

NVBW - Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH

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

Bieterinformation Nr. 02 vom 16.10.2020

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

Frage:

Verstehen wir es richtig, dass die Fremdkosten nicht nach Fälligkeit der Leistung, sondern jeweils nach Abschluss eines Jahres beglichen werden?

Antwort:

Seitens der Auftraggeberin liegt die Annahme zugrunde, dass sowohl Agentur- als auch Fremdkosten relativ gleichmäßig über das Jahr verteilt anfallen. Vor diesem Hintergrund ist vorgesehen, dass die Auftragnehmerin nach Ende eines Quartals auf Rechnungsstellung 25% (bezogen auf die ersten drei Quartale) bzw. 20% (bezogen auf das 4. Quartal) des kalkulierten Jahresbudgets erhält. Sobald alle Arbeiten abgeschlossen sind, findet nach jedem Jahr eine scharfe Schlussabrechnung statt. Im Rahmen der jährlichen Schlussabrechnung prüft die Auftraggeberin alle von der Auftragnehmerin eingereichten Fremdkostenbelege.

Fremdkosten werden somit gleichmäßig verteilt über das Jahr beglichen, die Belege werden jedoch erst nach Abschluss eines Jahres final geprüft.

Kapital 2.5 wird dementsprechend aktualisiert:

Die Vergütung **des Gesamtbetrages** wird wie folgt fällig (**Zahlungsplan**):

1. Teilzahlung (Ende erstes Quartal) 25 % der (jährlichen) Auftragssumme
2. Teilzahlung (Ende zweites Quartal) 25 % der (jährlichen) Auftragssumme
3. Teilzahlung (Ende drittes Quartal) 25 % der (jährlichen) Auftragssumme
4. Abschlusszahlung (spätestens zum 30.11.) 20 % der (jährlichen) Auftragssumme
5. Scharfe Schlussabrechnung und Schlusszahlung nach Abschluss aller Nacharbeiten

Die Abrechnung erfolgt bezüglich der Agenturkosten auf Basis des im Angebot kalkulierten Preises. Der Preis kann nach Abgabe des Angebots nicht mehr angepasst werden.

Die Fremdkosten werden von der **AG** auf Vorlage der Rechnungen jeweils nach Abschluss eines Jahres **scharf abgerechnet**.

Frage:

Im Kalkulationsblatt sind die Agenturkosten und Fremdkosten anzugeben. Was verstehen Sie unter Fremdkosten? Meinen Sie dabei Agentur Dienstleistungen die wir als Agentur nicht abdecken können oder auch [wir verstehen das als „nur“] Kosten wie z.B. bei AP 3.5 Raummiete für die Vor-Ort-Veranstaltung, Schaltungskosten einer Anzeige in einem Fachmagazin, etc.?

Antwort:

Um eine faire Preisbewertung aller Angebote vorzunehmen, sollen Agentur- und Fremdkosten getrennt voneinander kalkuliert werden. Für die Bewertung ist weiterhin wichtig, dass alle Bieter jeweils die gleiche Leistung als Agentur- oder als Fremdleistung deklarieren, auch wenn die Leistung später möglicherweise anders erbracht wird.

Die Definition von Fremdkosten finden Sie in der Leistungsbeschreibung auf Seite 9f.

Kosten für Raummiete (siehe „Sachkosten“) und Anzeigenschaltung (siehe „Mediabudget“) sind demnach als Fremdkosten zu verstehen.

Frage 1:

Unter B 1.4. gehen Sie davon aus, dass seitens des AN eine Kapazität vorhanden ist, um einen Kampagnen-Gesamtwert von bis zu 1 Mio. EUR/Jahr umzusetzen. Welche Mindesthöhe des Agenturumsatzes erwarten Sie daher bei der Darstellung der "Finanziellen und wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit" in A 5.2.?

Antwort:

Es werden keine "Mindesthöhen" gefordert.

Frage 2:

Erwarten Sie bei der Erstellung des im Angebot geforderten "Jahresplanes" neben den "Beschreibungen" auch visuelle Umsetzungen (Zuschlagskriterium "Qualität der Kreativität")?

