



Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



EUROPÄISCHE UNION  
**ELER**

Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums

## **Ausschreibung**

im Rahmen des LEADER-Kooperationsprojektes „Standortmarketing Dübener Heide“ zur Erarbeitung ausgewählter Kommunikationsinstrumente für die Bereiche Tourismus & Naherholung

### **1 Auftraggeber**

Verein Dübener Heide e. V. und Stadt Gräfenhainichen

1

### **2 Ausschreibende Stelle**

Verein Dübener Heide e. V.; NaturparkHaus; Neuhofstraße 3a; 04849 Bad Dübén

### **3 Ansprechpartner**

Thomas Klepel, Naturparkleiter Verein Dübener Heide e.V.

Mobil: 0174 3243 030

E-Mail: [t.klepel@naturpark-duebener-heide.de](mailto:t.klepel@naturpark-duebener-heide.de)

sowie

Claudia Jakobartl, Regionalmanagement Dübener Heide

Tel. 034243-342 008

E-Mail: [jakobartl@leader-duebener-heide.de](mailto:jakobartl@leader-duebener-heide.de)

### **4 Art der Vergabe**

Freihändige Vergabe

### **5 Ort der Leistungserbringung**

Naturparkregion der Dübener Heide in den Bundesländern Sachsen und Sachsen-Anhalt.

### **6 Nebenangebote**

Fakultative Nebenangebote sind nur in Verbindung mit dem Hauptangebot zugelassen.

### **7 Bindefrist und Ausführungsfrist**

angestrebter Zeitraum: November 2021 - 30.06.2022 (8 Monate)

Eine Verlängerung des Durchführungszeitraums ist in Abstimmung. Die Bindungsfrist endet am 30.11.2021.



Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



EUROPÄISCHE UNION  
**ELER**

Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums

## 8 Zeitplan für die Projektdurchführung

Folgender Zeitplan ist beabsichtigt und wird im Rahmen der Auftragsvergabe konkretisiert:

- Projektauftritt im November 2021
- Projektende 30.06.2022 (mit angestrebter Durchführungsverlängerung)

## 9 Allgemeine Projektinformationen

Die Marke „Dübener Heide“ als Naherholungs-, Outdoor- und Gesundheitsregion mit seinen Produktlinien Wander-, Rad-, Wassersport-, Gesundheits- und Wald-/Naturerlebnis-Angeboten soll weiter profiliert werden und vor allem durch eine offensive online-gestützte Kommunikation für regionale wie überregionale Zielgruppen wahrnehmbar gemacht werden.

Die Dübener Heide ist eine bundeslandübergreifende Naturparkregion mit einer vielfältig ausgeprägten Flora und Fauna. Sie weist das größte zusammenhängende Waldgebiet Mitteldeutschlands, natürliche Flusslandschaften von Elbe und Mulde und eine eiszeitlich geprägte Hügellandschaft auf. Die Dübener Heide ist besonders als Wander- und Radregion mit seinen Gesundheitskompetenz-zentren Bad Schmiedeberg und Bad Düben bekannt. Besonders am Wochenende lockt die Dübener Heide BesucherInnen aus den umliegenden Ballungsgebieten, allen voran Leipzig, die Ruhe und Erholung auf dem Land oder in einer der zwei Kurstädte suchen.

Als Maskottchen bzw. Wappentier wird der Biber präsentiert, der in der Dübener Heide seine Heimat gefunden hat und die Landschaften prägt.

Im Jahr 2019 wurde für die Naturparkregion ein Standortmarketingkonzept mit den Schwerpunkten „Wohnen und Arbeiten“ sowie „Outdoor und Wandern“ erarbeitet. Zudem wurde 2020 das Pflege- und Entwicklungskonzept des Naturpark Dübener Heide fortgeschrieben. Diese Arbeiten bilden die Grundlage dieser Ausschreibung. Ziel des Vorhabens ist eine Umsetzung von dort verankerten Zielen und Maßnahmenvorschlägen im Bereich Vermarktung/Kommunikation. Zum besseren Verständnis können das Standortmarketingkonzept, das Pflege- und Entwicklungskonzept des Naturpark Dübener Heide sowie eine Konzeptstudie zu Social-Media auf Anfrage zugesandt werden.

### 9.1 Zielgruppen, Profithemen und Botschaften

Die Umsetzungsmaßnahmen in den Bereichen Tourismus und Naherholung sollen sich an folgende Ziele und Zielgruppen orientieren.

