



BEANTWORTUNG BIETERFRAGEN

ZEBRA Social Ads

Stand 30.07.2026

1. FRAGE

In der Leistungsbeschreibung heißt es, der Schwerpunkt der Mittelverwendung solle auf dem Mediabudget liegen. Gibt es hierfür einen konkreten Mindestanteil (z. B. in Prozent) am Gesamtbudget, den das Mediabudget erreichen muss, oder ist die Aufteilung dem Bieter überlassen?

Antwort:

Es gibt keinen festgelegten Mindestanteil für das Mediabudget. Die Aufteilung des Gesamtbudgets liegt grundsätzlich im Ermessen des Bieters. Im Rahmen der Angebotsbewertung wird das ausgewiesene Mediabudget jedoch mitberücksichtigt: Das Angebot mit dem höchsten Mediabudget erhält die volle Punktzahl in diesem Bewertungskriterium. Weitere Informationen können Sie den im Anschreiben aufgeführten Bewertungskriterien entnehmen.

2. FRAGE

In den Bewertungskriterien des Anschreibens ist von einer "passgenauen Umsetzung auf beiden Plattformen" die Rede, während Leistungsbeschreibung und Vertrag durchgehend ausschließlich Instagram als Plattform nennen. Ist zusätzlich zu Instagram auch Facebook Bestandteil der ausgeschriebenen Leistung, oder handelt es sich bei "beiden Plattformen" um ein redaktionelles Versehen

Antwort:

Vielen Dank für den Hinweis. Tatsächlich handelt es sich hierbei um redaktionelles Versehen. Die Leistung ist ausschließlich für Instagram zu erbringen.

3. FRAGE

Die geforderte Projektskizze soll Werbeformate "organisch/paid" begründen. Ist damit gemeint, dass auch rein organische (unbezahlte) Maßnahmen Bestandteil der Leistung sein können, oder bezieht sich die gesamte Leistung ausschließlich auf bezahlte Social Ads (ggf. auf Basis organisch anmutender Creatives, die anschließend beworben/geboostet werden)?



Antwort:

Gegenstand der Ausschreibung ist ein strategisch sinnvoller Mix aus bezahlten Werbemaßnahmen (Paid Social), die von der Agentur konzipiert, produziert und ausgespielt werden, sowie der gezielten Bewerbung bereits vorhandener organischer Inhalte der Landesanstalt für Medien NRW. Im Rahmen der Projektskizze ist darzulegen, wie die vorgeschlagenen Maßnahmen zur Erreichung der Kampagnenziele beitragen.

4. FRAGE

Die Leistungsbeschreibung nennt als Kampagnenzeitraum "August 2026 bis 15.12.2026", während der Vertrag erst mit Zuschlagserteilung beginnt und der Zuschlag laut Anschreiben voraussichtlich erst in KW 35/36 2026 erfolgt. Beginnt die eigentliche Kampagnenlaufzeit (inkl. der geforderten 20 Creatives) tatsächlich erst mit Zuschlag, oder wie ist die verkürzte Laufzeit bei der Kalkulation zu berücksichtigen?

Antwort:

Die Kampagnenlaufzeit beginnt erst mit Zuschlag. Wir haben in der Leistungsbeschreibung eine entsprechende Korrektur vorgenommen.

5. FRAGE

Die Paragraphenzählung im Vertragsentwurf springt von § 8 (Haftung) direkt zu § 10 (Verschwiegenheitspflicht); ein § 9 ist nicht enthalten. Ist dies ein Nummerierungsfehler oder fehlt an dieser Stelle eine Vertragsklausel?

Antwort:

Dabei handelt es sich um einen Nummerierungsfehler, den wir korrigiert haben.

6. FRAGE

In der Präambel des Vertrags wird die LFM NRW durch den Direktor Dr. Tobias Schmid vertreten, im Unterschriftenblock sind jedoch andere Namen (Sabrina Nennstiel, Robert de Lubomirz-Treter) als Unterzeichnende aufgeführt. Wer wird den Vertrag im Ergebnis rechtsverbindlich für die LFM NRW unterzeichnen?

Antwort:

Herr Dr. Schmid vertritt die LFM NRW als Direktor unmittelbar nach außen, vgl. § 102 LMG NRW. Die im Unterschriftenblock benannten Personen sind davon unabhängig berechtigt Verträge zu unterzeichnen und werden dies im Falle eines Vertragsschluss entsprechend tun.



7. FRAGE

§ 1 (2) des Vertrags beschreibt das Mediabudget als "unabhängig von der Vergütung gemäß § 3". Bedeutet dies, dass Vergütung und Mediabudget getrennt abgerechnet werden, obwohl beide Positionen im Preisblatt gemeinsam unter demselben Gesamtbudget von 30.000 EUR brutto geführt werden?

