

# Angebotserstellung

Die Angebote werden in der Buchungsvorlage "Open-Air" und als Cinema Week erstellt. **Bei jedem Angebotsversand werden Claudia+Sam in CC genommen um den Forecast zu pflegen.**

- Buchungsvorlage und Buchungsperiode
- Frühbucherrabatt - NEU 2025
- Konditionen z. T. NEU
- Kontakte ein/ausblenden - NEU 2025 - Wording
- Bemerkung zu Änderungen
- Belegungsübersicht
- Budget-Anpassung
- Processing Fee
- Top Veranstaltungen 2025
- Wording Open Air bzgl. TOP (Super8) Standorte
- Kostenübersicht je Woche/Veranstaltung
- Ausschlüsse nach Duplizieren manuell aktualisieren
- Forecast
- Keine kontaktbasierten Pläne als Basis nehmen

# Buchungsvorlage und Buchungsperiode

Die Buchungsvorlage für Open-Air ist "Open-Air".

Automatisch werden dann die Orte/Veranstaltungen, die in dem ausgewählten Zeitraum stattfinden, angezeigt.

Buchungsperiode ist Calendar Focus. Heißt, auch wenn die Veranstaltungen z.T. lediglich an 2-4 Tagen/Woche stattfinden, so bleibt es bei einer Wochenbuchung. Der Kunde zahlt natürlich nur die Veranstaltungstage!

Alle OpenAir Veranstaltungen sind "Weekly" Kinos und können daher nicht auf Tagesebene gebucht/ausgeschlossen werden.

# Frühbucherrabatt - NEU

## 2025

Wir haben uns an EDGAR Angeboten orientiert und übernehmen den Frühbucherrabatt in Höhe von 25% (inkl. AE).

- Dieses Angebot gilt bei Buchung bis 30.04.
- Der Rabatt gilt als Gesamtrabatt und beinhaltet bereits die AE!
- In den Angeboten bitte vermerken: **Der Frühbucherrabatt gilt bei Auftragserteilung bis zum 30.04.2025.**
- Sollte von der Agentur gewünscht sein, die AE gesondert auszuweisen bitte bei Rabatt1 11,764705882353% eintragen + 15% AE (kumuliert = 25% Rabatt)

# Konditionen z. T. NEU

## 15% AE:

Es gilt die Vereinbarung mit Schlemm und W.CP, dass wir für Agenturen 15% AE gewähren. Bei Agenturen, bei denen ein Commitment besteht, die AE als Cash-Rabatt auszuweisen, ist dies ebenfalls in Ordnung und muss nicht abgestimmt werden.

## 2% Skonto:

Obliegt immer uns und ist im Endeffekt eine buchhalterische Sache, ob der Kunde fristgerecht zahlt.

## Weitere Cash-Rabatte:

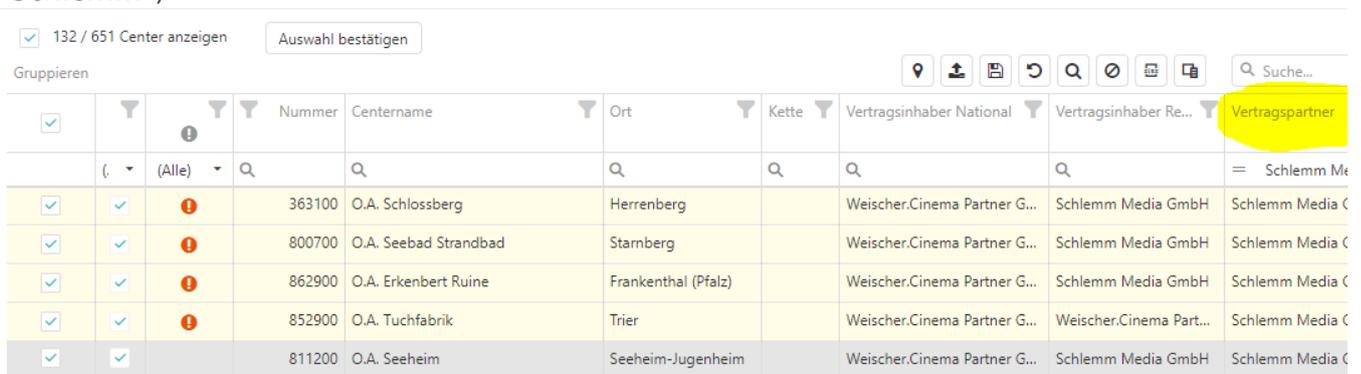
Bei W.CP können die Rabattobergrenzen, sofern eine besteht, aus dem W.CP-Kreuzchenplan (sh. Kreuzchenplan) entnommen werden.

