

04626KBB Anlage C4: Zuschlagskriterien

ENTWURF

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlich günstigste Angebot erteilt. Der niedrigste Angebotspreis allein ist nicht entscheidend. Neben dem Angebotspreis wird auch die Qualität anhand des mit dem Angebot einzureichenden Konzepts bewertet.

Die Wertung erfolgt anhand folgender Zuschlagskriterien:

Agenturprovision:	20%
Stundensätze:	20%
Konzept:	60%

Im **Konzept** ist Folgendes darzulegen:

- a. Einkaufskonditionen
Angaben dazu, wie die Sicherstellung der bestmöglichen Konditionen für den Einkauf von Medialeistungen (bspw. Kulturrabatt, Mengenrabatt, Kombirabatte) gewährleistet wird.
- b. Angaben zu den angebotenen Beratungs-, Recherche- und Planungsdienstleistungen für den Mediaeinkauf. Darzustellen ist:
 - wie gewährleistet wird, dass die Buchung von Werbe- und Anzeigenplätzen innerhalb eines vorgegebenen Budgetrahmens liegt,
 - welche Maßnahmen es zur Beobachtung des Werbemarktes gibt und konkret eingesetzt werden,
 - welche (exemplarischen) Mediapläne im Rahmen der Buchung und Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen erstellt werden und
 - wie der Workflow bei der Buchung und Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen erfolgt und wie gewährleistet wird, dass kurzfristige Anfragen erfüllt werden.
- c. Angaben zur Darstellung der Erfolgskontrolle anhand eines exemplarischen Reporting.

Bitte erläutern Sie auf einer gesonderten Anlage zu diesem Angebot Ihr Konzept.

Umfang maximal 3 Seiten DIN A4 !

Das Konzept ist eigenständig vom Bieter zu erstellen und dem Angebot beizufügen.

Bewertungssystem

Für die einzelnen Wertungskriterien werden jeweils zwischen 0 und maximal 10 Punkten vergeben.

1. Agenturprovision/Stundensätze Beratungsleistungen, Grafik, Redaktion

Die Punktevergabe für die Agenturprovision sowie für die Stundensätze folgt jeweils der Berechnungsformel aus dem Vergabehandbuch des Bundes (VHB 2017, Stand Mai 2023). 10 Punkte erhält das Angebot mit der höchsten Provision bzw. dem niedrigsten Preis. 0 Punkte erhält ein fiktives Angebot mit der 2,0-fach unterhalb der höchsten Provision liegenden Provision bzw. dem 2,0-fachen des niedrigsten Preises. Alle Angebote, die darunter (für die Provision) bzw. darüber (für den Preis) liegen, erhalten

ebenfalls 0 Punkte. Für die dazwischen liegenden Provisionen/Preise werden die Punkte über die lineare Interpolation mit bis zu drei Stellen nach dem Komma berechnet.

2. Konzept

Es können zwischen 10 Punkten und 0 Punkte erreicht werden.

9-10 Punkte, sehr gut: Ein Konzept, das alle Anforderungen in besonders guter Art und Weise umsetzt. Sehr hohe fachliche Qualität und Schlüssigkeit des Konzeptes sowie dessen Präsentation ohne offene Fragen.

Konkret: Es gibt eine Vielzahl von Maßnahmen, welche sicherstellen, dass die bestmöglichen Konditionen angeboten und verhandelt werden. Die Media-Auswahl und dafür vorgesehene Budgets werden sehr gut dargestellt. Sehr gute Kenntnisse und Beobachtung des Werbemarktes. Der beigefügte Mediaplan ist sehr ansprechend und enthält alle benötigten Übersichten und Informationen. Der Workflow bei der Buchung und Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen ist sehr gut dargestellt und nachvollziehbar.

7-8 Punkte, gut: Ein Konzept, das alle Anforderungen in guter Art und Weise umsetzt. Gute fachliche Qualität und Schlüssigkeit des Konzeptes sowie dessen Präsentation mit wenigen offenen Fragestellungen.

Konkret: Es gibt diverse Maßnahmen, welche sicherstellen, dass die bestmöglichen Konditionen angeboten und verhandelt werden. Die Media-Auswahl und dafür vorgesehene Budgets werden gut dargestellt, Gute Kenntnisse und Beobachtung des Werbemarktes. Der beigefügte Mediaplan ist nachvollziehbar und gut dargestellt und enthält fast alle benötigten Übersichten und Informationen. Der Workflow bei der Buchung und Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen ist gut dargestellt und nachvollziehbar.

