

Deutsches Rotes Kreuz e.V. · Carstennstraße 58 · 12205 Berlin

An alle Bieter!

Vergabeart:

- ☒ Offenes Verfahren
☐ Nichtoffenes Verfahren mit Teilnahmewettbewerb
☐ Verhandlungsverfahren mit Teilnahmewettbewerb
☐ Verhandlungsverfahren ohne Teilnahmewettbewerb
☐ wettbewerblicher Dialog
☐ Innovationspartnerschaft

Ablauf der Angebotsfrist:

Datum: 13.11.2026; um 10:00 Uhr

Ablauf der Bindefrist:

Datum: 29.01.2027; um 23:59 Uhr

Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes

Vergabeverfahren gemäß Vergabeverordnung (VgV)

Angebot für:	Rahmenvereinbarung Los 1: Markenführung für den DRK e. V. Los 2: Kampagnen für den DRK e. V.
Vergabe-Nr.:	DRK-2026-082

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen dieser Ausschreibung möchte ich Sie zur Abgabe eines Angebots einladen. Bitte beachten Sie die in allen weiteren Ausführungen enthaltenen Angaben. Die Auftragsbekanntmachung wurde auf der Homepage des Auftraggebers veröffentlicht. (<https://www.drk.de/das-drk/aktuelle-ausschreibungen/>)

1. Unterlagen und Nachweise

1.1. Ausschreibende Stelle und Auftraggeber ist:

DRK-Generalsekretariat
Deutsches Rotes Kreuz e.V.
Carstennstraße 58
12205 Berlin

1.2. Der Bieter kann sein Angebot frist- und formgerecht wie folgt einreichen:

☒ elektronisch in Textform über das Deutsche Vergabeportal (www.dtv.de)

Hinweis: Bei elektronischer Angebotsübermittlung in Textform ist der Bieter und die natürliche Person, die die Erklärung abgibt, zu benennen. Bei elektronischen Angeboten ist die durch das Vergaberecht geforderte Vertraulichkeit durch Verschlüsselung sicherzustellen. Verschlüsselung bedeutet, dass das Öffnen der Datei aufgrund besonderer technischer Vorkehrungen nur den berechtigten Adressaten möglich ist

2. Unterlagen und Teilnahmebedingungen

2.1. Die Vergabeunterlagen bestehen ausfolgenden Anlagen, die vom Bieter zu beachten sind:

- ☒ Leistungsbeschreibung
- ☒ Bewerbungs- bzw. Teilnahmebedingungen
- ☒ Vertragsentwurf Los 1
- ☒ Vertragsentwurf Los 2
- ☒ Beilagen für Bietererklärungen
- ☒ Informationsschreiben nach DSGVO
- ☒ Preisblatt Los 1
- ☒ Preisblatt Los 2

2.2. Mit dem Angebot einzureichende Unterlagen und Nachweise:

Unterlagen und Bietererklärung, die soweit erforderlich, ausgefüllt und unterschrieben mit dem Angebot einzureichen sind:

		Bezeichnung	Vorlage
☒	(*)	Bietererklärung bei Abgabe eines Angebotes	B-12
☒		Bietererklärung zur Eignungsprüfung	B-20
☒		Bietererklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen	B-21
☒		Bietererklärung Unteraufträge und Eignungsleihe	B-41
☒		Verpflichtungserklärung zur Unterauftragsvergabe und Eignungsleihe	B-41a
☒	(*)	Bietergemeinschaftserklärung	B-42
		Technische und berufliche Leistungsfähigkeit	Vorlage
☒		Unternehmensprofil	Nein
		Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit	Vorlage
☒		Bietererklärung zur Berufs- oder Betriebshaftpflichtversicherung	B-23a
		Sonstiges	Vorlage
☒	(*)	Preisblätter	Nein
☒	(*)	Angebotskonzepte Los 1 und/oder Los 2	Nein

Hinweis: Das ☒ gibt an, welche Unterlagen durch den Bieter im Rahmen der Angebotsabgabe beigebracht werden müssen. Bitte beachten Sie, dass die mit () gekennzeichneten Anlagen Mindestbestandteile bei der Angebotsabgabe sind und daher zwingend eingereicht werden müssen! Die Nachforderung dieser Dokumente ist unzulässig. Die Spalte „Vorlage“ gibt an, für welchen Angebotsbestandteil eine standardisierte Vorlage genutzt werden kann. Die Nummer entspricht der Bezeichnung der Vorlage.*

2.2.1. Technische und berufliche Leistungsfähigkeit

a) Unternehmensprofil

Die technische und berufliche Eignung der Bieter wird durch den Nachweis eines aussagekräftigen Unternehmensprofils geprüft. Der Auftraggeber definiert die nachstehende(n) Mindestanforderung(en) an das Unternehmensprofil:

- Tätigkeitsfelder des Unternehmens
- Firmenstruktur
- Einschlägige Erfahrung mit dem Auftrag vergleichbaren Aufträgen
- Einschlägige Erfahrung des eingesetzten Fachpersonals

Die Angaben des Bieters im Unternehmensprofil müssen lediglich genannt, aber nicht nachgewiesen werden. Die Angaben werden nicht inhaltlich bewertet, sondern sind rein informativ.