Antwort:

Ja. Das Gesamtbudget beträgt maximal 30.000 Euro brutto und ist entsprechend im Preisblatt auszuweisen. Die Vergütung für die Agenturleistungen und das eingesetzte Mediabudget sind dabei getrennt auszuweisen. Im Rahmen der Vertragsdurchführung wird das Mediabudget über die Agentur abgewickelt und der Landesanstalt für Medien NRW gesondert in Rechnung gestellt. Die Vergütung für die Agenturleistungen erfolgt unabhängig davon auf Basis einer separaten Rechnungsstellung

8. FRAGE

Für den Abschlussbericht ist als Termin das Vertragsende genannt. Gibt es für den ebenfalls geforderten Zwischenbericht einen konkreten Termin bzw. Meilenstein innerhalb der Laufzeit?

Antwort:

Derzeit sind keine festen Termine für Zwischenberichte vorgegeben. Anzahl und Zeitpunkt der Zwischenberichte werden gemeinsam abgestimmt. Orientierungsweise werden ein bis zwei Zwischenberichte während der Kampagnenlaufzeit erwartet, um die KPI-Erreichung zu überprüfen und gegebenenfalls Optimierungen vorzunehmen.

9. FRAGE

Das Preisblatt enthält neben den drei definierten Positionen drei zusätzliche leere Positionen (Nr. 4-6). Dürfen bzw. sollen hier bei Bedarf weitere, vom Bieter frei definierte Kostenpositionen ergänzt werden?

Antwort:

Ja. Die zusätzlichen Positionen können bei Bedarf genutzt werden, um weitere Kostenpositionen transparent auszuweisen.

10. FRAGE

Sofern der Unternehmenssitz im EU-Ausland liegt, ist das Reverse Charge Verfahren anzuwenden. Wie ist in diesem Fall das Preisblatt auszufüllen und welcher Betrag wird zu Bewertung herangezogen?



Antwort:

Sofern der Unternehmenssitz im EU-Ausland befindet, greift das Reverse Charge Verfahren. Danach wird die Leistung ohne Umsatzsteuer gegenüber dem Auftragnehmer erbracht. Das befreit die Auftraggeberin jedoch nicht von der Pflicht die Umsatzsteuer zu entrichten. Diese wird dann lediglich in Höhe des für sie maßgeblichen Steuersatzes - hier derzeit 19 % vom (Netto-) Auftragswert - direkt von der Auftraggeberin an das hiesige Finanzamt abgeführt.

Da das tatsächlich zu Verfügung stehende Budget bei maximal 30.000 € liegt, ist daraus auch die Steuer zu entrichten, wenn das Reverse Charge Verfahren Anwendung findet. Bitte berücksichtigen sie dies bei der Kalkulation und geben entsprechend nur das Netto und die Bruttowerte unter Hinweis auf das Reverse Charge Verfahren an.

Um eine faire Bewertung zu gewährleisten, werden wir in diesen Fällen, die von der LFM NRW selbstständig abzuführende Umsatzsteuer zum Nettopreis berechnen und den danach entstehenden Preis für die Bewertung berücksichtigen. Andernfalls entstünde durch das Reverse Charge Verfahren ein erheblicher Wettbewerbsvorteil.

11. FRAGE

Wird das Mediabudget für die Instagram-Anzeigen über die Agentur abgerechnet (Auslage und Weiterbelastung an die Auftraggeberin) oder direkt von der Auftraggeberin getragen?

Antwort:

Das Mediabudget wird vollständig über die Agentur abgerechnet und ist im Gesamtpreis inkludiert.

12. FRAGE

Unter Kriterium B ("Konzeptqualität, Strategie und Umsetzung") heißt es: "inklusive passgenauer Umsetzung auf beiden Plattformen". Die Leistungsbeschreibung sowie das Unterkriterium B.4 beziehen sich jedoch ausschließlich auf Instagram. Bitte teilen Sie mit, ob sich die Bewertung allein auf Instagram bezieht oder ob eine weitere Plattform einzubeziehen ist, und - falls ja - welche.

Antwort:

Vgl. Frage 2:

Tatsächlich handelt es sich hierbei um redaktionelles Versehen. Die Leistung ist ausschließlich für Instagram zu erbringen



13. FRAGE

Ist das Mediabudget für die Anzeigen in den 30.000 EUR brutto bereits enthalten oder wird dieses zusätzlich berechnet?

Antwort:

Ja, das Mediabudget ist bereits im Gesamtbudget enthalten. Die Positionen sind im Preisblatt gesondert auszuweisen. Im Rahmen der Vertragsdurchführung werden Agenturleistungen und Mediabudget getrennt abgerechnet.