Zielgruppen:

- die junge Familie
- Aktive und Vitale
- Genießer/Wellness Tourist
- Umweltbewusste und „Lohas“
- Erlebnisorientierte



Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



EUROPÄISCHE UNION  
**ELER**  
Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums

Es gibt folgende Profilt Themen und Botschaften in den einzelnen Handlungsbereichen:

| <b>Standortmarketing Naturparkregion Dübener Heide</b>  |   |
|---|---|
| WIR – die Naturparkregion Dübener Heide, die neue nachhaltige Wege geht, mit mehr engagierten Menschen, mehr Gemeinschaftssinn, stärkerem Zusammenhalt und attraktiven Angeboten  |   |
| Bereich Wohnen & Arbeiten<br>Ideales (auch im Sinne günstiges) Wohnen, ursprüngliche (direkte) Natur, gute Lage   | Bereich Tourismus / Naherholung (Outdoor)<br>„Naturerleben, Aktivsein, Körper & Geist stärken, Kultur & Tradition kennenlernen“ |
| <b>Naturpark-Kommunikationskonzept (Fokus Social Media)</b>   |   |
| <i>"Naturerlebnis Wald, Wiesen, Moore, Seen"; „Biodiverse Tier- und Pflanzenwelten in und außerhalb Siedlungen", "Gesundheit und Erholung für mich und meine Familie/Freunde", „Mit nachhaltigen Lebensweisen und Engagement in die Zukunft“.</i> |   |

3

## 9.2 Inhalte und Maßnahmenbereiche

Es wird ein Mix aus Online-Medien und klassischen Kommunikationskanälen angestrebt. Auf folgende **Kommunikationsinstrumente** soll im Rahmen der Kommunikationsaktivitäten Fokus gesetzt werden:

### Upgrade des bestehenden Corporate Design

Ein einheitliches Erscheinungsbild hat für die Positionierung der Dübener Heide einen zunehmenden Stellenwert. Um sich von der Konkurrenz abzuheben, muss sich die Dübener Heide konstant profilieren und darstellen. Menschen innerhalb und außerhalb der Region müssen die Naturparkregion identifizieren können. Dies stärkt Identität, Image und Interesse. Das Corporate Design sollte sich in allen Kommunikationsinstrumenten und Maßnahmen als Gestaltungsorientierung wiederfinden. Ziel ist die Aktualisierung des Erscheinungsbildes (Corporate Design) des Naturparkes, die Erstellung entsprechender Entwürfe und eines Handbuchs (Corporate Design Manual).

### Online-Marketing und Kommunikation

Zentrales Element für die Online-Kommunikation ist Content-Marketing über die Homepage sowie eine offensive Social-Media-Arbeit. Mit Hilfe der Onlinepräsenzen sollen die Angebote im Bereich Outdoor/ Wandern gebündelt und aufbereitet werden.

Ziel ist die Überarbeitung bzw. Anpassung der Onlinepräsenzen an den neuen Markenkern und den Kernbotschaften, Einrichtung, Begleitung sowie Beispielung von Profilen auf sozialen Plattformen sowie die Kooperation bzw. Verlinkung auf Webseiten relevanter Vertriebspartner wie Aktiv- und Fundraisingportale, Veranstalter und Printmedien.

### Printmedien

Ziel ist die Erstellung und Druck einer Imagebroschüre, einer Freizeitkarte, eines Flyers. Alle Druckerzeugnisse sollten an das (neue) Corporate Design und den Markenkern angepasst werden.

### 9.3 Arbeitsformen und Entscheidungsfindung

Als Arbeitsformen werden eingerichtet:

- **Steuerungsgruppe:** Mitglieder des Vorstandes des Vereins Dübener Heide e. V., der LAGn Dübener Heide, den Bürgermeistern in der Region und des Regionalmanagements Dübener Heide. Diese Arbeitsgruppe ist in allen Bereichen mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit entscheidungsfähig (Ausnahme: förderrelevante Aspekte für die der Verein Dübener Heide die Verantwortung trägt).
- **Öffentliche Präsentation** im Rahmen einer gemeinsamen LAG-Sitzung der beiden Regionen, zu der weitere Akteure eingeladen werden.

## 10 Angebotsvorlage mit Leistungsbeschreibung

Nachfolgende Leistungen sind Gegenstand der Ausschreibung, ergänzende Nebenangebote sind möglich und müssen extra aufgeführt werden.