2.2.2. Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

a) Nachweis einer Berufs- oder Betriebshaftpflichtversicherung

Die wirtschaftliche und finanzielle Eignung der Bieter wird durch den Eigenerklärung einer, zum Zeitpunkt des Bindefristendes, aufrechten Betriebshaftpflicht- oder Berufshaftpflichtversicherung geprüft.

Der Bieter verpflichtet sich, während der gesamten Vertragslaufzeit eine gültige Betriebshaftpflichtversicherung bei einem in der EU oder einem gleichgestellten Staat zugelassenen Versicherungsunternehmen zu unterhalten.

Die Versicherung muss Deckungssummen in branchenüblicher Höhe für Personen-, Sach- und Vermögensschäden aufweisen. Die konkreten Deckungssummen sind im Falle einer Zuschlagserteilung unaufgefordert durch Einreichung einer Versicherungsbestätigung zu belegen. Der Auftraggeber gibt hierfür keine Deckungssummen vor.

Der Auftraggeber behält sich das Recht vor, während der Vertragslaufzeit eine Erhöhung der Versicherungssummen zu verlangen, sofern er feststellt, dass die bestehende Deckung im Hinblick auf Art, Umfang oder Risiko der vertraglichen Leistungen nicht ausreichend ist.

Der Bieter erklärt sich bereit, einer entsprechenden Aufforderung des Auftraggebers nachzukommen und den erhöhten Versicherungsschutz unverzüglich nachzuweisen.

2.2.3. Angebotskonzept für die qualitative Bewertung für Los 1 – Markenführung für den DRK e. V.

Für die qualitative Bewertung seines Angebotes hat der Bieter Ein Angebotskonzept auszuarbeiten und mit dem Angebot einzureichen.

Ausgangslage:

Das DRK plant die Einführung einer neuen, einheitlichen Hausschrift. Die föderale Struktur bedingt eine hohe Komplexität: Die bisherige Typografie ist im Verband bereits flächendeckend im Einsatz (Gebäude, Fahrzeuge, Print- und Digitalmedien). Zudem wurden von den Gliederungen teilweise eigene Software-Lizenzen erworben. Ein zentraler Eckpfeiler der Aufgabe ist, dass die bestehende Wort-Bild-Marke (das Logo) aus marken- und schutzrechtlichen Gründen unverändert bleiben muss.

Siehe hierzu das Kapitel im Styleguide zum Thema [Basiselemente](#) .

Aufgabenstellung:

Entwerfen Sie ein Grobkonzept für die Entwicklung und Eckpunkte für den Rollout einer neuen Hausschrift des DRK und berücksichtigen Sie dabei folgende Fragestellungen:

- **Schriftauswahl & Lizenzierung:** Welches Schriftmodell schlagen Sie vor (Open-Source vs. Lizenzmodell vs. Custom Font)? Wie erfüllt die Schrift die Anforderungen an Barrierefreiheit, Crossmedialität (Print/Digital) und die Positionierung zwischen Tradition und Moderne?
- **Visuelle Integration (Logo-Schnittstelle):** Wie lösen Sie das gestalterische Zusammenspiel zwischen dem bestehenden, unveränderten Logo (alte Schrift) und der neuen Hausschrift im direkten Anwendungskontext (z. B. in Briefbögen, Publikationen, digitalen Oberflächen)?

- Migrations- und Rollout-Strategie: Wie sieht ein realistischer Einführungsfahrplan für einen föderalen Verband aus (Stichtagsregelung vs. fortlaufende Migration bei Neuproduktion)? Wie wird die temporäre Parallelexistenz beider Schriften gesteuert?
- Verbandskommunikation & Implementierung: Wie wird die Akzeptanz in den Verbänden gesichert (insb. im Hinblick auf bereits getätigte Lizenzinvestitionen)? Wie muss der Styleguide funktional erweitert werden, um den Rollout technisch und rechtlich sicher zu unterstützen?

Erwartet wird ein Grobkonzept, welches auch als Handlungsempfehlung und Argumentationsgrundlage für die verbandsinterne Kommunikation im Vorfeld des angestrebten Projektes genutzt werden kann. Das Konzept kann entweder als PDF-Datei oder Power Point Präsentation eingereicht werden. Wir erwarten einen Umfang von vier bis sechs Seiten.

2.2.4. Angebotskonzept für die qualitative Bewertung für Los 2: Kampagnen für den DRK e. V.

Für die qualitative Bewertung seines Angebotes hat der Bieter eine Aufgabe zu bearbeiten und mit dem Angebot einzureichen.

