

Anlage 07

Zuschlagskriterien

zur Ausschreibung des AOK-Systems

**„Lizenzierung, Weiterentwicklung und
technischer Betrieb eines Kampagnen-
planungstools“**

1 Allgemeines

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlichste Angebot i.S.d. § 127 Abs. 1 VgV erteilt. Die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebotes erfolgt auf der Grundlage des besten Preis-Leistungs-Verhältnisses, § 58 Abs. 1 und 2 VgV.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis ergibt sich aus den erreichten Punktzahlen im Rahmen der Preisbewertung (40%) sowie der Qualitätsbewertung (60%). Die erreichten Punktzahlen aus Preis und Qualität werden nach folgender Formel addiert und ergeben die wertungsrelevante Gesamtpunktzahl des jeweiligen Angebots:

Wertungsrelevante Gesamtpunktzahl = (Erreichte Punktzahl Preis x 0,4) + (Erreichte Punktzahl Qualität x 0,6)

2 Zuschlagskriterien

2.1 Preisbewertung 40 Prozent

Die einzelnen bewertungsrelevanten Angebotspreise werden nach der folgenden Formel in Punkte umgewandelt, wobei der Bieter mit dem jeweils geringsten Preis 10 Punkte (Höchstpunktzahl) erhält.

$$\text{Erreichte Punktzahl (Preis)} = \frac{\text{niedrigster Angebotspreis}}{\text{eigener Angebotspreis}} * 10$$

Für die Berechnung einer Gesamtpunktzahl werden die einzelnen erreichten Punktzahlen nach folgender Gewichtung addiert:

- | | |
|--|-----|
| • Punkt 1 des Preisblattes (Implementierung) | 25% |
| • Punkt 2 des Preisblattes (Tagessatz) | 15% |
| • Punkt 3 des Preisblattes (Lizenzen) | 55% |
| • Punkt 4 des Preisblattes (Schulungen) | 5% |

$$\begin{aligned} \text{Erreichte Gesamtpunktzahl (Preis)} \\ &= (\text{Punkt 1 des Preisblattes} * 0,25) \\ &+ (\text{Punkt 2 des Preisblattes} * 0,15) + (\text{Punkt 3 des Preisblattes} \\ &* 0,55) + (\text{Punkt 4 des Preisblattes} * 0,05) \end{aligned}$$

2.2 Qualitätsbewertung 60 Prozent

Die Qualitätsbewertung fließt mit insgesamt 60 Prozent in die Bewertung ein. Die Qualität wird anhand der schriftlichen Konzepte mit den Lösungen der Kreativaufgaben bewertet und wie folgt gewichtet: 25% erste Teilaufgabe, 65% zweite Teilaufgabe. Wertungsrelevant ist ebenfalls die Usability des Tools, die mit 10% in die Wertung einfließt.

Es können je Qualitätskriterium (Konzept 1, Konzept 2, Usability) maximal jeweils 10 Punkte erreicht werden, die nach folgender Formel gewichtet werden:

Erreichte Punktzahl

$$= (\text{erreichte Punkte Konzept 1} * 0,25) + (\text{erreichte Punkte Konzept 2} * 0,65) + (\text{erreichte Punkte Usability} * 0,1)$$

Die erreichte Punktzahl wird sodann mit der Punktzahl des Bestangebotes mit der höchsten tatsächlich erreichten Punktzahl (in der Qualität) ins Verhältnis gesetzt:

$$\begin{aligned} &\text{Erreichte Gesamtpunktzahl (Qualität)} \\ &= \frac{\text{eigene Punktzahl}}{\text{höchste erreichte Punktzahl (Qualität)}} * 10 \end{aligned}$$

Hinweis: Eine Bewertung mit 0 Punkten in mind. einem der (Unter-)Kriterien führt zum Ausschluss des Angebots.

1) Kreativaufgaben (90%)

Die Konzepte mit den Lösungen der Kreativaufgaben (s. Aufgabenstellung, Anlage 06) werden hinsichtlich der Erfüllung der jeweils untenstehend angegebenen Kriterien bewertet. Dabei wird insbesondere auf die Detaillierungstiefe, die Nachvollziehbarkeit und die Plausibilität geachtet. Es werden in sich jeweils schlüssige, nachvollziehbare und vollständige Einzelkonzepte zu den Kriterien erwartet. Auf Erklärungsinhalte durch Querverweise in andere Konzepte sollte daher verzichtet werden. Verweise können auch nur berücksichtigt werden, wenn diese eindeutig zuordenbar sind und der Verständlichkeit und Vergleichbarkeit der Konzepte nicht entgegenstehen. Bei einer Überschreitung einer maximalen Seitenzahl von 50 pro Konzept/Teilaufgabe werden zudem nur die Informationen bewertet, die auf der ersten Seite bis zur maximal zugelassenen Seitenanzahl dargestellt sind.