### Los 1: Corporate Design, Online- und Printmedien

| Maßnahme                                  | Einzelbausteine   |
|---|---|
| 1.1 Corporate Design mit Manual           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktualisierung („Auffrischung“) des Erscheinungsbildes (Corporate Design) des Naturparks Dübener Heide. Zu prüfen sind Typographie, Einsatz von Farben, Layout etc., ggf. Logo</li> <li>• Layout-Entwürfe für Homepage, Imagebroschüre, Flyer, Plakat, Naturpark Banner/Fahne, Briefkopf sowie für Begrüßungstafeln an den Naturparkgrenzen (Größe: 1,75 x 2,5 m)</li> <li>• Erstellung eines entsprechenden Handbuchs mit Vorgaben für die o.g. Medien (Corporate Design Manual).</li> </ul>  |
| 1.2 Responsive und barrierefreie Homepage | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktualisierung des Erscheinungsbildes lt. Corporate Design</li> <li>• Überarbeitung, technische und strukturelle Anpassung u des Internetauftritts des Naturparks Dübener Heide (<a href="http://www.naturpark-duebener-heide.de">www.naturpark-duebener-heide.de</a>) inklusive responsiver und barrierefreier Gestaltung</li> <li>• Integration/Vernetzung mit Social Media (Facebook / Instagram) sowie besserer Integration /Wiedererkennbarkeit der Mitträgerschaft von <a href="http://www.Regiocrowd.com">www.Regiocrowd.com</a></li> <li>• Integration eines einfach zu pflegenden und zu bedienenden Veranstaltungskalenders, der abgelaufene Veranstaltungen automatisch ausblendet (ggfs. mit Log-In-Option für Netzwerkpartner zum selbständigen Befüllen von Veranstaltungsangeboten)</li> <li>• Prüfung der Verwendung des Aktivportals <a href="http://outdooractive.com">outdooractive.com</a>, z.B. durch Schnittstellen zu den Aktivportalen von Leipzig Region (<a href="http://www.leipzig.travel/de/region/">www.leipzig.travel/de/region/</a>) und Naturfreude Aktivwelt Sachsen-Anhalt (<a href="http://www.naturfreude-erleben.de">www.naturfreude-erleben.de</a>)</li> <li>• Verknüpfung mit bestehenden Tourismusportalen, wie z.B. WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg (<a href="http://www.anhalt-dessau-wittenberg.de">www.anhalt-dessau-wittenberg.de</a>), Leipzig Region oder TMGS (<a href="http://www.sachsen-tourismus.de">www.sachsen-tourismus.de</a>)</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
| <p>1.3 Layout und Druck einer Imagebroschüre für den Naturpark Dübener Heide</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung der Naturerlebnisse im Naturpark (Informationsmaterial für die Texterstellung wird vom Auftraggeber gestellt)</li> <li>• Erstellung und Bereitstellung von aktuellen Fotos zu den Themenbereichen Radfahren, Wasser, aktiv in der Natur und freiwilliges Engagement durch den Auftragnehmer (z.B. in Form eines Fotoshootings)</li> <li>• Format: In Anlehnung an das überarbeitete Corporate Design (vgl. Los Nummer 1.1)</li> <li>• Umfang: 24 Seiten</li> <li>• Auflage: 20.000 Exemplare</li> </ul> |
| <p>1.4 Layout und Druck einer Freizeitkarte für den Naturpark Dübener Heide</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kartographische Übersichtskarte der Dübener Heide mit aktivtouristischen Angeboten (Rad-, Wanderstrecken, Ausflugspunkte, Tourenbeschreibungen u. a).</li> <li>• Faltkarte</li> <li>• Format und Umfang: geschlossenes Format 16 x 9,7 cm, insgesamt 42 Seiten á 16 x 9,7 cm,</li> <li>• Auflage: 20.000 Exemplare</li> </ul>   |
| <p>1.5 Layout und Druck eines Flyers</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flyer mit Grundinformationen zu den Handlungsfeldern des Naturparks</li> <li>• Format wie Imagebroschüre</li> <li>• Umfang max. 8 Seiten</li> <li>• Auflage: 5.000 Exemplare</li> </ul>   |