Ausgangslage:

Für die Kommunikation der Hauptaufgabenfelder des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) stehen bereits zahlreiche Kommunikationsvorlagen für digitale und gedruckte Medien auf der Seite des [DRK-Styleguides](#) zur Verfügung. Diese umfassen unter anderem Onlinebanner, Social-Media-Formate, Plakate, Postkarten, Anzeigen, Websiteformate und E-Mail-Signaturen.

Hauptaufgabenfelder des DRK sind Altenhilfe, Bevölkerungsschutz, Erste Hilfe, Kinderbetreuung und Migration.

Die bestehenden Vorlagen sind überwiegend auf einzelne Formate und Themen-bereiche zugeschnitten. Sie ermöglichen insbesondere die Anpassung von Texten, regionalisierten Logos, Kontaktdaten, QR-Codes und Handlungsaufforderungen. Das Vorlagensystem ist trotz unterschiedlicher Anwendungsmöglichkeiten sehr statisch und bietet wenig Spielraum für eine flexible Gestaltung.

Das neue Baukastensystem:

Das bestehende Angebot soll zu einem stärker modular aufgebauten Vorlagensystem weiterentwickelt werden. Dieses soll den DRK-Gliederungen ermöglichen, flexibler auf regionale Themen, konkrete Angebote, unterschiedliche Zielgruppen und aktuelle Kommunikationsanlässe zu reagieren, ohne dabei die Wiedererkennbarkeit und die gestalterische Qualität des DRK-Auftritts zu beeinträchtigen.

Der Baukasten soll nicht wie bisher aus einer Vielzahl fest gestalteter Einzelvorlagen bestehen, sondern aus klar definierten und flexibel kombinierbaren Gestaltungselementen. Hierzu können beispielsweise gehören:

- unterschiedliche Bild- und Textaufteilungen
- Varianten für kurze und längere Headlines
- Module für ergänzende Informationen, Zahlen und Fakten oder Zitate
- Module für Veranstaltungsinformationen, Kontaktdaten und regionale Angebote
- unterschiedliche Call-to-Action-Varianten, etwa für Information, Teilnahme, Engagement oder Spenden
- flexible Einsatzmöglichkeiten für eigene regionale Bilder unter Wahrung verbindlicher Gestaltungsvorgaben
- Varianten für unterschiedliche Kommunikationsziele und Zielgruppen

Aufgabenstellung an den Bieter:

Der Bieter analysiert die bestehenden Kommunikationsvorlagen und prüft, welche Bestandteile der bestehenden Vorlagen beibehalten, vereinheitlicht, flexibilisiert oder ergänzt werden sollten.

Er gestaltet exemplarisch an einem von ihm gewählten Hauptaufgabenfeld ein modulares System und überträgt das entwickelte System zunächst auf häufig genutzte Formate für Print, Social Media und digitale Kommunikation und bereitet die Vorlagen für die Nutzung in Canva auf. Darüber hinaus erstellt der Bieter kurze, verständliche Anwendungshinweise für die Nutzung der Vorlagen im Verband.

Erwartet werden benutzerfreundliche und konsistent gestaltete Vorlagen, die langfristig in ein erweiterbares Baukastensystem für alle Hauptaufgabenfelder münden.

Das Konzept für ein Baukastensystem sowie die Anwendungshinweise für die Nutzung der Vorlagen im Verband können vom Bieter entweder PDF-Datei oder als Power Point Präsentation einzureichen.

Wir erwarten einen Umfang von zwei bis fünf Seiten.

3. Wichtige Informationen zum Verfahren

3.1. Die Beschaffung betrifft:

- ☐ einen Auftrag.
- ☒ Abschluss einer Rahmenvereinbarung zum Abruf von Einzelaufträgen.

3.2. Angaben zur Rahmenvereinbarung

Der Auftraggeber beabsichtigt, mit maximal 2 Wirtschaftsteilnehmer/n eine Rahmenvereinbarung abzuschließen.

Der Schätzwert für Los 1 beträgt 800.000,00 EUR (netto). Das in Aussicht genommene Auftragsvolumen wird für das Los 1 abschließend auf 1.200.000,00 EUR (netto) festgelegt

Der Schätzwert für Los 2 beträgt 800.000,00 EUR (netto). Das in Aussicht genommene Auftragsvolumen wird für das Los 2 abschließend auf 1.200.000,00 EUR (netto) festgelegt. In diesem Budget ist lediglich die Positionen aus dem Preisblatt für Los 2 enthalten. Das ausgesteuerte Mediavolumen wird als Durchgangsposten betrachtet, welcher nicht Teil des Auftragsvolumens ist.

Die Leistung des Auftragnehmers wird durch den Auftraggeber in Form von Einzelaufträgen abgerufen. Für jeden Einzelauftrag ist die vorliegende Rahmenvereinbarung zugrunde zu legen. Die Bedingungen gelten auch dann, wenn im Einzelauftrag nicht ausdrücklich darauf Bezug genommen wird. Bei der Vergabe der auf dieser Rahmenvereinbarung beruhenden Einzelaufträge dürfen keine substantiellen Änderungen an den Bedingungen der Rahmenvereinbarung vorgenommen werden.

