

NVBW - Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH

Ausschreibung eines externen Dienstleisters zu Media-Leistungen zur Förderung der Verkehrssicherheitsarbeit im Rahmen der Nachhaltigen Mobilität

Bieterinformation Nr. 02 vom 18.11.2020

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

Frage:

Was bedeutet in 2.4. "Der Auftraggeber behält sich im Rahmen des Vertragsbudgets vor, zusätzliche Optionen der Arbeitspakete 2 bis 5 zu beauftragen." Sind dann innerhalb des vorgegebenen Budget z.B. mehr Filme als die 2 x 3 für 2021/22 angegebenen zu leisten?

Antwort:

Genau. Sollte vom jährlichen Gesamtbudget in Höhe von 410.000 € nach Erbringung der Grundleistungen, d.h. ein Workshop pro Jahr, 2 x 3 Filme für 2021/22, 2 x 3 Plakat-Aktionen für 2021/22, 2 x 2 Radiospots für 2021/22, noch Mittel verfügbar sein, besteht die Möglichkeit dies in einen weiteren Film, Radiospot oder Plakat-Aktion zu investieren.

Frage:

6.2: Gibt es neben dem Kampagnenlogo und den in der Ausschreibung genannten Farben weitere vorgegebene Elemente eines Kampagnenerscheinungsbildes? Oder ein CD-Manual?

Antwort:

Nein, darüber hinaus gibt es keine Vorgaben zum Kampagnenerscheinungsbild. Wichtig ist, dass die bisherigen Farben und das bisherige Design verwendet werden.

Frage:

6.2: Die URL www.vorsicht-ruecksicht-umsicht.de verweist auf eine Landingpage des Ministeriums-Auftritts. Ist hier noch eine spezifische Kampagnenwebsite geplant?

Antwort:

Es ist keine spezifische Kampagnenwebsite geplant. Eine Einbettung auf der Homepage des Ministeriums für Verkehr wird erfolgen.

Frage:

6.2: Wie sieht der bisherige Media Mix der Kampagne aus? Gibt es Learnings aus der bisherigen Kampagne Angaben zur Performance der einzelnen Maßnahmen/Kanäle?

Antwort:

Im Rahmen der Verkehrssicherheitskampagne „Vorsicht.Rücksicht.Umsicht“ wurden nachfolgende Elemente genutzt, um die Themen in den Jahren 2019 und 2020 zu bespielen:

- Verteilung von Printprodukten (Flyer, Postkarten, DIN A3 Plakate) über Multiplikatoren
- Medienarbeit: Pressemitteilungen, Anzeigen in Fachmagazinen, Sharables und GIFs auf Social-Media
- Radiosport und Erklärfilm (je 2019, Ruhender Verkehr)
- Zielgruppenspezifische Ausspielung von Videoclip als Preroll (2020)
- InfluencerInnen-Kooperation (2020)

Frage:

4.2: Muss neben dem zwingend auszufüllenden "Angebotsblatt" auch ein detailliertes Kostenangebot eingereicht werden?

Antwort:

Nein, das Angebotsblatt ist ausreichend.

Frage:

7., AP 3: Kann für die Ansprache von Medien, Multiplikatoren und Stakeholdern auf einem bestehenden Verteiler aufgebaut werden?

Antwort:

Für unser bisher genutzten Multiplikatoren liegen Verteiler vor, auf die zurückgegriffen werden können.

Frage:

7., AP 4: Was verstehen Sie unter "großflächige" Schaltung von Plakaten etc.?

Antwort:

Hier verstehen wir eine landesweite Schaltung von Großflächenplakaten bzw. großen Plakaten im öffentlichen Raum.

Frage:

Anlage 1: Sollen "zusätzliche" Empfehlungen im Gesamtbudget enthalten sein?

Antwort:

Es steht nur das angegebene Budget zur Verfügung, daher können zusätzliche Empfehlungen nur umgesetzt werden, wenn das Budget nicht überschritten wird. Angebots- und wertungsrelevant ist jedoch nur die Umsetzung der Leistungsbeschreibung. Nur so liegen vergleichbare Angebote vor.