



Norddeutscher Rundfunk

**Vergabeunterlagen zum
Offenen Verfahren**

**Dienstleistungen für Onlinepanel-Befragungen
für die Rundfunkanstalten der ARD**

E40F/2026-06

11.08.2026

Inhaltsverzeichnis

1.	Die ARD / Medienforschung	4
2.	Gegenstand der Vergabe (Management Summary)	4
3.	Angebots- und Bewerbungsbedingungen	6
3.1	Grundsätzliche Bestimmungen	6
3.2	Vergabestelle	6
3.3	Fristenangaben	6
3.4	Fragen zur Vergabe	6
3.5	Bereitstellung der Vergabeunterlagen / Registrierung	6
3.6	Inhalt und Aufbau des Angebotes – wichtige Hinweise für die Erstellung	7
3.7	Angebotsabgabe und Registrierung	7
3.8	Änderungen und Rücknahme des Angebotes	8
3.9	Vergütung / Kostenerstattung für die Erstellung der Angebote	8
3.10	Losweise Vergabe / Losbeschränkung	8
3.11	Nebenangebote bzw. weitere Hauptangebote	8
3.12	Schutzrechte	8
3.13	Kenntlichmachung der Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse	8
3.14	Bietergemeinschaft	8
3.15	Nachunternehmer (Unterauftragnehmer)	9
3.16	Vertraulichkeit	9
3.17	Mitteilung über nicht berücksichtigte Angebote	9
3.18	Rechtschutz / zuständige Vergabekammer	10
3.19	Zuschlagserteilung / Vertragsabschluss	10
4.	Eignungsprüfung	11
4.1	Vorbemerkungen	11
4.1.1	Eignung von Bietergemeinschaften	11
4.1.2	Eignungsleihe	11
4.2	Allgemeine Eignungsanforderungen	11
4.2.1	Befähigung zur Berufsausübung einschließlich Auflagen hinsichtlich der Eintragung in einem Berufs- oder Handelsregister	11
4.2.2	Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit	11
4.2.3	Technische und berufliche Leistungsfähigkeit	12
4.3	Spezielle Eignungsanforderungen	12
4.3.1	Referenzen	12
4.3.2	ADM-Standard	13
4.3.3	ICC/ESOMAR-Kodex	13
4.3.4	Mindestkriterien	13
5.	Prüfung und Wertung der Angebote	14
5.1	Zuschlagskriterium Preis	14
5.1.1	Variable Kosten für Los 1 und 2	14
5.1.2	Feste Kosten für Los 1 und 2	15
5.2	Zuschlagskriterium Qualität der angebotenen Leistungen	15
5.2.1	Darstellung Panel-Größe und Prozess der Rekrutierung (15%)	16
5.2.2	Generierung und Management von Einzelstichproben (10%)	16
5.2.3	Fragebogenerstellung / -programmierung, -test (10%)	16
5.2.4	Erstellung Datensatz, Art der Ergebnislieferung und Datenservices (10%)	17
5.2.5	Methoden-, Analyse- und Beratungskompetenz (10%)	17
5.2.6	Passfähigkeit zur ARD (5%)	17

6.	Rahmenbedingungen	18
6.1	Organisatorische und räumliche Rahmenbedingungen	18
6.2	Technische Rahmenbedingungen	18
6.3	Kick-Off-Termin	18
6.4	Abrufverfahren	18
6.5	Rechtliche Rahmenbedingungen	18
6.6	IT-Sicherheitsbestimmungen / Vertraulichkeit	18
6.7	Datenschutzrechtliche Rahmenbedingungen	19
7.	Leistungsbeschreibung	20
7.1	Losvorgaben	20
7.1.1	Los 1 – Große Fallzahlen	20
7.1.2	Los 2 – QuickSurveys	20
7.2	Methodische Anforderungen	20
7.3	Aufbereitung der Daten	21
7.4	Vorlaufzeiten	21
7.5	Leistungsort / Leistungszeit	21
7.6	Ansprechpartner	21
8.	Anlagen	22