Der Auftragnehmer hat keinen Anspruch auf Erteilung bestimmter Aufträge oder einer bestimmten Anzahl von Aufträgen. Es besteht keine Abnahmeverpflichtung seitens des Auftraggebers.

3.3. Es erfolgt eine Losaufteilung

- ☒ Ja:

3.4. Die Abgabe von mehr als einem Hauptangebot ist

☒ nicht zugelassen.

Hinweis: Werden mehrere Hauptangebote angegeben, muss jedes für sich zuschlagsfähig sein.

3.5. Die Abgabe von Nebenangeboten ist

☒ nicht zugelassen.

3.6. Vertrags- und Leistungszeitraum (Los 1 und Los 2)

Vertragsbeginn: ab Vertragsunterzeichnung
Leistungsbeginn: ab Vertragsunterzeichnung
Vertragsende: 31.12.2027

Es bedarf keiner schriftlichen Kündigung zum Vertragsende.

Optionale Vertragsverlängerung: Der Vertrag verlängert sich dreimalig automatisch um jeweils zwölf (12) Monate, bei gleichbleibenden Bedingungen, sofern der Auftraggeber nicht spätestens drei (3) Monate vor Ende des jeweiligen Vertragsendes schriftlich kündigt. Der Vertrag endet jedoch automatisch spätestens zum 31.12.2030 oder bei Erreichen der budgetären Obergrenzen gemäß 3.2.

3.7. Kommunikation im Vergabeverfahren

Anfragen an: Team 54
Daniel Drews
☒ über das Vergabeportal

Anfragen bis: 06.11.2026(Eingang beim Auftraggeber)

Hinweis: Bieterfragen oder Bieterinformationen sind unverzüglich in oben genannter Form an den Bearbeiter zu richten.

Durch die Abgabe des Angebotes erklärt der Bieter, dass er die Vergabeunterlagen vollständig durchgearbeitet, geprüft und anerkannt hat.

Enthalten die Vergabeunterlagen nach der Auffassung des Bieters Unklarheiten, Lücken, Widersprüche oder Fehler, die die Erstellung des Angebotes einschließlich der Preisermittlung beeinflussen können, oder hat der Bieter Zweifel an der rechtlichen, fachlichen oder rechnerischen Richtigkeit der Vergabeunterlagen (insgesamt „Fehler“ genannt), so hat er die Vergabestelle unverzüglich darüber zu informieren, um möglichst frühzeitig vor Angebotsabgabe eine Klärung im noch laufenden Vergabeverfahren herbeizuführen.

Die Anfragen der interessierten Unternehmen werden gesammelt und anonymisiert beantwortet. Die Fragen sind so zu stellen, dass ein Rückschluss auf den Fragesteller nicht möglich ist. Die bekanntgegebenen Antworten werden Bestandteil der Vergabeunterlagen.

4. Formaler Ablauf des Vergabeverfahrens

Das Angebot ist bis spätestens Ende der Angebotsfrist einzureichen. Die Öffnung der Angebote erfolgt nach Ablauf der Angebotsfrist. Die Teilnahme an der Öffnung ist nicht gestattet.

Der Auftraggeber wird schließlich dem Bieter den Zuschlag erteilen, der das wirtschaftlichste Angebot gemäß der in Punkt 5 festgelegten Zuschlagskriterien gelegt hat.

4.1. Angebotsfrist

Die Angebotsfrist definiert den Zeitraum, in dem der Bieter die Möglichkeit hat, ein Angebot einzureichen. Mit Ablauf der Angebotsfrist ist es nicht mehr möglich, ein Angebot einzureichen.

Der Bieter ist bis zur Vergabeentscheidung (Zuschlagserteilung, Nichtberücksichtigung) spätestens jedoch bis zum Ablauf der Bindefrist an sein Angebot gebunden.

4.2. Bindefrist

Die Bindefrist beginnt mit Ablauf der Angebotsfrist und definiert den Zeitraum, in dem die Angebote, entsprechend den gem. Aufforderung definierten Anforderungen, geprüft und bewertet werden. Innerhalb dieser Frist erfolgt die Mitteilung über die Vergabeentscheidung.

Im Falle einer etwaigen Verlängerung der Angebotsfrist durch den Auftraggeber verschiebt sich die Bindefrist, auch wenn ihr Ablauf nach einem konkreten Datum oder Zeitpunkt bestimmt ist, um denjenigen Zeitraum, um den die Angebotsfrist verlängert wird, sofern keine abweichenden Regelungen getroffen werden.

5. Bewertung des Angebotes Los 1

Nachfolgende Zuschlagskriterien werden für die Bewertung der Haupt- und ggf. Nebenangebote angewendet:

- ☐ Zuschlagskriterium Preis (günstigstes Angebot)
- ☒ Neben dem Zuschlagskriterium Preis werden für die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots weitere Zuschlagskriterien festgelegt.