## Los 2: Online-Marketing und Kommunikation

| Maßnahme                                     | Einzelbausteine   |
|--|---|
| <p>2.1 Social Media: Konzept-erarbeitung</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erarbeitung einer Social-Media-Kampagne für 2 Kanäle zu den folgenden Themen <i>"Naturerlebnis Wald, Wiesen, Moore, Seen"</i>; <i>„Biodiverse Tier- und Pflanzenwelten in und außerhalb Siedlungen"</i>; <i>"Gesundheit und Erholung für mich und meine Familie/Freunde"</i>; <i>„Mit nachhaltigen Lebensweisen und Engagement in die Zukunft"</i>.</li> </ul> |
| <p>2.2 Social-Media: Umsetzung</p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein wöchentlicher Post pro Woche und Kanal</li> <li>• Beschaffung von Fotos und Erstellung von 3 Videos bzw. je weiteres Videosegment</li> <li>• 4 halbtägige Beratungseinheiten oder ggfs. online (dann insgesamt 20 Stunden Beratung / Qualifizierung der Öffentlichkeitsarbeitsstelle des Naturparks)</li> </ul>  |

## Los 3: Kartographische Übersichtskarte für eine Freizeitkarte Naturpark Dübener Heide

| Maßnahme   | Einzelbausteine  |
|--|--|
| <p>3.1 Erstellung einer kartographischen Übersichtskarte</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Darstellung des Naturparks Dübener Heide mit <ul style="list-style-type: none"> <li>○ aktivtouristischen Angeboten: 4 Radrouten, 1 Qualitätswanderweg inkl. Sonderausweisung Naturerlebnispfad „Billi Bockert“, 5 Wander-Runden</li> <li>○ ca. 20 touristischen Highlights (z.B. kleine Illustrationen, Icons)</li> </ul> </li> </ul> |



Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



EUROPÄISCHE UNION  
**ELER**  
Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| (Grundlage für Karte Los 1.4) | <ul style="list-style-type: none"><li>• darzustellendes Gebiet: Naturpark Dübener Heide mit Elbe und Mulde als Begrenzung</li><li>• inkl. 3 Korrekturdurchgänge</li><li>• Maße (Breite x Höhe): 42 cm x 40 cm</li><li>• Nutzungsrechte der Karte für den Druck von 20.000 Exemplaren der Freizeitkarte</li><li>• Lieferung einer druckfähigen (300 dpi), elektronischen Datei</li></ul> |
|-------------------------------|---|

## 11 Bietergemeinschaft

Bietergemeinschaften und andere gemeinschaftliche Bieter haben mit ihrem Angebot eine von allen Mitgliedern unterschriebene Erklärung abzugeben,

- in der die Bildung einer Arbeitsgemeinschaft im Auftragsfalle erklärt ist,
- in der alle Mitglieder aufgeführt sind und der für die Durchführung des Vertrags bevollmächtigte Vertreter bezeichnet ist,
- dass der bevollmächtigte Vertreter alle Mitglieder gegenüber dem Auftraggeber rechtsverbindlich vertritt,
- dass alle Mitglieder als Gesamtschuldner haften.

## 12 Nutzungsrechte

Die Auftragnehmerin/der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber an den geschuldeten Leistungen (u.a. am Layout und an den erstellten Texten) die räumlich, zeitlich und inhaltlich uneingeschränkten, ausschließlichen Nutzungsrechte für alle urheberrechtlichen und sonstigen Nutzungsarten ein, einschließlich der Weitergabe an Dritte. Der Auftraggeber ist insbesondere berechtigt, die Arbeitsergebnisse ohne Mitwirkung der Auftragnehmerin / des Auftragnehmers in eigenem Namen weiterzuführen, zu verändern und zu überarbeiten. Mit der vereinbarten Vergütung ist die Nutzungsrechtseinräumung vollständig abgegolten.

## 13 Eigentums- und Schutzrechte

Die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Daten und sonstigen Unterlagen verbleiben in dessen Eigentum und sind nach der Beendigung des Auftrags unverzüglich wieder an ihn herauszugeben. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht nicht.

Die von der Auftragnehmerin / vom Auftragnehmer in Erfüllung dieser Vereinbarung hergestellten Unterlagen gehen in das Eigentum des Auftraggebers über. Ein Zurückbehaltungsrecht besteht nicht. Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer sichert dem Auftraggeber zu, dass ihre / seine Leistungen und die von ihr / ihm beschafften Unterlagen frei von jeglichen Rechten Dritter – z.B. von gewerblichen Schutzrechten – sind.