2) Usability (10%)

Bitte richten Sie 10 Testzugänge für die Bewertung der Usability des Tools ein. Die Testzugänge müssen ab dem Ende der Angebotsfrist für mindestens sechs Wochen gültig sein. Zusätzlich kann eine Klickanleitung zu dem Testszenario eingereicht werden. Die Klickanleitung dient nur der Erläuterung und ist nicht bewertungsrelevant.

Mit dem Testzugang sollen Prozessschritte für eine Kampagnenplanung durchlaufen werden können und eine Übersicht der Kampagne einsehbar sein. Die Usability des Tools wird hinsichtlich der Erfüllung der untenstehenden Kriterien bewertet.

2.2.1 Allgemeiner Bewertungsschlüssel

Allgemein wird folgender Bewertungsschlüssel angewendet:

Bewertung	Punkte
<u>Sehr geringer Zielerfüllungsgrad:</u> Die Angaben zum Kriterium liegen nicht vor bzw. das Kriterium wird nicht erfüllt. Die Darstellungen sind gänzlich unplausibel und/oder nicht umsetzbar.	0
<u>Geringer Zielerfüllungsgrad:</u> Die Angaben zum Kriterium liegen nur zum Teil vor bzw. das Kriterium wird nur teilweise erfüllt. Die Darstellungen sind teilweise nicht schlüssig bzw. nachvollziehbar und/oder teilweise nicht umsetzbar. Es ist eine geringe Zielerfüllung zu erwarten.	2,5
<u>Durchschnittlicher Zielerfüllungsgrad:</u> Die Angaben zum Kriterium sind größtenteils vollständig. Die Darstellungen sind größtenteils nachvollziehbar bzw. schlüssig und weitestgehend umsetzbar. Es ist eine durchschnittliche Zielerfüllung zu erwarten.	5
<u>Hoher Zielerfüllungsgrad:</u> Die Angaben zum Kriterium sind vollständig. Die Darstellungen sind in Gänze nachvollziehbar, schlüssig und umsetzbar. Es ist eine gute Zielerfüllung zu erwarten.	7,5
<u>Sehr hoher Zielerfüllungsgrad:</u> Die Angaben zum Kriterium sind vollständig. Die Darstellungen sind in Gänze nachvollziehbar, schlüssig und umsetzbar und bieten zudem einen erkennbaren Mehrwert. Es ist eine sehr gute Zielerfüllung zu erwarten.	10

2.2.2 Datenschutz Bewertungsschlüssel

Die in der ersten Teilaufgabe enthaltenden Lösungen der Kreativaufgabe 1.2 Datenmanagement und -sicherheit, Datenschutz und Nutzerverwaltung wird abweichend folgender Bewertungsschlüssel angewendet:

Bewertung	Punkte
<u>Kein Zielerfüllungsgrad:</u> Eine Betrachtung der datenschutzrelevanten Punkte wurde nicht vorgenommen oder die Darstellungen sind gänzlich unplausibel und/oder nicht datenschutzkonform umsetzbar.	0

Bewertung	Punkte
<u>Guter Zielerfüllungsgrad:</u> Die Darstellungen sind vollständig nachvollziehbar und schlüssig und lassen erkennen, dass die Anforderungen des Datenschutzes umgesetzt werden können. Es ist eine gute Zielerfüllung in Bezug auf den Datenschutz zu erwarten.	5
<u>Sehr guter Zielerfüllungsgrad:</u> Die Darstellungen sind vollständig nachvollziehbar und schlüssig und lassen erkennen, dass die Anforderungen des Datenschutzes mit einem erkennbaren Mehrwert umgesetzt werden können. Es ist eine sehr gute Zielerfüllung in Bezug auf den Datenschutz zu erwarten.	10

2.2.3 Usability Bewertungsschlüssel

Für die Bewertung der Usability des Kampagnenplanungstools wird folgender Bewertungsschlüssel angewendet:

<u>Sehr geringer Zielerfüllungsgrad:</u> Das Testszenario kann mit dem Tool nicht abgebildet werden oder es wird kein Testzugang bereitgestellt.	0
<u>Geringer Zielerfüllungsgrad:</u> Das Testszenario kann mit dem Tool nur mit erheblichen Schwierigkeiten und/oder unvollständig abgebildet werden. Die Bedienung des Tools (Usability) weist nur eine geringe Benutzerfreundlichkeit auf.	2,5
<u>Durchschnittlicher Zielerfüllungsgrad:</u> Das Testszenario kann mit dem Tool mit kleineren Einschränkungen und/oder kleineren Schwierigkeiten abgebildet werden. Die Bedienung des Tools (Usability) weist eine durchschnittliche Benutzerfreundlichkeit auf.	5
<u>Hoher Zielerfüllungsgrad:</u> Das Testszenario kann mit dem Tool ohne Einschränkungen oder Schwierigkeiten abgebildet werden. Die Bedienbarkeit des Tools (Usability) weist eine gute Benutzerfreundlichkeit auf.	7,5
<u>Sehr hoher Zielerfüllungsgrad:</u> Das Testszenario kann mit dem Tool ohne Einschränkungen oder Schwierigkeiten abgebildet werden und das Tool bietet darüber hinaus einen erkennbaren Mehrwert. Die Bedienbarkeit des Tools (Usability) weist eine sehr gute Benutzerfreundlichkeit auf.	10