Zuschlagskriterium (1. Ebene)	Gewichtung	Anteil am Gesamtgewicht	max. erreichbare Punkte
1. Angebotspreis Stundensätze	40%	40%	40
2. Qualität Angebotskonzept	60%	60%	60
Summe	100%	100%	100

5.1. Im Falle eines Punktegleichstandes wird der Zuschlag jenem Bieter erteilt, dessen Angebot im Zuschlagskriterium „Angebotspreis“ die höhere Punktezahl erreicht hat.

5.2. Angaben zur Bewertungsmethode

Es gelangen nur diejenigen Angebote in die Prüfung und Wertung, die sämtliche Anforderungen nach diesen Vergabeunterlagen erfüllen.

Die Berechnung der durch das jeweilige Angebot erreichten Gesamtpunktzahl erfolgt unter Bestimmung des Preispunktwertes (PPW) und des Qualitätspunktwertes (QPW). Auf Grundlage der jeweils errechneten Punktwerte wird die Gesamtpunktzahl gemäß der Gewichtung von Preis und Qualität bestimmt.

Preispunktwert:

Für den Preis je Unterkriterium wird der Quotient aus dem günstigsten und dem zu bewertenden Angebot gebildet und mit 100 multipliziert. Anschließend wird das Ergebnis auf die gemäß Wertungstabelle definierte Gewichtung berechnet.

Formel:

$$\left(\left(\frac{\text{günstigster Angebotspreis}}{\text{zu bewertender Angebotspreis}} \right) \times 100 \right) \times \text{Gewichtung in \%} = \text{Preispunkte}$$

Beispiel:

$$\left(\left(\frac{\text{günstigster Angebotspreis} = 500 \text{ EUR}}{\text{zu bewertender Angebotspreis} = 1.000 \text{ EUR}} \right) \times 100 \right) \times \text{Gewichtung } 40 \% = 20 \text{ Punkte}$$

Qualitätspunktwert:

Die Bewertung erfolgt durch den Auftraggeber anhand einer Punkteskala, wobei 100 Punkte der bestmöglichen und 0 Punkte der schlechtmöglichen Bewertung entsprechen. Jede Bewertung wird verbal begründet. Die vom Bieter erreichte Punktzahl je Zuschlagskriterium wird entsprechend der Tabelle gewichtet (Gewichtung).

Formel:

$$\sum \text{erreichte Punkte Qualitätskriterium (ungewichtet)} \times \text{Gewichtung in \%} = \text{Qualitätspunkte}$$

Beispiel:

$$\sum \text{erreichte Punkte } 75 \text{ Punkte (ungewichtet)} \times \text{Gewichtung } 60 \% = 45 \text{ Punkte}$$

5.3. Bewertung nach dem Zuschlagskriterium „Angebotspreis Stundensätze“

Der Bieter hat mit seinem Angebot das ausgefüllte Preisblatt einzureichen. Die Bewertung des Angebots erfolgt ausschließlich anhand der Angaben im Preisblatt. Bewertungsgrundlage ist die Angabe im Feld „Bewerteter Gesamtpreis aller Positionen abzgl. Rabatt (netto)“.

5.4. Bewertung nach dem Zuschlagskriterium „Qualität Angebotskonzept“

Der Bieter hat mit seinem Angebot ein Konzept zur Markenführung für den DRK e. V. einzureichen.

Positiv wird ein Angebot bewertet, wenn

- das Grobkonzept eine schlüssige und nachvollziehbare Vorgehensweise zur Auswahl eines geeigneten Schriftmodells (z. B. Open Source, Lizenzmodell oder Custom Font) beschreibt und die jeweiligen Auswirkungen auf Kosten, Nutzungsrechte, Verfügbarkeit und langfristige Nutzung im Verband berücksichtigt;
- nachvollziehbar dargestellt wird, wie die vorgeschlagene Schrift Anforderungen an Barrierefreiheit und Lesbarkeit sowie die Nutzung in unterschiedlichen Medien und technischen Umgebungen erfüllt;
- die Anforderungen an die Crossmedialität, insbesondere die Verwendung in Printmedien, digitalen Anwendungen und unterschiedlichen technischen Umgebungen, angemessen berücksichtigt werden;
- die Auswahl der Schrift nachvollziehbar im Spannungsfeld zwischen Wiedererkennbarkeit und Tradition des DRK sowie einer zeitgemäßen visuellen Erscheinung eingeordnet wird;
- ein nachvollziehbarer Ansatz für die gestalterische Schnittstelle zwischen dem bestehenden, unveränderten DRK-Logo und der neuen Hausschrift entwickelt wird und konkrete Anwendungssituationen, z. B. Briefbögen, Publikationen und digitale Anwendungen, berücksichtigt werden;

