

Ausschreibung: Durchführung einer Promotour in Form einer Influencerreise

Durchführung einer Influencerreise innerhalb des Projektes „Via Sacra - Ein Beitrag zur grenzübergreifenden Vernetzung und Entwicklung eines touristischen Produkts im Dreiländereck“

1. Projektbeschreibung

Produktbeschreibung Via Sacra und Status Quo

Die „Via Sacra“ ist eine grenzüberschreitende touristische (Rad-)Pilgerroute, die bedeutende sakrale und kulturelle Stätten in Deutschland, Polen und Tschechien miteinander verbindet. Im Fokus steht die Förderung des kulturellen Erbes und der touristischen Attraktivität der Region im Dreiländereck. Die bestehende Route wird kontinuierlich weiterentwickelt und kommuniziert – u. a. durch innovative Kommunikationsmaßnahmen wie gezielte Social-Media-Kampagnen.

Ziel des Vorhabens

Im Rahmen der übergeordneten Kampagne „Via Sacra – Für Herz und Seele“ wird eine grenzübergreifende Influencer- und Bloggerreise umgesetzt. Diese soll die Bekanntheit der Via Sacra insbesondere bei einer jüngeren, digitalen Zielgruppe steigern und das Interesse an der Region als Wander- und Kulturdestination wecken. Der Schwerpunkt liegt auf dem Thema Wandern entlang kultureller Highlights. Klassische Pilgeraspekte stehen weniger im Vordergrund.

Perspektivische Ziele

- Emotionale, authentische und reichweitenstarke Ansprache neuer Zielgruppen über soziale Medien und Blogs.
- Steigerung der touristischen Sichtbarkeit der Via Sacra durch persönliche Erfahrungsberichte.
- Förderung grenzüberschreitender Kooperation und Begegnung durch ein geplantes Treffen der beiden Influencer an der deutsch-polnischen Grenze.
- Langfristige Nachnutzung der Inhalte (Fotos, Texte, Reels) durch Partnerinstitutionen.
- Beitrag zur saisonalen Belebung im Zeitraum Mai bis Oktober durch gezielte Präsenz im Sommer (Juni/Juli).

Zielgruppen

Ausschreibung: Durchführung einer Promotiontour in Form einer Influencerreise
Diese Zielgruppe ist digital vernetzt, kultur- und naturbewusst, sucht aber gezielt nach Auszeiten vom Alltag – häufig verbunden mit dem Wunsch nach Entschleunigung, Digital Detox und nachhaltigem Reisen. Persönliche Weiterentwicklung und Achtsamkeit spielen bei der Reiseplanung eine zentrale Rolle. Die Via Sacra bietet hier einen idealen Resonanzraum: individuelle Etappen, Naturerlebnis, spirituell offene Orte und die Möglichkeit, auf wenig begangenen Wegen Neues zu entdecken. Diese Zielgruppe ist online-affin, nutzt Instagram und Podcasts zur Inspiration und schätzt hochwertige Printformate im Bereich Lifestyle, Nachhaltigkeit und Reisen. Die Zielgruppe ist deutsch sowie polnisch.

2. Aufgabenbeschreibung

Die Influencer-Reise soll eine umfassenden Kommunikationsstrategie der Via Sacra als Promotiontour ergänzen. Dabei soll eine Influencer-Reise von einem deutschen Influencer/Influencerin auf der deutschen Seite der Via Sacra starten und eine Influencer-Reise auf der polnischen Seite, entsprechend mit einem polnischen Influencer. Die Ausschreibung richtet sich an professionelle Content Creator mit einem Fokus auf Outdoor-/Wander-/Pilger-Content.

Influencer-Reise eines deutschen Influencers (4.000 € brutto):

- **Leistungsumfang:**
 - Jeweils 3–4 Tage Aufenthalt entlang ausgewählter Etappen der Via Sacra in Deutschland.
 - Durchführung im **Zeitraum Juni oder Juli 2025** (in Abstimmung mit der Gesamtkommunikation).
 - Abstimmung der Reiseroute mit den Projektpartnern; Treffpunkt der beiden Influencer an einem grenzüberschreitenden Ort der Via Sacra (z. B. Görlitz/Zgorzelec).

- **Inhalte und Deliverables pro Influencer:**
 - **Mind. 1 Blogbeitrag** mit persönlicher Route, Erfahrungen und Tipps (inkl. 10–15 hochauflösender Bilder).
 - **Min. 2 Reels oder Content-Beiträge** (Instagram) mit Fokus auf Landschaft, Kulturorte und Wegerlebnis mit Verlinkung bzw. Co-Autorschaft der Partner.
 - **Tägliche Instagram-Storybegleitung** (mind. 3 Story-Slides pro Tag).