Bei Schlemm haben wir für alle Veranstaltungen in 2025 eine Rabattobergrenze von 18% zzgl. AE vereinbart.

Alle Rabatthöhen darüber hinaus müssen von Claudia+Sam je Angebot neu verhandelt und angefragt werden.

Hierfür bitte vor Versendung der Angebote bitte eine Mail an Claudia+Sam mit folgenden Infos:

- Angebotsentwurf (inkl. gewünschten Rabatten, Zeitraum, Spotlänge)
- Schlemm-Veranstaltungsliste als offene XLS (Centerauswahl >> "Vertragspartner" >> "Schlemm")



132 / 651 Center anzeigen    Auswahl bestätigen

Gruppieren

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nummer	Centername	Ort	Kette	Vertragsinhaber National	Vertragsinhaber Re...	Vertragspartner
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	363100	O.A. Schlossberg	Herrenberg		Weischer.Cinema Partner G...	Schlemm Media GmbH	Schlemm Media C
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	800700	O.A. Seebad Strandbad	Starnberg		Weischer.Cinema Partner G...	Schlemm Media GmbH	Schlemm Media C
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	862900	O.A. Erkenbert Ruine	Frankenthal (Pfalz)		Weischer.Cinema Partner G...	Schlemm Media GmbH	Schlemm Media C
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	852900	O.A. Tuchfabrik	Trier		Weischer.Cinema Partner G...	Weischer.Cinema Part...	Schlemm Media C
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	811200	O.A. Seeheim	Seeheim-Jugenheim		Weischer.Cinema Partner G...	Schlemm Media GmbH	Schlemm Media C

- Bei WCP-Veranstaltungen einfach in einer Mail auflisten (das sind nur überschaubare Mengen an OAs, die eine Grenze haben)

**Frühbucher-Rabatt 2025:**

Edgar ging dieses Jahr sehr früh mit ihren Angeboten an den Start und hat in allen einen "Frühbucherrabatt" i.H.v. 25% (inkl. AE) ausgewiesen. Das können wir so ebenfalls mit anbieten!

Sh. Frühbucherrabatt

# Kontakte ein/ausblenden - NEU 2025 - Wording

Es ist ab sofort möglich Angebote MIT Und OHNE Kontakte zu erstellen.

Bei Neukunden raten wir dazu, Kontakte nicht mit aufzuzeigen, da sie im System schlichtweg falsch hinterlegt sind.

Bei Kunden, die immer Kontakte erhalten haben, wird es schwierig diese einfach wegzulassen.

Bei anderen Kunden kann es hilfreich sein, sie ab 2025 wegzulassen und mit einem Wording per mail zu informieren.

Wir haben ein "weiches" Wording zur Open-Air Buchungsschiene erstellt und dies ist abgestimmt und kann verwendet werden:

Hallo XXX,

bei Open-Air Kampagnen handelt es sich um event-bezogene Kampagnen. Unsere Berechnung für Open-Air Kampagnen basiert auf der Laufzeit und nicht auf Kontaktbasis.

Die Preise, die Anzahl der Sitzplätze und auch die Anzahl der Vorstellungen pro Woche ist pro Veranstaltung individuell unterschiedlich.

Somit ist auch die Besuchererwartung sehr unterschiedlich pro Veranstaltung.

Es gibt kostenfreie Veranstaltungen, die keine Ticket-Verkäufe und auch keine festen Sitzplätze haben. Weiterhin erhalten wir von den Veranstaltern keine Expost-Auswertung über die Besucherzahlen.

Aus diesem Grund ist auch keine Kontakt-Auswertung für die Open-Air Kampagnen möglich.

Jedoch können wir versichern, dass wir bei einem Ausfall einer Veranstaltung (z.B. durch starke Regenfälle) diese Veranstaltung nicht berechnen.