- die vorgeschlagene Migrations- und Rollout-Strategie die föderale Struktur und die unterschiedlichen Ausgangssituationen der DRK-Gliederungen angemessen berücksichtigt;
- ein realistischer und nachvollziehbarer Einführungsfahrplan mit geeigneten Übergangsregelungen dargestellt wird;
- nachvollziehbar geregelt wird, wie während der Übergangsphase mit der parallelen Verwendung der bisherigen und der neuen Schrift umgegangen werden soll und wie ein uneinheitliches Erscheinungsbild vermieden werden kann;
- die Auswirkungen bereits bestehender Lizenzierungen und Investitionen der DRK-Gliederungen berücksichtigt und praktikable Ansätze für deren Umgang im Rollout aufgezeigt werden;
- Maßnahmen zur Akzeptanz, Information und Unterstützung der DRK-Gliederungen nachvollziehbar dargestellt werden und dabei die unterschiedlichen Voraussetzungen innerhalb des föderalen Verbandes berücksichtigt werden;
- das Konzept konkrete Anforderungen an die Weiterentwicklung des Styleguides beschreibt, insbesondere hinsichtlich technischer Nutzung, Lizenzierung, Anwendung, Übergangsphase und verbindlicher Vorgaben;
- technische und rechtliche Aspekte der Bereitstellung und Nutzung der Schrift innerhalb des Verbandes berücksichtigt werden;
- das Konzept als belastbare Entscheidungs- und Argumentationsgrundlage für die verbandsinterne Kommunikation geeignet ist und Chancen, Auswirkungen, notwendige Entscheidungen und mögliche Herausforderungen nachvollziehbar darstellt;
- die vorgeschlagene Vorgehensweise insgesamt realistisch, umsetzbar und auf die Strukturen eines föderalen Verbandes übertragbar ist.

Negativ bewertet wird ein Angebot, wenn

- die Auswahl des Schriftmodells nicht nachvollziehbar begründet wird oder wesentliche Auswirkungen hinsichtlich Lizenzierung, Kosten, Nutzungsrechten oder langfristiger Verfügbarkeit unberücksichtigt bleiben;
- Anforderungen an Barrierefreiheit, Lesbarkeit oder die Nutzung in unterschiedlichen Medien und technischen Umgebungen nicht oder nur oberflächlich berücksichtigt werden;
- die Einordnung zwischen Tradition, Wiedererkennbarkeit und zeitgemäßer Gestaltung nicht nachvollziehbar erfolgt;
- kein überzeugender Ansatz für das Zusammenspiel der neuen Hausschrift mit dem bestehenden, unveränderten DRK-Logo dargestellt wird;
- konkrete Anwendungssituationen wie Briefbögen, Publikationen oder digitale Oberflächen nicht angemessen berücksichtigt werden;
- die vorgeschlagene Rollout- oder Migrationsstrategie die föderale Struktur des DRK nicht ausreichend berücksichtigt oder keine praktikable Übergangsregelung erkennen lässt;
- nicht nachvollziehbar dargestellt wird, wie die Parallelnutzung der bisherigen und der neuen Schrift während der Übergangsphase gesteuert werden soll;
- bestehende Lizenzinvestitionen der DRK-Gliederungen nicht berücksichtigt werden oder keine praktikablen Maßnahmen zum Umgang mit diesen aufgezeigt werden;
- Maßnahmen zur Akzeptanz, Information und Unterstützung der Gliederungen fehlen oder die unterschiedlichen Voraussetzungen innerhalb des Verbandes nicht berücksichtigen;
- die erforderlichen Anpassungen des Styleguides nicht oder nur unzureichend beschrieben werden;
- wesentliche technische oder rechtliche Anforderungen an Bereitstellung, Lizenzierung und Nutzung der Schrift unberücksichtigt bleiben;
- das Konzept keine ausreichende Grundlage für die verbandsinterne Entscheidungsfindung und Kommunikation bietet, insbesondere weil Auswirkungen, Handlungsbedarfe oder notwendige Entscheidungen nicht nachvollziehbar dargestellt werden;
- die vorgeschlagene Vorgehensweise insgesamt nicht realistisch oder nur eingeschränkt auf die Strukturen und Anforderungen des föderalen Verbandes übertragbar ist.

6. Bewertung des Angebotes Los 2

Nachfolgende Zuschlagskriterien werden für die Bewertung der Haupt- und ggf. Nebenangebote angewendet:

- ☐ Zuschlagskriterium Preis (günstigstes Angebot)
- ☒ Neben dem Zuschlagskriterium Preis werden für die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots weitere Zuschlagskriterien festgelegt.

Wertungskriterien				
Zuschlagskriterium (1. Ebene)	Gewichtung	Unterkriterium (2. Ebene)	Anteil am Gesamtgewicht	max. erreichbare Punkte
1. Angebotspreis	40%			
Das Zuschlagskriterium unterteilt sich in folgende Unterkriterien:		1.1. Honorar	10%	10
		1.2. Stundensätze	30%	30
2. Qualität Konzept	60%			
Summe	100%			
			100%	100

6.1. Im Falle eines Punktegleichstandes wird der Zuschlag jenem Bieter erteilt, dessen Angebot im Zuschlagskriterium „Angebotspreis“ die höhere Punktezahl erreicht hat.

