

NVBW - Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH

Ausschreibung von Dienst- und Werkleistungen für Konzeption und Durchführung der Mitmachaktion der Kampagne Neue Mobilität 2021-2024 des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg

Bieterinformation Nr. 03 vom 26.10.2020

An die Vergabestelle sind folgende Fragen gerichtet worden. Die Antworten der Vergabestelle finden Sie direkt nach jeder Frage:

Frage:

Verstehen wir es richtig, dass im ersten Schritt nur die Stunden- und Tagessätze (differenziert nach Funktion/Qualifikation) einzureichen sind, und das Kalkulationsblatt erst zu einem späteren Zeitpunkt/im weiteren Verfahren?

Antwort:

Das Kalkulationsblatt ist als Teil des ersten Konzeptes im Teilnahmeantrag schätzungsweise auszufüllen. Dies soll vorgestellt werden und Teil der Verhandlungen sein. Eine genaue Kalkulation erfolgt im zweiten Schritt.

Frage:

Falls das Kalkulationsblatt bereits im ersten Schritt eingereicht werden soll: sollen vom Bieter die Tabellen für 2022 und folgende Jahre selbst angepasst werden (die Arbeitspakete ändern sich jedes Jahr) oder ist die Kalkulation nur für 2021 einzureichen?

Antwort:

Für den Teilnahmeantrag genügt die vorgegebene Kalkulation für 2021, siehe dort.

Frage:

Im Text werden zusätzlich zu den im Kalkulationsblatt aufgeführten Optionen weitere optionale Leistungen genannt; sind diese ebenfalls zu kalkulieren und im Kalkulationsblatt selbstständig zu ergänzen, oder müssen diese nicht kalkuliert werden?

Antwort:

Es wird ein **aktualisierte Kalkulationsblatt** „Anl 4 Kalkulationsblatt“ zur Verfügung gestellt.

Frage:

Sollen die Kampagnen 2022-2024 nur innerhalb der Kampagnen-Architektur skizziert werden oder auch mit Kreativideen?

Antwort:

Im Rahmen des Teilnahmewettbewerbs werden von den Bietern drei explizite Arbeitsproben erbeten (siehe Seite 15f). Inwiefern die Bieter im strategischen Fahrplan Kreativideen darstellen, liegt im Ermessen des Bieters. Bezüglich der erbetenen Inhalte des strategischen Fahrplans siehe Seite 15 der Leistungsbeschreibung, bezüglich der Bewertungskriterien, die im Teilnahmewettbewerb angelegt werden, siehe Seite 10 der Leistungsbeschreibung.

Frage:

Sollen die Arbeitsproben in den Kampagnenplan oder separat eingereicht werden?

Antwort:

Wenn Bieter mehr als die drei geforderten Arbeitsproben einreichen, sollen diese Teil des strategischen Fahrplans (max. 10 Seiten) sein.

Frage:

Soll die Preisliste in den Kampagnenplan oder separat eingereicht werden?

Antwort:

Die Stunden- und Tagessätze sind eine separate Anlage und nicht Teil des strategischen Fahrplans.

Frage:

Soll das Reichweiten-Konzept in den Kampagnenplan oder separat eingereicht werden?

Antwort:

Das Reichweiten-Konzept 2021 ist eine separate Anlage.

Frage:

Sind wir frei in der Gestaltung der 10 Konzeptseiten? (Z.B. Hoch- oder Querformat? Verwendung von Schaubildern und Grafiken) Anlieferung als Word Doc oder PDF-Datei?

Antwort:

Die einzige Vorgabe ist, dass der Umfang von 10 A4-Seiten nicht überschritten werden soll. Die weitere Gestaltung liegt im Ermessen der Bieter. Zur sichereren Übermittlung ist ein PDF-Dokument geeigneter.

Frage:

Inwiefern haben wir Spielraum beim Entwickeln und ggfs. Umdenken der bereits bestehenden Mitmachaktionen für 2021-2024? (Beispielweise beim Vorschlagen alternativer KPIs zur Erfolgsmessung oder beim Anpassen von Mitmach-Mechaniken)

Antwort:

Die Themen, Zielgruppen, Multiplikatoren und Ziele für die vier Mitmachaktionen sind grundsätzlich gesetzt. Sollte sich herausstellen, dass Vorgaben aus der Leistungsbeschreibung nicht sinnvoll oder nicht umsetzbar sind, können Alternativen vorgeschlagen werden.

Frage:

Arbeitsprobe 1 ist klar der Aktion für 2021 zuzuordnen. Arbeitsprobe 2 scheint sich (Zielgruppe junge Familien) auf 2023 zu beziehen? Bei Arbeitsprobe 3 ist aus der Aufgabenstellung kein konkreter Bezug zu einer Mitmachaktion zu erkennen. Stimmt unsere Zuteilung – oder sind wir hier frei in der Zuteilung? Oder alle Arbeitsproben auf 2021 beziehen?

Antwort:

Die Arbeitsproben sind unabhängig von der zu erbringenden Leistung. Eine Zuordnung zwischen Arbeitsproben und Kampagnenjahren ist nicht gewollt.

Frage:

Sollen alle Mitmach-Aktionen auch in der öffentlichen Wahrnehmung unter dem Motto "Neue Mobilität" laufen – oder sind pro Jahr eigene Kampagnen-Mottos gewünscht? (Stichwort: Jedes Jahr neue Impulse setzen, die natürlich auf die Hauptkampagne "Neue Mobilität" einzahlen.

Antwort:

Die Mitmachaktion ist der größte Bestandteil der Kampagne „Neue Mobilität“ und soll auch als solcher kommuniziert werden. Gleichzeitig soll die Kommunikation für jedes Jahr stark an die Zielgruppe angepasst werden, siehe auch AP 5.1, Seite 34f.