1. Die ARD / Medienforschung

Die ARD ist die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland. Der föderale Medienverbund besteht seit 1950. Seither entwickelt sich die partnerschaftliche Zusammenarbeit innerhalb des föderalen Medienverbunds kontinuierlich weiter. Bekanntestes Beispiel dieser Kooperation ist das nationale Fernsehprogramm „Das Erste“. Hinzu kommen viele weitere gemeinsame Angebote: von der Bundesliga-Konferenz im Hörfunk bis hin zur ARD- Mediathek.

Die ARD-Satzung regelt die Zusammenarbeit der Rundfunkanstalten und die Gestaltung des gemeinsamen Fernsehprogramms „Das Erste“.

<https://www.ard.de/die-ard/presse-kontakt/ard-pressemeldungen/2020/die-ard-und-ihr-auftrag,12-08-die-ard-und-ihr-auftrag-100.html>

<https://www.ard.de/die-ard/aufgaben-der-ard/gemeinwohl/ard-broschuere-gemeinwohl-102.pdf>

Die Medienforscher:innen der neun ARD Landesrundfunkanstalten, der Programmdirektion „Das Erste“ und der ARD Media GmbH kooperieren in zahlreichen Projekten und sind über die ARD-Forschungskommission und verschiedene Arbeitsgruppen miteinander und mit dem Deutschlandradio vernetzt.

2. Gegenstand der Vergabe (Management Summary)

Der Norddeutsche Rundfunk (NDR) beabsichtigt, für die nachfolgend genannten ARD-Rundfunkanstalten und Deutschlandradio eine Rahmenvereinbarung über Dienstleistungen für Onlineumfragen ihrer Markt- und Medienforschung mit einem jährlichen Kontingent an Onlinepanel-Befragungen abzuschließen.

Im Rahmen dieses Vergabeverfahrens wird nach einem oder mehreren qualifizierten Dienstleistern gesucht, die über Onlinepanel unter den in diesen Vergabeunterlagen genannten Kriterien verfügen. Vergeben werden bis zu 2 Lose (Los 1 „Große Fallzahlen, Los 2 „QuickSurveys“), die jeweils einen Studienschwerpunkt der zukünftigen Befragungen erfüllen. Geplant sind ad hoc-Studien und Tracking-Studien zu Themen der Nutzung in den Bereichen Audio, Video wie auf eigenen und externen digitalen Plattformen, die von den einzelnen ARD-Landesrundfunkanstalten sowie von ARD-Gemeinschaftseinrichtungen realisiert werden.

Bei den durchzuführenden Studien kann es sich beispielsweise um Titel- und Kampagnentests, Pilottests von Sendungen oder Sendungselementen, Tests von Social Media- und Onlineangeboten oder generelle Fragen zur Nutzung und Akzeptanz der Angebote handeln. Die Befragungen können bundesweit oder spezifisch für die Sendegebiete einzelner Landesrundfunkanstalten angelegt sein.

Zur wirtschaftlichen Abdeckung dieser Beauftragungen haben sich (zunächst) folgende ARD-Rundfunkanstalten (RFA) zusammengeschlossen:

Bayerischer Rundfunk (BR)
Deutschlandradio
Hessischer Rundfunk (HR)
Mitteldeutscher Rundfunk (MDR)
Norddeutscher Rundfunk (NDR)
Südwestrundfunk (SWR)
Westdeutscher Rundfunk (WDR)

Weitere Angaben zu den vorgenannten Rundfunkanstalten befinden sich auf den jeweiligen Webseiten. Unmittelbar bezugsberechtigt aus dem abzuschließenden Rahmenvertrag sind die vorgenannten Rundfunkanstalten.