6.2. Angaben zur Bewertungsmethode

Es gelangen nur diejenigen Angebote in die Prüfung und Wertung, die sämtliche Anforderungen nach diesen Vergabeunterlagen erfüllen.

Die Berechnung der durch das jeweilige Angebot erreichten Gesamtpunktzahl erfolgt unter Bestimmung des Preispunktwertes (PPW) und des Qualitätspunktwertes (QPW). Auf Grundlage der jeweils errechneten Punktwerte wird die Gesamtpunktzahl gemäß der Gewichtung von Preis und Qualität bestimmt.

Preispunktwert:

Für den Preis je Unterkriterium wird der Quotient aus dem günstigsten und dem zu bewertenden Angebot gebildet und mit 100 multipliziert. Anschließend wird das Ergebnis auf die gemäß Wertungstabelle definierte Gewichtung berechnet.

Formel:

$$\left(\left(\frac{\text{günstigster Angebotspreis}}{\text{zu bewertender Angebotspreis}} \right) \times 100 \right) \times \text{Gewichtung in \%} = \text{Preispunkte}$$

Beispiel:

$$\left(\left(\frac{\text{günstigster Angebotspreis} = 500 \text{ EUR}}{\text{zu bewertender Angebotspreis} = 1.000 \text{ EUR}} \right) \times 100 \right) \times \text{Gewichtung } 40 \% = 20 \text{ Punkte}$$

Qualitätspunktwert:

Die Bewertung erfolgt durch den Auftraggeber anhand einer Punkteskala, wobei 100 Punkte der bestmöglichen und 0 Punkte der schlechtmöglichen Bewertung entsprechen. Jede Bewertung wird verbal begründet. Die vom Bieter erreichte Punktzahl je Zuschlagskriterium wird entsprechend der Tabelle gewichtet (Gewichtung).

Formel:

$$\sum \text{erreichte Punkte Qualitätskriterium (ungewichtet)} \times \text{Gewichtung in \%} = \text{Qualitätspunkte}$$

Beispiel:

$$\sum \text{erreichte Punkte } 75 \text{ Punkte (ungewichtet)} \times \text{Gewichtung } 60 \% = 45 \text{ Punkte}$$

6.3. Bewertung nach dem Zuschlagskriterium „Angebotspreis“

Der Bieter hat mit seinem Angebot das ausgefüllte Preisblatt einzureichen. Die Bewertung des Angebots erfolgt ausschließlich anhand der Angaben im Preisblatt.

6.3.1. Bewertung nach dem Unterkriterium „Honorar“

Mit diesem Unterkriterium wird der prozentuelle Honorarsatz für das Schalten von Mediakampagnen beurteilt. Als Bewertungsgrundlage wird hierzu das Feld „Bewertetes Agenturhonorar abzgl. Rabatt (netto)“ im Preisblatt herangezogen.

6.3.2. Bewertung nach dem Unterkriterium „Stundensätze“

Mit diesem Unterkriterium wird werden die Stundensätze beurteilt. Als Bewertungsgrundlage wird hierzu das Feld „Bewerteter Gesamtpreis aller Positionen abzgl. Rabatt (netto)“ im Preisblatt herangezogen.

6.4. Bewertung nach dem Zuschlagskriterium „Qualität Konzept“

Der Bieter hat mit seinem Angebot ein Konzept für Kampagnen für den DRK e. V. einzureichen.

Positiv wird ein Angebot bewertet, wenn

- das vorgeschlagene Baukastensystem klar strukturiert und nachvollziehbar modular aufgebaut ist und eine flexible Kombination verschiedener Gestaltungselemente ermöglicht;
- nachvollziehbar dargestellt wird, welche bestehenden Bestandteile und Gestaltungselemente übernommen, vereinheitlicht, flexibilisiert oder ergänzt werden sollen;
- die vorgeschlagenen Module eine ausreichende Bandbreite unterschiedlicher Kommunikationsanlässe, Zielgruppen und Kommunikationsziele abdecken;
- das Konzept die flexible Kombination von Bild-, Text-, Informations- und Call-to-Action-Elementen ermöglicht, ohne dass die Vorlagen ihren gestalterischen Zusammenhang verlieren;
- die Wiedererkennbarkeit des DRK-Auftritts sowie verbindliche Gestaltungsvorgaben auch bei der Verwendung eigener regionaler Inhalte, insbesondere Bilder, Logos, Kontaktdaten und QR-Codes, berücksichtigt werden;