## 14 Eignung des Bieters

Zur Beurteilung der Eignung ist mit dem Angebot eine aussagekräftige Darstellung des Bieters vorzulegen (Unternehmensprofil, Nennung und Beschreibung der Qualifizierung der zuständigen Projektmitarbeitenden). Wir bitten um die Abgabe einer Eigenerklärung.



Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



EUROPÄISCHE UNION  
**ELER**  
Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums

## 15 Abzugebende Vergabeunterlagen und Prüfung des Angebotes

Das Angebot soll folgende Punkte beinhalten. Die damit verbundenen Unterlagen sind einzureichen:

- Angebotsschreiben mit Firmenprofil, Referenzen, Ansprechpartner und Vertretung sowie Benennung des Bearbeiters.
- Vollständig ausgefüllte Leistungsbeschreibung mit Kostendarstellung je Lose (1., 2., 3.) mit Datum und eigenhändiger Unterschrift; Hinweis: Es soll keine stunden- oder tagesbezogene Auflistung erfolgen, sondern ein Festpreis für alle 3 Lose angegeben werden.
- Benennung der Unterauftragnehmer und deren Leistungen. Bei Bietergemeinschaften ist eine Erklärung über die Bildung einer Bietergemeinschaft mit dem Angebot abzugeben, bei der Vergabe an Unterauftragnehmer sind diese und deren Leistungen zu benennen.

7

## 16 Zuschlagskriterien und Wertungsmatrix

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt: Der Preis wird mit 40 %, die Qualität mit 60 % gewichtet. Für die Preisdarstellung ist die beiliegende Aufstellung in der Anlage 1 des Anhangs „Angebotsvorlage mit Leistungsbeschreibung“ zu verwenden. Zur Beurteilung der Qualität wird die Anzahl und die thematische Einschlägigkeit von Referenzen (in den abzugebenden Leistungen wie z.B. Erarbeitung bzw. Optimierung von Kommunikationsinstrumenten für Naturparke bzw. Tourismusregionen, Erstellung kartographische Grundlagen usw.) aus den letzten vier Jahren herangezogen.

Die Bewertung der Angebote erfolgt nach folgenden Kriterien (Gesamtpunktzahl 10):

- Preis (0 bis zu 4 Punkte): Das Angebot mit dem günstigsten Gesamtpreis erhält 4 Punkte. Die Preispunkte der anderen Angebote errechnen sich durch In-Verhältnis-Setzen:  
 $(\text{günstigster Preis} / \text{Angebotspreis}) * \text{Maximalpunktzahl } 4$
- Qualität (0 bis zu 6 Punkte): Bewertungsgrundlage sind a) die Zahl der Referenzen aus den letzten vier Jahren (0-2 Punkte) und b) der Grad der inhaltlichen Überschneidung dieser Referenzen mit den Themenbereichen Erstellung Corporate Design, Online-Kommunikation/Marketing, Online Medien, Printmedien für Tourismusregionen bzw. Naturparke (0-4 Punkte).

### Qualität a: Punktverteilung Zahl der Referenzen

|           |   |
|-----------|---|
| 0 Punkte: | Dem Angebot sind keine Referenzen beigelegt.  |
| 1 Punkt:  | Dem Angebot sind bis zu drei aktuelle Referenzen aus den letzten vier Jahren beigelegt.             |
| 2 Punkte: | Dem Angebot sind zwischen vier und sechs aktuelle Referenzen aus den letzten vier Jahren beigelegt. |



Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



EUROPÄISCHE UNION  
**ELER**

Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums

*Qualität b: Punktverteilung Einschlägigkeit der Referenzen in den vier Themenbereichen  
Erstellung Corporate Design, Online-Kommunikation/Marketing, Online Medien,  
Printmedien für Tourismusregionen bzw. Naturparke*

---

- 0 Punkte: Die Referenzen können keinem der Themenbereiche zugeordnet werden.
- 1 Punkt: Die Referenzen können einem Themenbereich zugeordnet werden.
- 2 Punkte: Die Referenzen können zwei Themenbereichen zugeordnet werden.
- 3 Punkte: Die Referenzen können drei Themenbereichen zugeordnet werden.
- 4 Punkte: Die Referenzen können allen vier Themenbereichen zugeordnet werden.

