

Vorwort

Konsequent und gemeinsam für eine starke Region Oberlausitz zu arbeiten - diesem Ziel verschreibt sich die MGO, sowohl in ihrem Gesellschaftervertrag, als auch im aktuellen Marketingplan. Zu ihren Kernaufgaben zählt die Vermarktung der Ferienregion Oberlausitz. Im touristischen Bereich koordiniert die MGO als Destinationsmanagementorganisation (DMO) die Kommunen, die touristischen Leistungsträger, vor allem aber die aktuell sieben Lokalen Tourismusorganisationen (LTOs) und bringt sie mit den Zielen und Grundsätzen der Destinationsstrategie Oberlausitz und der Tourismusstrategie des Freistaates Sachsen in Einklang.

Innerhalb des **Lausitzer Fisch Projekts zur Qualitätssicherung** soll die Marke Lausitzer Fisch, welche in den Vorgängerprojekten evaluiert und weiterentwickelt wurde, nun weitere Verbreitung finden sowie die Wertigkeit kontinuierlich gesteigert werden.

Dazu werden die folgenden Zielstellungen innerhalb des Projekts verfolgt:

- Starke und langfristige Etablierung der Regional- und Produktmarke „Lausitzer Fisch“ am regionalen Markt
- Erhöhung der Identifikation der Bevölkerung in der Oberlausitz und darüber hinaus mit dem Produkt und der Marke Lausitzer Fisch und dessen wirtschaftlichen und kulturellen Hintergründen
- Impulssetzung gegenüber Gastronomie, durch die Sensibilisierung von hochwertigen Angeboten von nachhaltig produzierten, gesunden, regionalen Lebensmitteln
- Identitätsstiftung und Interesse für nachhaltiges Reisen in die Oberlausitz schaffen
- Qualitätssicherung und Weiterentwicklung der Zertifizierungskriterien „Lausitzer Fisch“

Das Projekt läuft vom 28.03.2022 bis einschließlich 31.03.2023

Aufgabenstellung Ideenportfolio Markensichtbarkeit Lausitzer Fisch

Aufbauend auf das bereits entwickelte Corporate Design Lausitzer Fisch werden zwei Agenturen gesucht, welche ein Ideenportfolio zur Markensichtbarkeit des Lausitzer Fisches in der Region entwickeln. Ziel ist es, die Marke Lausitzer Fisch in der Region langfristig sichtbar zu machen. Dafür werden kreative Ideen, welche innerhalb einer Kurz-Präsentation optisch und inhaltlich darzustellen und zu erläutern sind, gesucht. Der Fokus liegt dabei auf Ideen, welche zukünftig realistisch und niederschwellig umsetzbar sind.

Folgende Leistungen sind Auftragsbestandteil:

- Entwicklung von mind. 5 Ideen für eine konkrete, realistische Markenplatzierung in der Region.
Unter einer Idee verstehen wir eine dargestellte (beschriebene, illustrierte) Anwendung der Marke Lausitzer Fisch, ihrer Bestandteile oder einzelner Akteure. Das können Storys, Bilder, Eventformate, künstlerische Elemente o.ä. sein, die insgesamt öffentlich sichtbar oder erlebbar sind.
- Optische Aufbereitung der Markensichtbarkeits-Ideen in einem Moodboard
- (online) Kurz-Präsentation, ca. 30 min, zur Beschreibung der Ideen inkl. Umsetzungsempfehlung (was müsste getan werden, um diese Idee tatsächlich realisieren zu können)

Die mögliche, zukünftige Umsetzung einer oder mehrerer gelieferter Ideen, ist nicht Bestandteil des Auftrags. Der Auftraggeber erhält die sämtlichen Rechte an allen Ideen und Grafiken für die weitere Nutzung und Umsetzung.

Für jede der beiden teilnehmenden Agenturen steht ein Honorar in Höhe von 3.500 € netto zzgl. MwSt. zur Verfügung

Ausgewählt werden die beiden Agenturen mit den geeignetsten Referenzen und guter Regionskenntnis.

Zeitplan und nächste Schritte

Bitte senden Sie Ihre Interessensbekundung mit geeigneten Referenzen und Kurzdarstellung Ihrer Regionskenntnis **bis 01.07.2022** per Mail an: lisa.willenberg@oberlausitz.com

Die Auftragsvergabe erfolgt in KW 27.

Der online Präsentationstermin wird in Rücksprache mit dem Auftragnehmer in KW 30 stattfinden.

Ihre Ansprechpartnerin



Lisa Willenberg
Projektmanagerin Tourismusmarketing
E-Mail: lisa.willenberg@oberlausitz.com
Tel.: 03591 487715

Anlagen

- CD-Manual Lausitzer Fisch