Sollte es kurzfristig zu Verschiebungen der Zeiträume kommen, informieren wir Sie, so dass wir im Vorfeld noch reagieren können. Sollte die Verschiebung mit den

Kampagnenvorgaben nicht konform sein, besteht hier die Möglichkeit einer Gutschrift.

Für Rückfragen stehen wir gern zur Verfügung.

XXX

# Bemerkung zu Änderungen

Da sich bei Open Air immer viel und schnell ändern kann hinsichtlich Verschiebungen oder Ausfällen von Veranstaltungstagen, nehmen wir auf jedem Angebot + Auftragsbestätigung die Bemerkung mit auf

"Angaben unter Vorbehalt. Änderungen der Veranstaltungen sowie Zeiträume sind möglich."

(eng.: Information subject to change. Modifications to events and schedules are possible.)

# Belegungsübersicht

Die tatsächliche Laufzeit pro Veranstaltung ist bei Angebotserstellung nicht sichtbar. Es ist lediglich ein Gesamt-Zeitraum auszuwählen. Der Kunde sieht auf dem Angebot jedoch nicht, in wie vielen Veranstaltungen in welchen Wochen er onair wäre.

**In 2025 gibt es nicht den gewohnten Kreuzchenplan und auch über das neue Kundenportal wird es nicht so wie im letzten Jahr (2024) noch mit dem alten abgebildet werden können.**

Ab 2025 haben wir die Funktion uns die Kreuzchenpläne für extern über PowerBI zu ziehen: WCD -

Open Air Planung - Power BI

Diese Funktion geht nur bei Plänen ab Angebotsstatus und erst am Folgetag nach Ziehung des Angebots.

# Budget-Anpassung

Sollte der Kunde ein Briefing-Budget haben, welches für das passende Angebot zu niedrig ist, gibt es 2 Möglichkeiten:

1. In der Center-Übersicht in der Spaltenübersicht die IVW mit hinzuwählen und anhand dieser ggf. in einem Ort eine von mehrere Veranstaltungen herauslöschen. Hohe IVW = teure Veranstaltung / Niedrigere IVW = günstigere Veranstaltung.

In diesem Fall sollte man nun nicht alle der Top-Veranstaltungen herauslöschen, aber ggf. z.B. in Berlin einmal schauen ob man wirklich alle 9 Veranstaltungen auswählen muss.....

2. über "Ausschlüsse" einzelne Wochen einzelner Veranstaltungen ausdünnen, um das Budget entsprechend anzupassen.

3. über Saalkosten-Übersicht (sh. Kostenübersicht je Woche/Veranstaltung)

# Processing Fee

Analog zum Screen Focus bitte die Schwelle für die kostenfreie PF bei 100 T€ Volumen ansetzen.

Bei paralleler klassischer Kampagne bitte beide Angebote zusammenfassen und ein PF Angebot erstellen bzw. bei entsprechend hohem Volumen die PF als kostenfrei integrieren.

Vorab klären, ob im klassischen und Open-Air Bereich der gleiche Spot zum Einsatz kommt.

# Top Veranstaltungen 2025

Es gibt einige Top-Veranstaltungen im Open-Air Bereich.

Dabei handelt es sich um besucherstarke Veranstaltungs-Magneten, die immer gut besucht sind und auch bei Kunden/Agenturen häufig angesagt sind!

**Neu definierte Top 10 Veranstaltungen in Abstimmung mit Holger und WCP.**

**Super 8 gibt es aktuell noch keine Info und somit auch nicht zu den Filmnächten in Dresden (DER Top 1 Veranstaltung)**

**Gelb markierte Orte und Veranstaltungen sind Schlemm Veranstaltungen. Bzgl. Stuttgart gibt es gerade noch Unstimmigkeiten, wäre aber in jedem Fall eine der Top Veranstaltungen mit dem Mercedes Benz Museum und sollte - sobald planbar - in einem Briefing für die Top Veranstaltungen nicht fehlen. (Status 26.03. Claudia)**

Berlin – Friedrichshain - WCP

Berlin – Kreuzberg - WCP

Berlin – Rehberge – WCP

München – Kino Mond & Sterne – WCP

Düsseldorf – Alltours – WCP

Hamburg – Sternschanzenpark (3 Leinwände neu 2025) - WCP

Frankfurt – Freiluftkino – WCP

**Köln** – Naturstrom ist unsere Empfehlung (hat höhere IVW und mehr durchschnittliche Sitzplätze als Cinenova) – **Schlemm**

