



Landesanstalt für Medien NRW · Postfach 103443 · D-40025 Düsseldorf
An alle Bieterinnen und Bieter

ANSCHREIBEN ZUR ÖFFENTLICHEN AUSSCHREIBUNG

Konzeption, Umsetzung und Betreuung von Social-Ads-Maßnahmen für das Angebot ZEBRA auf Instagram

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Bieterin, lieber Bieter,

Mit diesem Anschreiben erhalten Sie die Vergabeunterlagen zur Öffentlichen Ausschreibung über die Konzeption, Umsetzung und Betreuung von Social-Ads-Maßnahmen für das Angebot ZEBRA auf Instagram.

Die Landesanstalt für Medien NRW (LFM NRW) ist eine Anstalt des öffentlichen Rechts mit Sitz im Düsseldorfer Medienhafen. Sie steht für den Schutz der Menschenwürde, der Jugend, der Nutzerinnen und Nutzer sowie der Medienvielfalt in Nordrhein-Westfalen. Mit rund 120 Beschäftigten kommen wir diesen Aufgaben nach, indem wir unter anderem bestehende Medienangebote regulieren und beaufsichtigen, sodass die zuvor genannten Schutzgüter nicht verletzt werden. Gleichzeitig vermitteln wir Menschen, wie sie Medien fair und selbstbestimmt nutzen und fördern den Journalismus in NRW.



Der Instagram-Kanal @fragzebra ist ein zentrales Kommunikationsangebot der Landesanstalt für Medien NRW zur Medienorientierung für Eltern und pädagogische Fachkräfte. Der Kanal klärt zielgruppengerecht über die drei Schwerpunktthemen Radikalisierung, Desinformation und sexualisierte Gewalt im digitalen Raum auf. Ziel ist es, Orientierung zu geben, Risiken verständlich einzuordnen und konkrete Handlungsmöglichkeiten für den Alltag von Familien, Schulen und Einrichtungen aufzuzeigen.

HINTERGRUNDINFORMATIONEN ZUR LEISTUNG

Ziel ist es, durch gezielte Social-Advertising-Maßnahmen die Reichweite und Bekanntheit von ZEBRA deutlich zu steigern, relevante Zielgruppen (Eltern und pädagogische Fachkräfte auf Instagram) anzusprechen und die Interaktion mit dem Angebot zu fördern.

Gesucht wird ein Unternehmen mit nachweisbarer Erfahrung in Social-Ads-Kampagnen für öffentliche oder gemeinnützige Themen, der die definierten Zielgruppen treffsicher erreicht, das ZEBRA-CI einhält und die Kampagnenleistung sorgfältig anhand festgelegter KPIs (Reichweite, Follower, Engagement, CPC) auswertet.

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte der Leistungsbeschreibung.

ZUM VERFAHREN

Verfahrensart:

Die Vergabe des Auftrags erfolgt im Wege einer öffentlichen Ausschreibung gemäß § 5 Abs. 1 iVm. § 6 Abs. 1 Vergabeordnung für Liefer- und Dienstleistungen der Landesanstalt für Medien NRW (VergO L+D).

Verfahrensablauf:

Nach Ablauf der Frist zur Einreichung der finalen Angebote werden diese durch die Auftraggeberin anhand der Bewertungskriterien ausgewertet. Nach Abschluss der Auswertung erfolgt die Erteilung des Zuschlags bzw. die Mitteilung über die Absage.

Angebotsphase:

Das Angebot ist in deutscher Sprache elektronisch in Textform über die für die Abgabe von Angeboten vorgesehene Funktion der Vergabeplattform abzugeben. Eine Einreichung über die allgemeine Kommunikationsfunktion der Vergabeplattform oder auf anderen Wegen ist unzulässig.

Die eingereichten Angebote sind verbindlich. Sie werden nach Eingang unverzüglich geöffnet, auf Vollständigkeit und Plausibilität geprüft und anhand der festgelegten Zuschlagskriterien bewertet.

Zuschlag:

Das nach der Bewertung bestplatzierte Angebot erhält den Zuschlag. Alle Bieter erhalten nach Abschluss der Bewertung eine Nachricht über das Ergebnis.



Bitte beachten sie, dass Verhandlungen, insbesondere über dem Inhalt der Angebote oder Preise unzulässig sind. Ebenso dürfen keine Nebenangebote eingereicht werden. Das heißt, die Bieter und Bieterinnen dürfen keine zusätzlichen, nicht von der Leistungsbeschreibung vorgegebenen Leistungen anbieten.