Dem Auftraggeber wird eine Option auf einen späteren Beitritt von Radio Bremen (RB), Rundfunk Berlin Brandenburg (RBB), Saarländischer Rundfunk (SR), ARD Media GmbH und/oder der Programmdirektion „Das Erste“ zum bestehenden Rahmenvertrag eingeräumt (§ 132 Abs. 2 Ziff.1 GWB).

Mit der Auftragsvergabe erfolgt der Abschluss von Rahmenverträgen über ein oder zwei Lose mit einem oder zwei Auftragnehmern. Die Rahmenverträge haben eine Grundlaufzeit von zwei Jahren. Die Vergabestelle/NDR hat das Recht, die Verträge insgesamt zweimal, um jeweils ein weiteres Jahr zu verlängern. Die maximale Vertragslaufzeit beträgt vier Jahre.

Die Bezugsberechtigten schätzen das Volumen an beauftragten Online-Interviews pro Jahr wie folgt ein:

Los 1 „Große Fallzahlen“	Mindestabnahme	geschätzte Abnahme	optionale Höchstmenge
bundesweit	4.250	7.500	14.000
Sendegebiet RFA	6.000	12.500	17.000

Los 2 „QuickSurveys“	Mindestabnahme	geschätzte Abnahme	optionale Höchstmenge
bundesweit	1.900	2.700	5.100
Sendegebiet RFA	3.100	3.800	5.200

Die Bezugsberechtigten verpflichten sich gegenüber dem Auftragnehmer zur Beauftragung von mindestens 10.250 Online-Interviews für Los 1 bzw. mindestens 5.000 Online-Interviews für Los 2 für die ersten zwei Jahre der Vertragslaufzeit. Darüber hinaus besteht keine Abnahmeverpflichtung seitens der Beteiligten.

Die im Rahmen dieses Vergabeverfahrens angefragten Leistungen sind in der Leistungsbeschreibung (Kapitel 7) der Vergabeunterlagen umfassend beschrieben. Die technischen, rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen sind im Kapitel 6 enthalten.

3. Angebots- und Bewerbungsbedingungen

3.1 Grundsätzliche Bestimmungen

Der NDR vergibt den Auftrag im Rahmen eines Offenen Verfahrens auf der Grundlage dieser Angebots- und Bewerbungsbedingungen.

3.2 Vergabestelle

Norddeutscher Rundfunk (NDR)
Anstalt des öffentlichen Rechts
Rothenbaumchaussee 132-134
20149 Hamburg
DEUTSCHLAND

3.3 Fristenangaben

Für das Vergabeverfahren gilt der folgende vorläufige Terminplan, auf den sich die Bieter verbindlich einzurichten haben:

Verfahrensschritt Zeitpunkt / Zeitraum

Fristende zur Einreichung von Bieterfragen	01.10.2026
Ablauf der Angebotsfrist	08.10.2026
Voraussichtlicher Versand der Vorabinformation	19.10.2026
Voraussichtlicher Zuschlagstermin	30.10.2026
Ablauf der Bindefrist	30.11.2026
Voraussichtlicher Leistungsbeginn	01.11.2026

3.4 Fragen zur Vergabe

Falls aus Sicht des Bieters in den Vergabeunterlagen Unklarheiten oder Auslegungsfragen bestehen, ist der Bieter aufgefordert, Unklarheiten und/oder Auslegungsfragen als Bieterfragen einzureichen.

Bieterfragen sind umgehend, jedoch spätestens bis zu dem unter Ziffer 3.3 "Fristenangaben" genannten Termin, über das Bietertool des Deutschen Vergabeportals (DTVP) unter Bezugnahme der entsprechenden Nummerierung der Vergabeunterlage bzw. der Anlagen zu stellen.

Die Beantwortung von Fragen, die später als zu der unter Ziffer 3.3 genannten Frist beim NDR eingehen, kann nicht garantiert werden.