Antwort:

Ja. Die Bieter sollen anhand beispielhafter Arbeitsproben ihre Qualifikation hinsichtlich Kreativität und Zielorientierung verdeutlichen.

Bezüglich der beispielhaften Arbeitsproben gibt es seitens der Auftraggeberin keine Vorgaben. Wichtig ist, dass sich in der Gesamtschau des Teilnahmeantrags ein Eindruck über die Kreativität und das zielgruppenspezifische Arbeiten der Bieterin vermittelt.

Siehe dazu auch Bieterinformation Nummer 1, Frage 2.

Frage 3:

Welche Inhalte erwarten Sie im "Arbeitsplan" im Gegensatz zum "Jahresplan"?

Antwort:

Die geforderten Inhalte des Jahresplans werden auf Seite 12 der Leistungsbeschreibung dargelegt. Im Unterschied dazu macht der Arbeitsplan transparent, in welchen Zeitschienen und Arbeitsschritten die Aktivitäten entwickelt, vorbereitet, durchgeführt und nachbereitet werden. Der Arbeitsplan darf grafisch z.B. in einem Tabellenformat umgesetzt werden.

Frage:

Im Rahmen des Angebots ist ein Jahresplan mit Beschreibungen zu den Arbeitspaketen abzugeben. Gibt es für diesen Jahresplan eine Vorstellung für den Umfang, also z.B. "maximal X Seiten"?

Antwort:

Die Auftraggeberin macht keine Vorgaben bezüglich des Umfangs des Jahresplans. Der Umfang sollte sich an den geforderten Inhalten des Dokuments orientieren und angemessen sein.

Frage 1:

(Zuschlagskriterien, S. 9) "Vorgehensweise beim operativen Zielmanagement" - was genau ist hiermit gemeint?

Antwort:

Der Auftraggeberin ist wichtig, dass die Auftragnehmerin vom Ziel der Auftraggeberin her denkt. Somit ist hier danach gefragt, was die Auftragnehmerin konkret tut, sodass die Auftraggeberin ihre Ziele erreicht.

Konkret kann an dieser Stelle insbesondere auf folgende Arbeitspakete verwiesen werden:

- 3.6: Direktansprache → Wie kann das genannte angestrebte Ziel der Auftragnehmerin realisiert werden?
- 3.7: Online-Medien-Schaltung → Welche Reichweiten und Strategien empfiehlt die Auftragnehmerin und wie werden sie tatsächlich erreicht.
- 5.1: Kommunikationskonzept Erfolgsmeldungen → Wie kann das Funktionieren und der Erfolg dieses Arbeitspakets sichergestellt werden?

Frage 2:

(AP4, S. 30) "vorhandene Datenbanken zum Straßenraum": Welche Art von Datenbanken als Basis für die Visualisierung sind damit gemeint und welches Bildmaterial wird zur Verfügung gestellt?

Antwort:

Die Erstellung der Materialien (betrifft sowohl AP 4.1 als auch AP 4.2) liegt vollständig bei der Auftragnehmerin. Ggf. wird die Auftraggeberin zu einem späteren Zeitpunkt weitere Hilfestellungen und Hinweise geben können, ob bereits bestehende Inhalte von Datenbanken genutzt werden können. Aktuell sollen die Bieter für ihre Kalkulation davon ausgehen, dass dies nicht der Fall ist.

Frage 3:

In der Ausschreibung ist angegeben, dass AP 3.7 Online Media-Schaltung erst ab 2022 umgesetzt wird - ist aber in der Anlage 1 der Kalkulation zu 2021 enthalten. Soll die Konzeption und Planung für die Media-Schaltung noch in 2021 erfolgen und nur die Umsetzung in 2022 stattfinden oder erfolgen Konzeption und Planung auch erst in 2022?

Antwort:

Vielen Dank für den Hinweis. Die Anlage ist fehlerhaft. Das AP 3.7 wird erst ab 2022 umgesetzt und auch nicht vorher begonnen. Ein **aktualisiertes Kalkulationsblatt** wird beigelegt.