**Stuttgart** – Mercedes Benz Museum (Ist bei Schlemm bereits im Kreuzchenplan, aber bei uns noch nicht im System - @Alexandra Lepper: könntest Du das bitte prüfen? – **Schlemm**

**Duisburg** – Landschaftspark – **Schlemm**

**Zum reinkopieren in Dudiki:**

747000
147000
831300
279800
287500
375900
365800
283000
252900
716000

## ALT

2024 haben wir diverse dieser Veranstaltungen bei uns in petto und können diese über Weischer oder Schlemm - also auf jeden Fall aus einem Guß der DuDiKiApp anbieten. Es ist nicht mehr notwendig "werbefrei" für die Hinzunahme der Super8/Top Standorte, da wir fast alle direkt dieses Jahr unter Vertrag haben.

Top 10 Veranstaltungen:

1. Dresden, Filmnächte - weiterhin bei Super 8 - aktuell nicht buchbar
2. **Düsseldorf, Alltours - über WCP**
3. Dortmund, Seebühne Westfalenpark - Info folgt
4. **Berlin, Friedrichshain - WCP - über DuDiKi plan- und buchbar**
5. **Berlin, Rehberge - WCP - über DuDiKi plan- und buchbar**
6. **Hamburg, Sternschanzenpark - über DuDiKi plan- und buchbar**
7. **München, Kino Mond & Sterne - über DuDiKi plan- und buchbar**
8. **Duisburg, Stadtwerke - über DuDiKi plan- und buchbar**
9. **Berlin, Kreuzberg, über DuDiKi plan- und buchbar**
10. Chemnitz, Filmnächte - weiterhin bei Super 8 - aktuell nicht buchbar

# Wording Open Air bzgl. TOP (Super8) Standorte

Wie schon im vergangenen Jahr (2024) haben wir keinen direkten Zugriff auf Super 8 Veranstaltungen.

Wir haben für uns einen definierten Top 10 Kinopark und dieser ist aktuell in der Abstimmung zwischen Claudia, Sam, WCP und Holger.

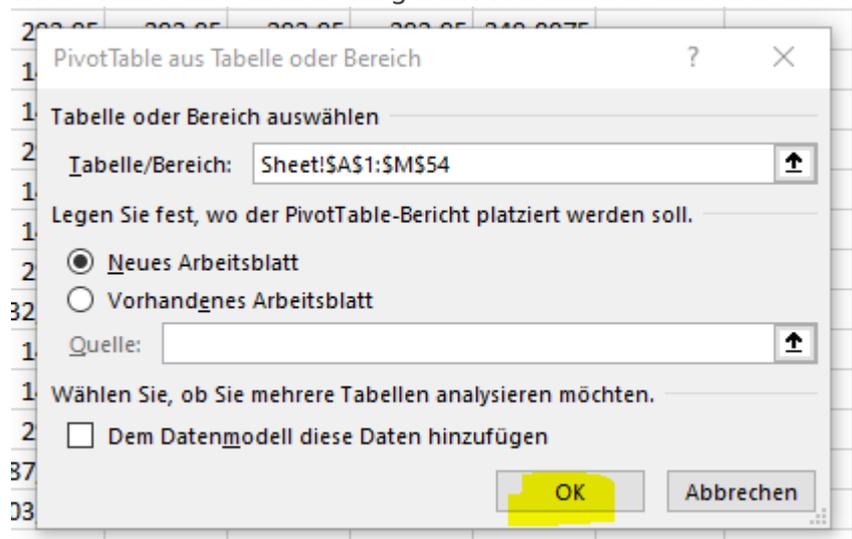
Status: 25.03.

# Kostenübersicht je Woche/Veranstaltung

Vereinzelt wünschen sich Kunden/Agenturen eine Übersicht der Kosten je Veranstaltung und/oder Woche.

Wenn Ihr einen Plan angelegt und den CPV berechnet habt, dann könnt Ihr unter "Planzahlen" und den Button "Saalkosten" Euch eine Excel ziehen. Diese Excel muss dann als Pivot aufbereitet werden:

- In der Excelliste auf "Einfügen >> PivotTable" klicken.
- Es öffnet sich ein kleines neues Fenster, in dem der Bereich automatisch definiert wird - hier muss nichts ausgefüllt werden sondern nur auf OK geklickt werden.