Fragen und deren Beantwortung werden Bestandteile der Vergabeunterlagen und sind daher bei der Abgabe des Angebotes unbedingt zu beachten.

Antworten auf häufig gestellte Fragen sind in den FAQs (Anlage 10) sowie unter folgendem Link zusammengestellt:

https://www.ndr.de/der_ndr/unternehmen/ausschreibungen/faq166.pdf

3.5 Bereitstellung der Vergabeunterlagen / Registrierung

Die Vergabeunterlagen nebst Anlagen sowie sämtliche Bieterfragen und Antworten stehen auf dem DTVP (<http://www.dtv.de>) online zur Verfügung. Der Bieter hat die Möglichkeit, sich über das Bietertool zu registrieren. Mit der Registrierung können Bieterfragen direkt über das Bietertool gestellt werden. Über Neuerungen im Verfahren und sonstige Hinweise, z.B. Antworten auf Bieterfragen, werden die Bieter bei entsprechender Registrierung automatisch per E-Mail informiert.

Bieter ohne Registrierung müssen sich selbständig informieren, ob Vergabeunterlagen zwischenzeitlich geändert wurden oder ob der NDR Fragen zum Vergabeverfahren beantwortet hat. Der Bieter trägt für diesen Fall das Risiko, ein Angebot auf der Grundlage veralteter Vergabeunterlagen erstellt zu haben und daher im weiteren Verlauf vom Verfahren ausgeschlossen zu werden.

Änderungen, Neuerungen und sonstige Abweichungen können sich jederzeit bis zum Ende der Angebotsfrist ergeben.

3.6 Inhalt und Aufbau des Angebotes – wichtige Hinweise für die Erstellung

Das Angebot ist in all seinen Bestandteilen in deutscher Sprache abzufassen. Unterlagen, die in einer Fremdsprache eingereicht werden, sind beglaubigte oder von einem öffentlich bestellten und vereidigten Übersetzer oder Dolmetscher angefertigte Übersetzungen beizufügen. Dies gilt nicht für Zertifizierungen und/oder Bescheinigungen von Herstellern etc., die regelmäßig in englischer Sprache ausgestellt werden. Diese Unterlagen können ohne Übersetzung eingereicht werden.

Der Schriftverkehr mit dem NDR während des kompletten Vergabeverfahrens ist jedoch ausschließlich in deutscher Sprache zu führen.

Dem Angebot sind die übersandten Vergabeunterlagen zugrunde zu legen. Das Angebot muss die in der Bekanntmachung und in den Vergabeunterlagen geforderten Unterlagen, Erklärungen und Angaben vollständig enthalten.

Der NDR behält sich vor, fehlende, unvollständige oder fehlerhafte Unterlagen unter Fristsetzung nachzufordern, vervollständigen oder korrigieren zu lassen. Eine Nachforderung erfolgt nicht für leistungsbezogene Unterlagen, die die Wirtschaftlichkeitsbewertung des Angebotes betreffen, es sei denn, es handelt sich um Preisangaben unwesentlicher Einzelpositionen, deren Einzelpreise den Gesamtpreis nicht verändern oder die Wertungsreihenfolge und den Wettbewerb nicht beeinträchtigen, vgl. § 56 VgV.

Werden die vom NDR geforderten Erklärungen und Nachweise oder sonstige Angaben auch bis zum Ablauf der Nachforderungsfrist nicht durch den Bieter vorgelegt, so wird sein Angebot vom Verfahren ausgeschlossen.

Allgemeine Geschäfts- oder Vertragsbedingungen des Bieters dürfen nicht verwendet werden. Ohne Aufforderung des NDR eingereichte Vertragsentwürfe oder Änderungsvorschläge des Bieters werden nicht berücksichtigt.

Für die Abgabe des Angebotes sind die entsprechenden Vordrucke und Formulare zu verwenden. Die abgefragten Daten sind im Angebotsvordruck zu ergänzen und mit dem Angebot einzureichen.