8

## 17 Frist für die Angebotsabgabe und Form der Übermittlung

Angebote mit den geforderten inhaltlichen Kriterien sind **bis Montag, 18. Oktober 2021; 12:00 Uhr** (Ausschlussfrist / Eingang bei der Geschäftsstelle der Lokalen Aktionsgruppe, postalisch oder per Bote) **schriftlich und unterzeichnet** in Papierform einzureichen. Bitte nutzen Sie hierzu die in der Anlage 1 beigefügten Vorlage zur Kostenaufstellung der ausgeschriebenen Leistungen.

**Bitte machen Sie auf der Postsendung deutlich kenntlich, dass sich darin ein Angebot befindet und der Umschlag nicht geöffnet werden soll.**

Zusätzlich bitten wir um die Zusendung im PDF Format auf Datenträger mit dem Angebot oder

**nach Aufforderung** durch den Verein Dübener Heide e.V. und **nach** Beendigung der Angebotsfrist, am 18. Oktober 2021; 12:00 Uhr, an folgende E-Mail-Adresse: [info@naturpark-duebener-heide.com](mailto:info@naturpark-duebener-heide.com).

Die Anschrift für die Übersendung von Angebotsunterlagen in Papierform lautet:

Verein Dübener Heide e. V.  
Thomas Klepel (Naturparkleiter)  
NaturparkHaus  
Neuhofstraße 3a  
04849 Bad Dübén

Für Rückfragen steht Ihnen Frau Claudia Jakobartl, Tel. 034243-342 008, [jakobartl@leader-duebener-heide.de](mailto:jakobartl@leader-duebener-heide.de) zur Verfügung

## 17 Anhang

Vorlage für die Kostenaufstellung der ausgeschriebenen Leistungen





Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



EUROPÄISCHE UNION  
**ELER**  
Europäischer Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des ländlichen Raums

## Angebotsvorlage mit Leistungsbeschreibung

Hinweis: Die Ausweisung der Preise der Lose 1, 2 und 3 erfolgt in netto und brutto. Der Bieter teilt die Kostenposten auf Grund der länderspezifischen Abrechnungsbedingungen im Verhältnis 50:50 für den sachsen-anhaltinischen und den sächsischen Teil der Dübener Heide auf.

Es ist die folgende Vorlage für die Kostenaufstellung zu verwenden:

|           | Leistungen  | Kalkulations-<br>Grundlage | Kosten<br>in €<br>netto | Kosten<br>in €<br>brutto | Anteil<br>Dübener<br>Heide/<br>Sachsen-<br>Anhalt | Anteil<br>Dübener<br>Heide/<br>Sachsen |
|-----------|---|----------------------------|-------------------------|--------------------------|---|--|
| <b>1.</b> | <b>Corporate Design, Online- und Printmedien</b>                                      |                            |                         |                          |   |  |
| 1.1       | Corporate Design mit Manual   |                            |                         |                          |   |  |
| 1.2       | Erstellung Responsive und<br>barrierefreie Homepage                                   |                            |                         |                          |   |  |
| 1.3       | Layout und Druck einer<br>Imagebroschüre für den Naturpark<br>Dübener Heide           |                            |                         |                          |   |  |
| 1.4       | Layout und Druck einer<br>Freizeitkarte für den Naturpark<br>Dübener Heide            |                            |                         |                          |   |  |
| 1.5       | Layout und Druck eines Flyers   |                            |                         |                          |   |  |
| <b>2.</b> | <b>Online-Marketing und Kommunikation</b>   |                            |                         |                          |   |  |
| 2.1       | Social Media: Konzepterarbeitung  |                            |                         |                          |   |  |
| 2.2       | Social-Media: Umsetzung   |                            |                         |                          |   |  |
| <b>3.</b> | <b>Kartographische Übersichtskarte für eine Freizeitkarte Naturpark Dübener Heide</b> |                            |                         |                          |   |  |
| 3.1       | Erstellung einer kartographischen<br>Übersichtskarte                                  |                            |                         |                          |   |  |
|           | <b>Gesamtkosten (netto)</b>   |                            |                         |                          |   |  |
|           | <b>MwSt (19 %)</b>  |                            |                         |                          |   |  |
|           | <b>MwSt (7 %)</b>   |                            |                         |                          |   |  |
|           | <b>Gesamtkosten (brutto)</b>  |                            |                         |                          |   |  |

Der Anbieter sieht sich in der Lage, das Projekt in der Ausschreibung benannten Zeitraum zu bearbeiten.

Ort, Datum

Unterschrift mit Stempel