Vergabe- und Angebotsunterlagen:

Neben diesem Anschreiben, der Vergabeordnung der LFM NRW beinhalten die Vergabeunterlagen die nachfolgenden Dokumente. Diese sind jeweils ausgefüllt bzw. mit der Bestätigung der Kenntnisnahme mit dem Angebot an die Auftraggeberin zurückzusenden.

- Leistungsbeschreibung
- Preisblatt
- Vertrag
- Besondere Vertragsbedingungen TVG NRW
- Vordruck Eignungsanforderungen und Referenzen
- Vordruck Ausschlussgründe GWB
- Vordruck zur Feststellung des versicherungsrechtlichen Status (K-15-Formular)
- Vergabeordnung für Liefer- und Dienstleistungen - VergO L+D (zur Kenntnisnahme)

Vom Bieter bzw. der Bieterin zu erstellende Unterlagen:

- **Projektskizze / Vorgehensweise:** Die Projektskizze kann in **Präsentationsform** eingereicht werden und soll die geplante **Kampagnenstrategie** und -Umsetzung aufzeigen. Folgende Inhalte sind verpflichtend darzustellen:
 - Zielgruppenansprache und -segmentierung
 - Auswahl und Begründung geeigneter Werbeformate (organisch/paid)
 - Kreative Leitideen, Bild-/Videostrategie
 - Plattformgerechte Umsetzung auf Instagram
 - Reichweitenlogik und Performance-Ziele
 - Struktur und Rollenverteilung im Projektteam
 - Zeit- und Meilensteinplanung
 - Kommunikations- und Abstimmungsprozesse
 - Technische Umsetzung

Eignungskriterien:

Die Eignungskriterien ergeben sich aus dem beigefügten Vordruck „Vordruck Eignungskriterien und Referenzen“. Dieser ist vollständig ausgefüllt zusammen mit dem Angebot einzureichen. Die Eignungsanforderungen dienen der Prüfung der Eignung des Bieters zur Durchführung des Verfahrens. Für eine Bewertung des Angebotes ist es zwingend erforderlich, dass alle Voraussetzungen erfüllt sind.



Voraussichtlicher zeitlicher Ablauf der öffentlichen Ausschreibung:

Beginn: **Montag, den 27.07.2026**

Ablauf Frist Bieterfragen: **Montag, den 10.08.2026, 12:00 Uhr**

Ablauf Frist zur Einreichung der Angebote: **Montag, den 17.08.2026, 12:00 Uhr**

Auftragsvergabe: **KW 35/36**

Einreichung der Angebote/ Ausschreibungsfrist:

Die Ausschreibung läuft bis **Montag, den 17.08.2026, 12:00 Uhr** Bitte beachten Sie, dass es sich hierbei um eine Ausschlussfrist handelt und später eingehende Angebote nicht berücksichtigt werden können.

Angebote dürfen ausschließlich über dieses Vergabeportal eingereicht werden. Angebote, die in anderer Form oder auf einem anderen Weg eingereicht werden, werden nicht berücksichtigt.

Bieterfragen/Kommunikation:

Im Rahmen der öffentlichen Ausschreibung können Bieterfragen bis **Montag, den 10.08.2026** eingereicht werden. Später eingehende Bieterfragen werden nicht beantwortet. Die Einreichung und Beantwortung von Bieterfragen erfolgen ausschließlich über dieses Portal, das gilt für sämtliche Kommunikation im Rahmen des Verfahrens.

Bindefrist:

Die Bindefrist läuft bis zum **24.10.2026**

BEWERTUNGSKRITERIEN:

Die Auswahl im Rahmen der öffentlichen Ausschreibung erfolgt auf Basis der folgenden Bewertungskriterien:

A: Preis (40 %)

Hinweis: Das maximale Budget beträgt 30.000 Euro brutto. Angebote, deren Bruttogesamtpreis dieses Budget überschreitet, sind nicht zuschlagsfähig und werden von der Wertung ausgeschlossen. Dies gilt auch bei geringfügigen Überschreitungen.

Beim Kriterium Preis werden der angebotene Gesamtpreis und das darin enthaltene Mediabudget jeweils mit 50 % berücksichtigt.