Frage 4:

(AP 3, S. 18) Werden uns die Zugänge für die erwähnten Social Media-Kanäle des VM zur Verfügung gestellt und wenn ja, in welchem Umfang?

Antwort:

Auf den Seiten 17f wird die Kampagnenlandschaft des VM dargestellt. Diese ist mitzudenken sodass die „Neue Mobilität“ richtig verortet werden kann. Das redaktionelle Bespielen von einer eigenen Kampagnen-Präsenz auf Social Media ist nicht vorgesehen.

In AP 3.5 sollen redaktionelle Beiträge vorbereitet werden. Diese werden an die Auftraggeberin übersandt, die sie selbst veröffentlicht.

In den AP 3.5, 3.7, 5.1 und 5.2 soll Werbung über Social Media geschaltet werden. Zu diesem Zweck kann die Auftraggeberin der Auftragnehmerin einen Account zur Verfügung stellen.

Frage 5:

(AP5) Erhalten wir in regelmäßigem Turnus eine Auflistung, welche Unternehmen/ Kommunen welche Förderungen (in welcher Höhe) erhalten haben? Wären in diesem Fall

auch Ansprechpartner und Kontaktdaten des Antragstellers dabei, um uns für die Erstellung der Erfolgsmeldungen mit den Fördernehmern in Verbindung setzen zu können?

Antwort:

Aktuell ist davon auszugehen, dass die Daten vollständig von der Auftragnehmerin recherchiert werden müssen. Sollten sich nach Zuschlagserteilung auf Seiten der Auftraggeberin DSGVO-konforme Möglichkeiten bieten, Kontaktdaten an die Auftragnehmerin weiterzugeben, wird sie das tun.

Frage 6:

(AP 3 und 5) Erhalten wir für Mailings/ Postwurfsendungen Unterstützung bei der Erlangung der Adressen (DSGVO-konform)?

Antwort:

In Bezug auf AP 3 und 5: Nein.

Frage:

Im Gegensatz zu AP 5.1 (20 Erfolgsmeldungen) ist die Anzahl der zu kalkulierenden Highlight-Erfolgsmeldungen in AP 5.2 nicht näher angegeben. Wie viele Highlight-Erfolgsmeldungen sollen hier kalkuliert werden?

Antwort:

In AP 5.2 geht es nicht darum, die „besten“ Erfolgsmeldungen aus AP 5.1 nochmals zu veröffentlichen, sondern darum, eine Kommunikation zu konzipieren, die mit Blick auf die Gesamtheit der im Jahr dagewesenen Erfolgsmeldungen Highlights formuliert und unterstreicht. Die konkreten Leistungen dazu sind in der Leistungsbeschreibung auf Seite 33f dargelegt. Die quantitative Intensität der einzelnen Distributionswege liegt – sofern sie nicht näher angegeben werden – im Ermessen der Auftragnehmerin.

Frage:

Gehen wir darüber hinaus recht in der Annahme, dass es sich bei dem einführenden (unterstrichenen) Abschnitt bei den letzten beiden Nennungen des AP um einen Schreibfehler handelt und eigentlich das AP 5.2 gemeint ist?

Antwort:

Vielen Dank für den Hinweis. Dies ist tatsächlich ein Schreibfehler. Es muss heißen:

Option: AP 5.2: Highlights kommunizieren

Anhängig vom Erfolg und der Entwicklung des AP 5.1 sowie abhängig von den finanziellen Mitteln der AG, behält sich die AG vor, **AP 5.2** zu beauftragen. Das **AP 5.2** kann bezogen auf jeweils ein Jahr beauftragt werden. Die Option ist zu kalkulieren.

Anlage 1

Kalkulationsblatt

für das Angebot über Dienstleistungen zur Öffentlichkeitsarbeit durch einen externen Dienstleister.