5-6 Punkte, befriedigend: Ein Konzept, das teilweise Schwächen aufweist, aber die Anforderungen insgesamt weitgehend umsetzt. Annehmbar strukturierte Vorgehensweise mit einigen offenen Fragestellungen. Zufriedenstellende fachliche Qualität und Schlüssigkeit von Konzept und Präsentation.

Konkret: Es gibt nur einige Maßnahmen, welche sicherstellen, dass die bestmöglichen Konditionen angeboten und verhandelt werden. Die Media-Auswahl und dafür vorgesehene Budgets ist ausreichend dargestellt. Die Kenntnisse und Beobachtung des Werbemarktes sind befriedigend. Der beigefügte Mediaplan ist nur zum Teil nachvollziehbar und enthält nicht alle benötigten Übersichten und Informationen, die benötigt werden. Der Workflow bei der Buchung und Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen ist annehmbar dargestellt und nur teilweise nachvollziehbar.

3-4 Punkte, ausreichend: Ein Konzept, das Mängel in der Umsetzung der Anforderungen aufweist, aber eine noch ordnungsgemäße Auftragserfüllung erwarten lässt. Annehmbar strukturierte Vorgehensweise mit einigen Mängeln und mehreren offenen Fragen. Ausreichende fachliche Qualität und Schlüssigkeit von Konzept und Präsentation.

Konkret: Es gibt wenige Maßnahmen, welche sicherstellen, dass die bestmöglichen Konditionen angeboten und verhandelt werden. Die Media-Auswahl und dafür vorgesehene Budgets ist nicht ausreichend dargestellt. Die Kenntnisse und Beobachtung des Werbemarktes sind nicht bzw. nur teilweise vorhanden. Der beigefügte Mediaplan ist zum Großteil nicht nachvollziehbar und enthält nur wenige Übersichten und Informationen, die benötigt werden. Der Workflow bei der Buchung und

Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen ist nicht gut dargestellt und teilweise nicht nachvollziehbar.

1-2 Punkte, mangelhaft: Ein Konzept, das zwar teilweise positive Ansätze erkennen lässt, aber die Anforderungen insgesamt nicht umsetzt und keine ordnungsgemäße Auftragserfüllung erwarten lässt. Einigermmaßen strukturierte Vorgehensweise mit vielen offenen Fragestellungen. Mangelhafte fachliche Qualität und Schlüssigkeit von Konzept und Präsentation.

Konkret: Es gibt keine Maßnahmen, welche sicherstellen, dass die bestmöglichen Konditionen angeboten und verhandelt werden. Die Media-Auswahl und dafür vorgesehene Budgets ist nicht annehmbar dargestellt. Die Kenntnisse und Beobachtung des Werbemarktes sind nicht vorhanden. Der beigefügte Mediaplan ist nicht nachvollziehbar und enthält fast keine Übersichten und Informationen, die benötigt werden. Der Workflow bei der Buchung und Schaltung von Werbe- und Anzeigenflächen ist unbefriedigend dargestellt und teilweise nicht nachvollziehbar.

0 Punkte, ungenügend: Ein Konzept, das die Anforderungen nicht umsetzt und keine ordnungsgemäße Auftragserfüllung erwarten lässt oder ein nicht vorhandenes Konzept. Unstrukturierte Vorgehensweise mit zahlreichen offenen Fragestellungen. Eine insgesamt ungenügende fachliche Qualität und Schlüssigkeit des Konzeptes

Gesamtergebnis

Zur Ermittlung der Gesamtergebnisse werden die aus den drei Wertungskriterien erreichten Punkte mit ihrem entsprechenden Gewichtsanteilen (Agenturprovision: 20%, Stundensätze für Beratungsleistungen: 20% und Konzept: 60%) berücksichtigt, um die erreichte Gesamtpunkteanzahl zu ermitteln. Zur Ermittlung der Gesamtpunkteanzahl wird für jedes benannte Kriterium eine Punktezahl durch Multiplikation des v.H. Satzes des Zuschlagskriteriums mit den im Rahmen der Angebotswertung für das jeweilige Angebot festgelegten Punkten ermittelt (z.B.: Das Angebot mit der geringsten Agenturprovision erhält 10 Punkte, das Zuschlagskriterium Preis wird z.B. mit 40% gewichtet. Die Punktezahl beträgt somit 400 Punkte). Entsprechendes gilt für die weiteren Wertungskriterien und ihre jeweilige Gewichtung.

Der Zuschlag wird auf das Angebot erteilt, das die höchste Gesamtpunktzahl erreicht hat.