- Es öffnet sich ein neues Arbeitsblatt, wo im rechten Bereich "PivotTable Felder" nun die Pivot erstellt wird. Hier zieht Ihr Euch "Woche" in "Spalten", "Ort" + "Centernummer" + "Saalname" in "Zeilen" und "Brutto1" in "Werte".

### PivotTable-Felder

In den Bericht aufzunehmende Felder auswählen: 

Suchen

- Woche**
- Centernummer**
- Saalnummer
- Saalname**
- Straße
- PLZ
- Ort**
- Kinoart1
- Brutto2
- Brutto**
- Netto
- Netto2
- Netto3

Felder zwischen den Bereichen ziehen und ablegen:

<p><b>Filter</b></p>	<p><b>Spalten</b></p> <p>Woche</p>
<p><b>Zeilen</b></p> <p>Ort</p> <p>Centernummer</p> <p>Saalname</p>	<p><b>Werte</b></p> <p>Summe von Brutto</p>

Layoutaktualisierung zurückstellen Aktualisieren

- Damit Euch die Bruttowerte als "€"-Werte angezeigt werden, müsst Ihr die entsprechenden Zellen markieren und in das Buchhaltungsformat umformatieren.
- Dann könnt Ihr unter "Entwurf"
  - die "Teilergebnisse" nicht anzeigen lassen - WENN den Kunden die Gesamtkosten pro Ort nicht interessieren
  - die "Gesamtergebnisse" nur für Spalten/Zeilen anzeigen lassen - WENN den Kunden die Gesamtkosten pro Veranstaltung oder pro Woche nicht interessieren

- o das "Berichtslayout" im "Tabellenformat" anzeigen lassen - so ist es etwas übersichtlicher dargestellt.

- o Am Ende sieht die Tabelle dann wie folgt aus:

Summe von Brutto		Woche							Gesamte
Ort	Saalname	202426	202427	202428	202429	202430	202431		
Berlin	O.A. Friedrichshain	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	1.260,00 €	7.140,00 €	
	O.A. Kulturforum	885,00 €	885,00 €	885,00 €	885,00 €	885,00 €	885,00 €	5.550,00 €	
<b>Berlin Ergebnis</b>		<b>2.145,00 €</b>	<b>2.145,00 €</b>	<b>2.145,00 €</b>	<b>2.145,00 €</b>	<b>2.145,00 €</b>	<b>2.145,00 €</b>	<b>12.690,00 €</b>	
Düsseldorf	O.A. Alltours Kino							1.185,00 €	
	O.A. Vier Linden	375,00 €	375,00 €	375,00 €	375,00 €	375,00 €		1.185,00 €	
<b>Düsseldorf Ergebnis</b>		<b>375,00 €</b>	<b>375,00 €</b>	<b>375,00 €</b>	<b>375,00 €</b>	<b>375,00 €</b>		<b>3.180,00 €</b>	
Essen	O.A. Lichtburg am Dom				1.953,77 €	2.279,40 €	2.279,40 €	6.512,57 €	
<b>Essen Ergebnis</b>					<b>1.953,77 €</b>	<b>2.279,40 €</b>	<b>2.279,40 €</b>	<b>6.512,57 €</b>	
Hamburg	O.A. Schanzenkino 1				1.017,86 €	1.425,00 €	1.425,00 €	3.867,86 €	
	O.A. Schanzenkino 2				1.017,86 €	1.425,00 €	1.425,00 €	3.867,86 €	
<b>Hamburg Ergebnis</b>					<b>2.035,71 €</b>	<b>2.850,00 €</b>	<b>2.850,00 €</b>	<b>7.755,71 €</b>	
Ingolstadt	O.A. Freilichtkino Ingolstadt					590,57 €	826,80 €	1.417,37 €	
<b>Ingolstadt Ergebnis</b>						<b>590,57 €</b>	<b>826,80 €</b>	<b>1.417,37 €</b>	
Kassel	O.A.KULTURHAUS DOK 4					520,71 €	607,50 €	1.128,21 €	
<b>Kassel Ergebnis</b>						<b>520,71 €</b>	<b>607,50 €</b>	<b>1.128,21 €</b>	
Köln	O.A. NATURSTROM SOMMERKINO	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	4.500,00 €	
<b>Köln Ergebnis</b>		<b>750,00 €</b>	<b>750,00 €</b>	<b>750,00 €</b>	<b>750,00 €</b>	<b>750,00 €</b>	<b>750,00 €</b>	<b>4.500,00 €</b>	
Leipzig	O.A. Sommerkino Feinkost	487,50 €	487,50 €	487,50 €	487,50 €	487,50 €	487,50 €	2.925,00 €	
<b>Leipzig Ergebnis</b>		<b>487,50 €</b>	<b>487,50 €</b>	<b>487,50 €</b>	<b>487,50 €</b>	<b>487,50 €</b>	<b>487,50 €</b>	<b>2.925,00 €</b>	
München	O.A. Kino am Olympiasee 1	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	16.875,00 €	
	O.A. Kino am Olympiasee 2	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	2.812,50 €	16.875,00 €	
	O.A. Kino, Mond und Sterne	527,14 €	527,14 €	1.230,00 €	1.230,00 €	1.230,00 €	1.230,00 €	5.774,28 €	
<b>München Ergebnis</b>		<b>6.152,14 €</b>	<b>6.152,14 €</b>	<b>6.855,00 €</b>	<b>6.855,00 €</b>	<b>6.855,00 €</b>	<b>6.855,00 €</b>	<b>39.384,28 €</b>	
Münster	O.A. Schloßplatz				3.037,63 €	3.543,90 €	3.543,90 €	10.125,43 €	
<b>Münster Ergebnis</b>					<b>3.037,63 €</b>	<b>3.543,90 €</b>	<b>3.543,90 €</b>	<b>10.125,43 €</b>	
<b>Gesamtergebnis</b>		<b>9.909,64 €</b>	<b>9.909,64 €</b>	<b>10.612,50 €</b>	<b>17.639,61 €</b>	<b>20.397,09 €</b>	<b>21.530,10 €</b>	<b>89.928,48 €</b>	

