anbieter soll von diesem die Ausarbeitung der Marke und der grafischen Gesamtlinie im Sinne eines Corporate Designs mit Handbuch und Dateivorlagen erfolgen:

Grafik-Elemente:

- *Typografie/Schriftzug (Schriftart, Struktur) für Print & Web*
- *Bildzeichen (Signet, Logo)*
- *Farbpalette, Farbspektrum*
- *Header für Social-Media-Kanäle*
- *Prüfung auf Barrierefreiheit, wie z.B. Kontraste*

Vorlagen:

- *Geschäftspapiere wie Briefbogen A4*
- *Signatur und Geschäftsdokumente (AGB, Geschäftsbedingungen, Verträge, Urkunden)*
- *Präsentationen mindestens Powerpoint*
- *Plakate*
- *Anzeigen*
- *Flyer*
- *Visitenkarten*

Nutzungsrechte

Das Corporate Design-Manual wird exklusiv für den Auftraggeber erstellt. Sämtliche Werkstücke (Texte, Druckunterlagen, etc.) gehen mit der Abnahme des Layout Manuals in den Besitz des Auftraggebers über.

Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber das ausschließliche, inhaltlich, zeitlich und räumlich unbeschränkte, übertrag- und unterlizenzierbare Recht ein, das entwickelte Design, einschließlich aller Gestaltungsentwürfe, Texte, Logos und Bilder – ganz gleich, ob diese urheberrechtlich geschützt sind – in allen denkbaren Nutzungsarten zu nutzen, diese Werke insbesondere zu vervielfältigen, verbreiten, auszustellen, zu bearbeiten sowie öffentlich wiederzugeben bzw. diese Nutzungsarten durch Dritte vornehmen zu lassen.

Der Auftraggeber ist berechtigt, einzelne Elemente wie Grafiken und Schriftzüge der Oberflächengestaltung des Auftragnehmers gesondert für seine Werbung zu verwenden und das Design zu bearbeiten und auf seine aktuellen geschäftlichen Zwecke anzupassen.

Der Auftraggeber ist ferner allein berechtigt, das entwickelte Design als Marke oder anderes Schutzrecht für sich registrieren zu lassen.

Der Auftragnehmer garantiert, dass sämtliche von ihm erbrachte und zu erbringenden Leistungen nicht mit Urheberrechten, Leistungsschutzrechten oder sonstigen Rechten Dritter belastet sind.

Sollte der Auftragnehmer entgegen dieser Verpflichtung urheberrechtlich geschützte Leistungen Dritter unberechtigt verwenden oder andere Rechte Dritter verletzen und der Auftragnehmer insoweit von dem Urheber bzw. Rechtsinhaber in Anspruch genommen werden, ist der Auftragnehmer verpflichtet, den Auftraggeber insoweit freizustellen und sämtliche dadurch entstehenden Kosten, einschließlich der Kosten der Rechtsverfolgung, zu tragen.

Der Auftragnehmer stellt das entwickelte Design, einschließlich aller Gestaltungsentwürfe, Texte, Logos und Bilder, dem Auftraggeber in üblichen Dateiformaten zur Verfügung.

6. **Vorstellung des Teams**, das an diesem Projekt arbeitet
7. **Strukturierter Zeitplan** für die Umsetzung des Projektes
 - bis max. Ende September 2025 Erarbeitung des Markenvorschlages
 - bis max. Mitte Dezember 2025 Fertigstellung und Abnahme der finalen Unterlagen

Zuschlagskriterien:

Der Erfüllungsgrad und die Qualität der eingereichten Unterlagen stellen die Grundlage für die Auswahlentscheidung der zu beauftragenden Firma mit dem bestgeeignetsten und wirtschaftlichsten Angebots dar.

Die Auswahlentscheidung der Jury wird nach folgender Gewichtung getroffen:

1. Nachweis der Leistungsfähigkeit des Unternehmens

Auf der Grundlage der Kurzdarstellung des Unternehmens, der angegebenen Referenzen und Referenzmustern *(Punkte 1-3 der einzureichenden Angebotsunterlagen)*

→ 20 Prozent

Die Jurybewertung mit 1-2, d.h. ungenügend oder genügend, führt zum Ausschluss.

2. Einschätzung der Kreativität und Realisierbarkeit

Auf der Grundlage der eingereichten ersten Markenidee, Skizzierung der Konzeptionsphase zur Markenentwicklung, sowie Team und Zeitplanung der Umsetzung

→ 50 Prozent *(Punkte 4-7 der einzureichenden Angebotsunterlagen)*

Die Jurybewertung mit 1-2, d.h. ungenügend oder genügend, führt zum Ausschluss.

3. Beurteilung der Wirtschaftlichkeit

Auf der Grundlage des angegebenen Gesamtpreises zur Entwicklung der Marke

→ 30 Prozent

Bewertungsmatrix der Jury

Bewertung 5: sehr gut – entspricht den Anforderungen voll

Bewertung 4: gut – entspricht den Anforderungen im Allgemeinen

Bewertung 3: befriedigend – weist zwar Mängel auf, entspricht aber noch im Ganzen den Anforderungen

Bewertung 2: genügend – entspricht den Anforderungen kaum

Bewertung 1: ungenügend – entspricht nicht den Anforderungen

Bei der Kalkulation des Gesamtpreises sind 3 Präsenztermine in Görlitz für Absprachen mit dem Auftraggeber und Präsentationen (z.B. in den zuständigen Ausschüssen der Stadt und der Beschlussfassung im Stadtrat), sowie alle Reise- und weitere Nebenkosten zu berücksichtigen:

Bieterangebot zur Umsetzung der angebotenen Dienstleistung

Gesamtpreis netto in €

Kalkulatorischer Tagessatz für eventuell zu beauftragende Zusatzleistungen oder Präsenzzusatztermine (Reisekosten exklusiv nach Sächsischem Reisekostenrecht)

Tagessatz netto in €

Uns ist bekannt, dass unvollständige Angaben in den Vergabeunterlagen, Änderungen oder Ergänzungen in der Ausschreibung oder die Übersendung eigener AGB zum Ausschluss bei der Vergabe führen. An unser Angebot halten wir uns bis zum Ablauf der Bindefrist gebunden.

Ort, Datum

Unterschrift, Stempel