Die einzelnen Konzepte bzw. Teilaufgaben werden im Hinblick auf folgende Kriterien und mit folgender Gewichtung bewertet:

- 1) Erste Teilaufgabe: Konzept für Setup-Prozess des Kampagnenplanungstools inkl. Strategie zur Sicherstellung einer erfolgreichen Einführungsphase des Tools bei der AOK-Gemeinschaft (25%)

Kriterium	Gewichtung
1.1 Technische Implementierung: <ol style="list-style-type: none"> a) Schematischer Prozess der technischen Integration b) Roadmap mit einem zeitlichen Ablauf für die Implementierung c) Technische Herausforderungen der Implementierung 	40
1.2 Datenmanagement und -sicherheit, Datenschutz und Nutzerverwaltung <ol style="list-style-type: none"> a) Sicheres Datenmanagement inkl. Einhaltung geltender Datenschutzbestimmungen b) Fallback-System und Backup-System c) Sicherung der Rechenzentren (Zugangskontrolle, Naturschäden, Ressourcenmanagement) d) Umsetzung der Nutzerkonto-Verwaltung innerhalb der Plattform 	40
1.3 Schulung und Support <ol style="list-style-type: none"> a) Schulung der Mitarbeitenden während der Implementierungsphase b) Support-Struktur und Sicherstellung der Unterstützung bei Fragen und Problemen c) Feedback von Nutzern d) Informationen/Schulungen über neue Features e) Möglichkeiten für Weiterbildung der Nutzenden für das Tool 	20
Errechnung der gewichteten Gesamtpunktzahl für die erste Teilaufgabe	= (Punkte aus 1.1 * 0,4) + (Punkte aus 1.2

Anlage 07: Zuschlagskriterien
zur Ausschreibung des AOK-Systems „Kampagnenplanungstool“

	* 0,4) + (Punkte aus 1.3 * 0,2)
--	------------------------------------

2) Zweite Teilaufgabe: Best Practise Ansatz für die effiziente Nutzung des Kampagnenplanungstools anhand des Prozesses einer Multi-Channel-Kampagne (65%)

Kriterium	Gewichtung
2.1 Kampagnenplanung a) Aufsetzen strategische Planung für jeden Kanal b) Durchführung Cross-Media Planung c) Möglichkeit der Unterstützung bei Umsetzung der Kampagnenplanung d) Art und Umfang der Kampagnentypen e) Hinterlegung von Trackingparametern und KPIs	20
2.2 Prozesse & Workflowmanagement: a) Kompletter Prozess für die Umsetzung einer Kampagne b) Planung von Zeitrahmen, Ressourcen und Budgets im Tool c) Erstellungsprozess von kreativen Assets und Dokumenten (für interne und externe Bearbeiter) d) Überprüfungs-/Abstimmungs- und Freigabeprozess im Tool e) Anstoß des Prozessschrittes zur Veröffentlichung	40
2.3 Zusammenarbeit: a) Zugriff und Kollaboration der verschiedenen Stakeholder auf das Kampagnenplanungstool b) Zuweisung der Verantwortlichkeiten der Tasks und Erstellung eines Marketing-Plan-Kalenders c) Features für die Zusammenarbeit mit Agenturen	25
2.4 Projektcontrolling Überwachung des Fortschrittes einer Kampagne	15
Errechnung der gewichteten Gesamtpunktzahl für die zweite Teilaufgabe	= (Punkte aus 2.1 * 0,2) + (Punkte aus 2.2

Anlage 07: Zuschlagskriterien
zur Ausschreibung des AOK-Systems „Kampagnenplanungstool“

	$\ast 0,4) + (\text{Punkte aus 2.3} \ast 0,25) + (\text{Punkte aus 2.4} \ast 0,15)$
--	---

3) Bewertung der Usability (10%): Die Usability des Tools wird anhand eines Testszenarios bewertet. Hierfür sind Testzugänge zur Verfügung zu stellen. Die Usability wird gesamthaft vergleichend bewertet. Relevant für die Bewertung der Usability sind insbesondere die intuitive Bedienbarkeit, die Verständlichkeit und Sprachterminologie (z.B. von Buttons oder Fehlermeldungen) und die Nachvollziehbarkeit und Logik innerhalb der Prozessführung ein.

Kriterium	Gewichtung
Testszenario: <ul style="list-style-type: none">• Kampagne mit Kampagneninformationen anlegen• Budget innerhalb der Kampagne verteilen• Kampagne im Planungskalender einsehen Systemrückmeldungen <ul style="list-style-type: none">• Verständlichkeit und Platzierung von Fehlermeldungen und Rückmeldungen nach Aktionen Nachvollziehbarkeit und logische Prozessführung <ul style="list-style-type: none">• Klarheit der Buttons• Logik der Schritte Verständlichkeit der Begriffe (Sprachterminologie) <ul style="list-style-type: none">• Sind die Begriffe eindeutig und fachlich verständlich	100