Die Berechnung erfolgt anhand der folgenden Formeln:

Bewertung Gesamtpreis:



Für den Gesamtpreis erhält das Angebot mit dem niedrigsten zulässigen Gesamtpreis die volle Punktzahl von 10 Punkten. Die übrigen Angebote werden im Verhältnis zum niedrigsten Gesamtpreis nach folgender Formel bewertet:

$$\frac{\text{Günstigster Gesamtpreis}}{\text{Angebotspreis}} \times 10 = \text{Punkte für den Gesamtpreis}$$

Bewertung Mediabudget:

Für das Mediabudget erhält das Angebot mit dem höchsten ausgewiesenen Mediabudget die volle Punktzahl von 10 Punkten. Die übrigen Angebote werden im Verhältnis zum höchsten Mediabudget nach folgender Formel bewertet:

$$\frac{\text{Mediabudget}}{\text{Höchstes Mediabudget}} \times 10 = \text{Punkte für das Mediabudget}$$

Berechnung Wertungspunkte:

Abschließend werden die errechneten Punkte für den Gesamtpreis und das Mediabudget zueinander ins Verhältnis gesetzt und mit dem Faktor 40 multipliziert, um so die Wertungspunkte für das Kriterium Preis zu ermitteln. Dabei können maximal 400 Punkte erreicht werden. Zur Berechnung wird die folgende Formel verwendet:

$$(0,5 \times \text{Punkte Gesamtpreis} + 0,5 \times \text{Punkte Mediabudget}) \times 40 = \text{Wertungspunkte}$$

B: Konzeptqualität, Strategie und Umsetzung (60 %)

Bewertung der vorgeschlagenen Kampagnenstrategie (Zielgruppenansprache, Formatwahl, kreative Ansätze, Reichweitenlogik), inklusive passgenauer Umsetzung auf beiden Plattformen, Struktur des Projektteams, Zeitplan, Kommunikation und technische Umsetzung.

Das eingereichte Konzept wird anhand der folgenden sechs Teilkriterien bewertet. Dabei wird unter Berücksichtigung aller Kriterien eine Punktzahl zwischen 0 – 10 je Unterkriterium vergeben. Die so erreichte Punktzahl wird mit 60 multipliziert., sodass für das Kriterium Konzeptqualität, Strategie und Umsetzung maximal 600 Punkte vergeben werden.

Nr.	Kriterium	Bewertungsmaßstab
1.	Zielgruppenansprache	Wie klar und differenziert sind Zielgruppen (Instagram: 28–50 Jahre; Eltern & Pädagogen) adressiert?
2.	Formatwahl & Kreativität	Werden passende Formate gewählt? Sind kreative, plattformgerechte Umsetzungen erkennbar?



3.	Reichweitenlogik & KPIs	Wie schlüssig ist die Strategie zur Reichweitensteigerung? Ist die KPI-Logik nachvollziehbar und ambitioniert?
4.	Passgenaue Umsetzung auf Instagram	Werden plattformspezifische Anforderungen (Ton, Tempo, Zielgruppe) berücksichtigt und umgesetzt?
5.	Struktur & Ressourcenplanung des Projektteams	Ist das Team kompetent und effizient organisiert? Wurde der Projektverlauf klar strukturiert?
6.	Zeitplan, Kommunikation	Gibt es einen realistischen Zeitplan? Wie wird die Kommunikation mit ZEBRA organisiert?

Bewertungsskala:

Punkte gesamt (max. 10)	Bewertungskategorie
9 - 10 Punkte	Hervorragendes, in allen Aspekten überzeugendes Konzept
7 - 8 Punkte	Sehr gutes Konzept mit kleineren Schwächen
5 - 6 Punkte	Gutes, tragfähiges Konzept mit Verbesserungspotenzial
3 - 4 Punkte	Konzept mit deutlichen Schwächen
0 - 2 Punkte	Konzept nicht überzeugend / unzureichend

Gesamtbewertung:

Kriterium A: 400 Punkte

Kriterium B: 600 Punkte

Maximal erreichbare Gesamtpunktzahl: 1000 Punkte



Abschließende Hinweise:

- Die Nichtbeachtung der Vorgaben führt zum Ausschluss aus dem Vergabeverfahren.
- Die Kommunikation findet ausschließlich über das Vergabeportal statt. Sonstige Anfragen bleiben unbeantwortet.
- Die Abgabe von Nebenangeboten ist ausgeschlossen. Wird ein Nebenangebot abgegeben, wird das Angebot vom Vergabeverfahren ausgeschlossen. Ein Nebenangebot ist jedes Angebot, das inhaltlich von den in der Leistungsbeschreibung vorgegebenen Leistungen abweicht. Das gilt auch für Ergänzungen und Erweiterungsoptionen.
- Über den Inhalt der Vergabeunterlagen wird nicht verhandelt.
- Das Vertragsverhältnis zwischen Auftraggeberin und dem Auftragnehmer bzw. der Auftragnehmerin entsteht mit allen Rechten und Pflichten mit der Erteilung des Zuschlags.
- Angebote die das Gesamtbudget in Höhe von 30.000 € brutto übersteigen, können bei der Bewertung nicht berücksichtigt werden und werden vom Vergabeverfahren ausgeschlossen.

Wir freuen uns über Ihre Teilnahme am Vergabeverfahren.