

Ausschreibung

Auftrag:

Herstellung von Videoclips für das Deutsche Symphonie-Orchester Berlin im Jahr 2022

Auftraggeber:

Rundfunk Orchester und Chöre GmbH für das **Deutsche Symphonie-Orchester Berlin**

In den 75 Jahren seines Bestehens hat sich das Deutsche Symphonie-Orchester Berlin (DSO) durch seine Stilsicherheit, sein Engagement für Gegenwartsmusik sowie mit CD- und Rundfunkproduktionen einen exzellenten Ruf erworben. Gegründet 1946 als RIAS-Symphonie-Orchester, wurde es 1956 in Radio-Symphonie-Orchester Berlin umbenannt. Seinen heutigen Namen trägt es seit 1993.

Im September 2017 trat der junge Brite Robin Ticciati die Position als Chefdirigent und Künstlerischer Leiter des DSO an. Seit seiner Gründung hat es das Orchester verstanden, herausragende Künstlerpersönlichkeiten an sich zu binden. Ferenc Fricsay definierte als erster Chefdirigent Maßstäbe im Repertoire, im Klangideal und in der Medienpräsenz. 1964 übernahm Lorin Maazel die künstlerische Verantwortung, 1982 folgte Riccardo Chailly und 1989 Vladimir Ashkenazy. Kent Nagano wurde 2000 zum Chefdirigenten berufen und ist seit 2006 dem Orchester als Ehrendirigent eng verbunden. Von 2007 bis 2010 setzten Ingo Metzmacher und von 2012 bis 2016 Tugan Sokhiev mit dem DSO entscheidende Akzente im hauptstädtischen Musikleben.

Durch zahlreiche Gastspiele ist das DSO als Kulturbotschafter Berlins und Deutschlands im nationalen und internationalen Musikleben präsent. In den letzten Jahren konzertierte es in Brasilien und Argentinien, in Japan, China, Malaysia, Abu Dhabi und in Osteuropa, außerdem bei bedeutenden Festivals wie den Salzburger Festspielen oder den BBC Proms. Auch mit vielfach ausgezeichneten CD-Einspielungen ist das DSO weltweit gefragt. 2011 erhielt es für die Produktion von Kaija Saariahos ›L'amour de loin‹ unter Kent Naganos Leitung den Grammy Award für die beste Operaufnahme.

Das Deutsche Symphonie-Orchester Berlin ist ein Ensemble der Rundfunk Orchester und Chöre GmbH (ROC), die von Deutschlandradio (40 %), der Bundesrepublik Deutschland (35 %), dem Land Berlin (20 %) und dem Rundfunk Berlin-Brandenburg (5 %) getragen wird.

Auftragszeitraum und Dauer

Januar 2022 bis Dezember 2022

mit der Option auf eine Verlängerung der Zusammenarbeit um zwei Mal ein Jahr

Inhalt

Das DSO veranstaltet jährlich über 50 Symphonie- und Kammerkonzerte in Berlin und ist darüber hinaus auf Gastspielreisen im In- und Ausland aktiv. Als Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit, der Imagepflege und der visuellen Kommunikation für die Konzertveranstaltungen ist das Orchester im Internet durch seine Webseite und mit verschiedenen Social-Media-Angeboten präsent.

Auf unseren Social-Media-Plattformen wie Youtube, Twitter, Facebook oder Instagram arbeiten wir mit unterschiedlichen Medientypen. Um diese Plattformen sowie die eigene Webseite www.dso-berlin.de bzw. www.dso-player.de passgenau bedienen zu können und um neue Zielgruppen in der Nutzergemeinde zu erschließen, benötigt das Orchester Videoclips, die seine Arbeit beleuchten, vertiefen und klassische Orchestermusik für eine breite Zielgruppe ansprechend aufbereiten.

Inhalte sollen u. a. Interviews von verpflichteten Künstlerinnen und Künstlern, Ton- und Bildaufnahmen während der Probenarbeit, Vertiefung und Thematisierung der Konzertprogramme sowie die Darstellung der Arbeit eines international tätigen Spitzenklangkörpers sein. Die erstellten Clips sollen durch Mehrfachnutzung auf den verschiedenen Plattformen nutzbar sein. Die Inhalte und Schwerpunkte dieser Clips sollen vom Anbieter selbstständig erarbeitet, die Konzeption mit der Orchester- und Marketingleitung abgesprochen werden.

Zudem sollen 1-2 Videos für die jährliche Pressekonferenz und die Saisonbewerbung von der Arbeit des Orchesters erstellt werden. Diese Videos werden zum Teil auch in Kinos als Werbeclips gezeigt.

Konkrete Eckpunkte:

- Herstellung von mindestens 2 Clips pro Monat über das Konzertangebot und die Sonderprojekte des Orchesters
- Die Clips sollen eine Spieldauer je nach Ausspielmedium von 15 Sekunden bis 5 Minuten aufweisen, dabei ist das Corporate Design des Orchesters zu beachten.
- Herstellung von Clips unter Beteiligung des Orchesters für die jährliche Saisonvorstellung in einer Langversion (bis zu 5 Minuten) und in einer Kurzversion (30 bis 60 Sekunden) für die Kinoauspielung
- Eigenständige Vorbereitung von Künstlergesprächen und regelmäßige Abstimmung der Inhalte vor der Produktion mit der Orchester- und Marketingleitung
- Die Nutzungsrechte an den Clips, sowie an dem erstellten Rohmaterial wird an das Orchester übertragen.
- Die Inhalte sollen für die Zeiträume des Jahre 2022 von Januar bis einschließlich Juni, sowie September bis einschließlich Dezember erstellt werden (10 Monate).

- Die Clips werden eigenverantwortlich hergestellt. Notwendige Koordination sowie Absprachen und Genehmigungen werden vom Auftragnehmer eingeholt oder in Absprache mit dem DSO gemeinsam organisiert.

Form des Angebots:

- Kurzvorstellung der Agentur / Firma / Unternehmens (maximal eine Seite)
- schriftliches Angebot über Inhalt und Umfang der Leistungen sowie der Vergütung
- Skizzieren eines möglichen Videos zur Bewerbung des Konzertes am 13. Januar 2022 (maximal eine Seite)
- 2 Arbeitsproben (Videomaterial kann als E-Mail mit entsprechenden „Hyperlinks“ zur Sichtung anfügt werden.)

Ausschlaggebend für die die Vergabe ist die Qualität der Arbeitsproben, Kompetenz des Anbieters für die beauftragte Leistung sowie die Wirtschaftlichkeit des Angebots.

Zeitplan

Angebote können bis zum 10.01.2021 (10:00 Uhr) abgegeben werden.

Die Auftragsvergabe wird kurzfristig nach diesem Termin erfolgen.

Ansprechpartner für Rückfragen und Angebote bitte an:

Deutsches Symphonie-Orchester Berlin
z. H. Benjamin Dries
Masurenallee 16-20
14057 Berlin

Tel: +49 30 202987-535

E-Mail: dries@dso-berlin.de