- die Übertragbarkeit des Systems auf unterschiedliche Formate für Print, Social Media und digitale Kommunikation nachvollziehbar und praxisorientiert dargestellt wird;
- das Konzept erkennen lässt, dass das Baukastensystem langfristig erweiterbar ist und auf weitere Hauptaufgabenfelder übertragen werden kann, ohne für jeden Anwendungsfall ein vollständig neues Vorlagensystem entwickeln zu müssen;
- die vorgesehenen Vorlagen und Module eine einfache und praxisgerechte Nutzung durch DRK-Gliederungen ermöglichen und hierfür möglichst wenig gestalterisches Fachwissen voraussetzen;
- die Umsetzung in Canva nachvollziehbar berücksichtigt wird und die vorgesehenen Gestaltungselemente sinnvoll für die Bearbeitung und Kombination innerhalb von Canva aufbereitet werden können;
- die Anwendungshinweise kurz, verständlich und handlungsorientiert konzipiert sind und den Anwendern nachvollziehbar vermitteln, wie die Vorlagen und Module korrekt eingesetzt und miteinander kombiniert werden;
- das Konzept insgesamt eine konsistente Gestaltung bei gleichzeitig ausreichender Flexibilität erwarten lässt.

Negativ bewertet wird ein Angebot, wenn

- das vorgeschlagene System im Wesentlichen aus fest gestalteten Einzelvorlagen besteht und keine oder nur geringe Möglichkeiten zur modularen Kombination bietet;
- nicht nachvollziehbar dargestellt wird, wie die bestehenden Vorlagen analysiert und weiterentwickelt werden sollen;
- die vorgeschlagenen Module nur eine geringe Bandbreite an Kommunikationsanlässen, Zielgruppen oder Kommunikationszielen abdecken;
- die Kombination der Gestaltungselemente zu einem uneinheitlichen oder beliebigen Erscheinungsbild führen kann und keine ausreichenden Mechanismen zur Wahrung der gestalterischen Konsistenz vorgesehen sind;
- die Wiedererkennbarkeit des DRK-Auftritts oder verbindliche Gestaltungsvorgaben bei der flexiblen Verwendung regionaler Inhalte nicht ausreichend berücksichtigt werden;
- die Übertragung auf Print-, Social-Media- und digitale Formate nicht oder nur unzureichend berücksichtigt wird;
- das Konzept nicht erkennen lässt, wie das System auf weitere Hauptaufgabenfelder übertragen oder langfristig erweitert werden kann;
- die Nutzung der Vorlagen durch DRK-Gliederungen unnötig komplex oder stark von gestalterischen Fachkenntnissen abhängig ist;
- die Anforderungen an die Nutzung und Bearbeitung in Canva nicht oder nur unzureichend berücksichtigt werden;
- die Anwendungshinweise zu umfangreich, unverständlich, unvollständig oder nicht ausreichend praxisorientiert angelegt sind;
- das Konzept insgesamt entweder zu statisch ist oder durch ein Übermaß an individuellen Gestaltungsmöglichkeiten die Konsistenz und Wiedererkennbarkeit des DRK-Auftritts gefährdet.

7. Nachforderungen

Das Angebot muss, um vollständig zu sein, alle in den Vergabeunterlagen enthaltenen Vorgaben abdecken. Fehlen Angaben und/oder Unterlagen kann nachgefordert werden. Angebote die nach Ablauf der gesetzten Frist die geforderten Angaben und/oder Unterlagen nicht nachgereicht haben, werden vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen.

8. Rechtsmittel

Es wird ausdrücklich daraufhin gewiesen, dass es sich bei dem Auftraggeber nicht um einen öffentlichen Auftraggeber im Sinne des § 99 GWB handelt.

Ein am Auftrag interessiertes Unternehmen, das eine Verletzung in seinen Rechten durch Nichtbeachtung von Vergabevorschriften sieht, kann den Verstoß innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen bei nachfolgender Adresse geltend machen:

Deutsches Rotes Kreuz e.V.
Team Recht / Compliance
Carstennstraße 58
12205 Berlin

9. Sonstiges

Die Kosten für die Ausarbeitung der Angebote, samt den erforderlichen Vorleistungen und Kalkulationen, für die Erstellung einer etwaigen Angebotspräsentation sowie für die Anfertigung sonstiger in diesen Unterlagen angeführten Beilagen und Nachweise, werden nicht erstattet.

Falls Sie wegen Auslastung Ihres Betriebes oder aus sonstigen Gründen kein Angebot abgeben wollen, wird um eine entsprechende kurze Mitteilung gebeten. Hieraus werden Ihnen hinsichtlich künftiger Vergabeverfahren keine Nachteile entstehen.

Erwägt der Bieter, Angaben aus seinem Angebot für die Anmeldung eines gewerblichen Schutzrechts zu verwerten oder bestehen solche Schutzrechte in Bezug auf den Auftragsgegenstand oder sind sie beantragt, so hat er dies anzugeben.

Die ungewöhnlich lange Bindefrist ergibt sich aus dem Umstand, dass das Vergabeverfahren über die Weihnachtsfeiertage und den Jahreswechsel verläuft, und dem Auftraggeber diese Zeit zur Bearbeitung des Vergabeverfahrens nicht zur Verfügung steht.

Mit freundlichen Grüßen

Daniel Drews
Sachbearbeiter Vergabe