Ich/wir bieten die Ausführung der beschriebenen Leistungen zu den von mir/uns im nachfolgenden Kalkulationsblatt eingesetzten **Netto-Preisen** wie folgt an:

Arbeitspakete in 2021	Agenturkosten in €	Fremdkosten in €	Gesamtkosten in €
AP 1: Gesamtkoordination			
AP 2.1: CD, Visualität			
AP 2.2: Website			
AP 2.3: Teilnahme der Kampagne an Veranstaltungen anderer Akteure			
AP 3.1: Übergabe			
AP 3.2: Website Elektromobilität			
AP 3.3: 1 Newsletter			
AP 4.1: Fotos			
AP 4.2: Vorher-Nachher-Illustrationen			
AP 5: Erfolgsmeldungen			
Endsumme netto (Arbeitspakete)			

Abweichende Arbeitspakete in Folgejahren	Agenturkosten in €	Fremdkosten in €	Gesamtkosten in €
AP 2: CD, Visualität (pro Jahr in 2022, 2023, 2024)			
AP 2.1: Website (pro Jahr in 2022, 2023, 2024)			

Abweichende Arbeitspakete in Folgejahren	Agenturkosten in €	Fremdkosten in €	Gesamtkosten in €
AP 3.3: Newsletter-Versand (pro Jahr in 2022, 2023, 2024)			
AP 3.4: Newsletter-PR (pro Jahr in 2022, 2023, 2024)			
AP 3.5: Zielgruppenspezifische Veranstaltung für potentielle Fördernehmer der E-Mobilität (pro Jahr in 2022, 2023, 2024)			
Baustein 1 von AP 3.6: Direktansprache von potentiellen Fördernehmern sowie Multiplikatoren (pro Jahr in 2022, 2023, 2024)			
Baustein 4 von AP 3.6: Direktansprache von potentiellen Fördernehmern sowie Multiplikatoren (pro Jahr in 2022, 2023, 2024)			
AP 3.7: Online Media-Schaltung			
AP 4.1: Fotos (unterschiedliche Kalkulation in 2022 und 2023 möglich – keine Leistung in 2024)			
AP 4.2: Vorher-Nachher-Illustration (unterschiedliche Leistung in 2022 und 2023 möglich – keine Leistung in 2024)			
AP 4.3: Kalender (in 2022)			

Optionen	Agenturkosten in €	Fremdkosten in €	Gesamtkosten in €
Option zu AP 1: 10 mal Zuarbeit bei Anfragen			
Option zu AP 1: 1 mal Zuarbeit für Termin der Hausspitze			
Option zu AP 2.3: 1 Präsenz bei einer Veranstaltung			
Option zu AP 2.3: 1 Präsenz bei einer Messe			
Option zu AP 2.3: 5 professionelle Fotos bei einer Veranstaltung oder Messe			

Option zu AP 3.4: 1 zusätzliche Vor-Ort-Veranstaltung			
Option zu AP 3.4: 1 zusätzliche virtuelle Veranstaltung			
Option zu AP 3.6: Direktansprache von potentiellen Fördernehmern sowie Multiplikatoren - Option 2			
Option zu AP 3.6: Direktansprache von potentiellen Fördernehmern sowie Multiplikatoren - Option 3			
Option zu AP 4.1: 3 Fotos eines weiteren Mobilitätsszenarios			
Option zu AP 4.2: ein weiteres Vorher-Nachher-Paar			
Option zu AP 4.3: Produktion, Verteiler und Distribution für 100 weitere Kalender			
Option zu AP 5.1: „Basisleistungen“ für 20 weitere Erfolgsmeldungen			
Option zu AP 5.1: Wurfsendungen für 5 weitere Erfolgsmeldungen			
Option zu AP 5.1: Social Media-Anzeigen für 10 weitere Erfolgsmeldungen			
Option zu AP 5.1: Media-Schaltung im öffentlichen Raum bei 3 Erfolgsmeldungen			
Option AP 5.2: Highlights kommunizieren			
Endsumme netto (Optionen)			

Ort, Datum und rechtsverbindliche Unterschrift (inkl. Name in Klarschrift) des Bieters/ der Bietergemeinschaft