# Ausschlüsse nach Duplizieren manuell aktualisieren

Beim duplizieren von Open Air Plänen (z.B. im Rahmen von Re-Briefs) müssen die Ausschlüsse manuell aktualisiert werden, damit immer die aktuellen Öffnungs- und Schließzeiten der jeweiligen Veranstaltungen greifen.

Hintergrund:

Die Ausschlüsse ziehen sich beim Erstellen von OA-Plänen immer von allein, da es sich um die Tage handelt, an denen die jeweiligen Veranstaltungen geschlossen sind.

Leider übernimmt Dudiki beim Duplizieren eines alten Plans die Ausschlussinfos 1zu1 aus dem alten Plan + ergänzt um neue Infos.

Somit sind zum Teil veraltete Schließungstage enthalten, an denen zwischenzeitlich die Veranstaltung doch einen Spieltag gemeldet und somit geöffnet hat.

Fazit: es geht uns wertvolles Budget flöten!

Daher bitte immer wie folgt vorgehen:

- Plan duplizieren, Anpassungen vornehmen, Plan speichern
- Ausschlüsse komplett rauslöschen, Plan speichern (à dabei ziehen sich die aktuellen Schließ-Infos automatisch und es sind nur noch die aktuellen Schließungstage enthalten)

# Forecast

Wir bitten Euch den Forecast für Open-Air Angebote mit zu pflegen.

Bitte sendet Eure Angebote immer auch an Sam und Claudia und tragt Eure Angebote bitte hier in die Datei "Forecast OA 2025" mit ein:

W:\WW\Deutschland\2025\Allgemeines\04\_Open Air 2025

Wichtig ist für uns die Spalte "K" mit Bemerkungen. Wenn es z.B. ein Vergleichsangebot von EDGAR gab oder die Planung abgesagt wurde mit Begründung oder oder oder.

Georg kann uns zwar den Angebotsstatus ziehen, aber nicht die Begründungen / Bemerkungen, die Ihr von Kunde/Agentur/Tandem-Partnerin erhaltet.

DANKE!

# Keine kontaktbasierten Pläne als Basis nehmen

Wenn ein OA Angebot ergänzend zu einem kontaktbasierten klassischen Plan erstellt werden soll, bitte den kontaktbasierten Plan **nicht** duplizieren und auf OA umschreiben.

Hier passieren sonst immer systemseitig die verrücktesten Bugs (Übernahme von Filmauswahl...).