Ausschreibung: Durchführung einer Promotour in Form einer Influencerreise

- **Nutzungserlaubnis der Fotos und Videos** für Projektpartner (nicht exklusiv, redaktionell, zeitlich unbegrenzt).
- **Kommunikation mit der Projektleitung**
 - Briefing durch das Projektteam (online), Abstimmung der Inhalte, Auswahl der Stationen und Einbindung lokaler Akteure, sofern gewünscht.
- **Anforderungen an den Bieter:**
 - Vorlage von mindestens drei Referenzen vergleichbarer Projekte im Bereich Outdoor-, Reise- oder Kulturkommunikation.
 - Angabe der geplanten Reichweiten, Kanäle und Zielgruppen.
 - Offenlegung der Kostenstruktur pro Influencer (z. B. Honorar, Reisekosten, Produktionsaufwand).
- **Lieferfristen:**
 - Die Reiseinhalte sind bis spätestens 30. September 2025 zu veröffentlichen.
 - Der vollständige Content (inkl. Blogbeitrag und Fotomaterial) ist bis zum 15. Oktober 2025 an die Projektleitung zur Nachnutzung zu übergeben.

3. Budget und Vergütung

- Das Gesamtbudget beträgt **4.000,00 € brutto**.
- Im Preis enthalten sind:
 - sämtliche Honorar-, Reise- und Produktionskosten
 - Abstimmungsgespräche mit dem Auftraggeber
 - Nutzungsrechte der Inhalte (nicht-exklusiv, zeitlich und räumlich unbegrenzt, redaktionelle Nutzung durch Projektpartner)
- Die Vergütung erfolgt nach vollständiger Leistungserbringung gegen Rechnung.

Der Bieter mit dem besten Preis-Leistungsverhältnis erhält den Zuschlag.

Zur Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses ist der Preis pro Arbeitsstunde und Tagessatz abzugeben sowie geeignete Referenzen (mind. 3), eine Erläuterung zur schlüssigen Herangehensweise und ein nachvollziehbarer Zeitplan zur Umsetzung der/des Los/e im Angebot. Diese werden innerhalb des Bewertungsprozesses mit einer Gewichtung von 30 / 70 (Preis/Inhalt) gewertet. Der angegebene Preis pro Arbeitsstunde wird Vertragsbestandteil.

Die Kostenobergrenze umfasst ausdrücklich auch Abstimmungstermine mit dem Auftraggeber, Nebenkosten im In- und Ausland sowie die nach Aufwand anfallenden

Ausschreibung: Durchführung einer Promotour in Form einer Influencerreise
zusätzlichen Leistungen wie Scans, Kuriere, Porto, technische Nebenkosten und Reisekosten.
Für das Angebot wie die Abrechnung muss die Währung Euro gewählt werden. Für die
Erstellung des Angebots wird keine Vergütung oder Kostenerstattung gewährt.

Die Abrechnung der erbrachten Leistungen erfolgt nach Leistungsabschluss per Rechnung.

Zeitplan und nächste Schritte

Bitte reichen Sie Ihr detailliertes **Angebot der/des Los/e** mit allen benötigten Anlagen **bis**
09.05.2025 23:59 Uhr über irina.wiese@oberlausitz.com ein.

Nutzen Sie dazu bitte das **beiliegende Preisblatt**.

Die Vergabe erfolgt nach den im Bewertungsschema angegebenen Kriterien. Den Zuschlag
erhält hierbei das Unternehmen, welches die höchste Punktzahl erreicht hat.

Bewertung der eingereichten Angebote: 09.05.-12.05.2025

Die Auftragsvergabe erfolgt am 13.05.2025.

Die Bindefrist des Angebots umfasst sechs Wochen nach Angebotsabgabe. Werden
Unterauftragnehmer für bestimmte Einzelleistungen benötigt, müssen diese im Angebot
angegeben werden.

Die Detailabstimmungen erfolgen nach Auftragsvergabe in einem Online-Briefing mit
dem/den Auftragnehmer/n.

Vergütung und Nutzungsrechte:

Mit den Vergütungen sind alle nach diesem Vertrag zu erbringenden projektbezogenen
Leistungen, einschließlich der Leistungen zur Umsetzung von Änderungswünschen, und alle
bei seiner Durchführung anfallenden Kosten, sowie die Kosten der vom AN beauftragten
Unterauftragnehmer sowie die urheberrechtlichen Ansprüche abgegolten.

Der AN räumt dem AG das ausschließliche und räumlich, zeitlich und inhaltlich
unbeschränkte Nutzungsrecht (§ 31 Abs. 3 Urheberrechtsgesetz - UrhG) an allen
urheberrechtlich geschützten Ergebnissen und Teilergebnissen des Auftrags ein. Dieses Recht
umfasst alle bekannten Nutzungsarten, insbesondere die in § 15 Abs. 1 und 2 UrhG
aufgezählten. Die Einräumung des ausschließlichen und unbeschränkten Nutzungsrechts

Ausschreibung: Durchführung einer Promotientour in Form einer Influencerreise umfasst auch die vorbestehenden schöpferischen Werke, die bereits vorhanden sind und Gegenstand des Auftrags sind oder eigens für den Auftrag geschaffen werden, wenn diese für den Auftrag verwendet werden.