Mit der Angebotsabgabe bestätigt der Bieter, dass seine Angaben wahrheitsgemäß sind und alle in diesem Vergabeverfahren dargestellten Anforderungen erfüllt werden bzw. danach verfahren wird und die als Anlagen beigefügten Vertragsbedingungen anerkannt werden.

Die Angebotspreise (Preisblatt, Anlage 2) sind in Euro anzugeben. Der Umsatzsteuerbetrag ist unter Zugrundelegung des geltenden Steuersatzes am Schluss des Angebotes hinzuzufügen.

Änderungen / Berichtigungen des Bieters an seinen Eintragungen müssen zweifelsfrei sein. Berichtigungen dürfen nur so vorgenommen werden, dass die unrichtigen Eintragungen gestrichen und die richtigen darüber gesetzt werden.

Änderungen und Ergänzungen an den Vergabeunterlagen, insbesondere den vorgegebenen Angebotsbedingungen, sind unzulässig.

Die gemäß Vergabeunterlagen geforderten Nachweise und Erläuterungen sind dem Angebotsvordruck in der angegebenen Reihenfolge beizufügen.

3.7 Angebotsabgabe und Registrierung

Die Vergabeunterlagen können grundsätzlich kosten- und registrierungsfrei unter <http://www.dtv.de> abgerufen werden (siehe Ziffer 3.5).

Für eine Angebotsabgabe ist eine Registrierung im Bietertool jedoch zwingend erforderlich.

Eine Angebotsabgabe ist ausschließlich elektronisch über das DTVP möglich. Hierzu hat der Bieter im Bietertool das Angebot inkl. sämtlicher Anlagen an der entsprechenden Stelle hochzuladen. Bitte machen Sie sich frühzeitig mit dem Bietertool vertraut, damit es nicht zu Problemen bei der Angebotsabgabe kommt. Sollten technische Probleme auftreten, wenden Sie sich bitte ausschließlich an die im DTVP genannten Stellen.

Angebote in Papierform können nicht berücksichtigt werden und werden vom weiteren Verfahren ausgeschlossen.

Das Angebot ist bis zum Ablauf der unter Ziffer 3.3 Fristenangaben genannten Angebotsfrist über das Bietertool hochzuladen.

Maßgeblich ist der elektronisch dokumentierte Zeitpunkt des Angebotseingangs im Bietertool. Sollte das Angebot verspätet eingehen, wird das Angebot vom weiteren Verfahren ausgeschlossen.

3.8 Änderungen und Rücknahme des Angebotes

Änderungen oder Berichtigungen des Angebotes sind nur bis zum Ablauf der Angebotsfrist zulässig. Hierzu ist das fehlerhafte Angebot über das Bietertool „zurückzuziehen“ und innerhalb der Angebotsfrist ist das korrigierte Angebot neu hochzuladen.

Bis zum Ablauf der Angebotsfrist kann das Angebot auch ersatzlos zurückgezogen werden.

3.9 Vergütung / Kostenerstattung für die Erstellung der Angebote

Für die Bearbeitung der Vergabeunterlagen bzw. die Erstellung des Angebotes wird keine Vergütung/Kostenerstattung gewährt.

3.10 Losweise Vergabe / Losbeschränkung

Die Leistung wird in 2 Losen vergeben. Bieter können sich auf eines oder mehrere Lose bewerben.

3.11 Nebenangebote bzw. weitere Hauptangebote

Nebenangebote und Alternativangebote sowie die Abgabe weiterer Hauptangebote sind unzulässig.

3.12 Schutzrechte

Im Angebot ist anzugeben, ob für den Gegenstand des Angebotes gewerbliche Schutzrechte bestehen oder vom Bieter oder anderen beantragt sind.

3.13 Kenntlichmachung der Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse

Der NDR ist im Falle eines Nachprüfungsantrags verpflichtet, die Vergabeakten, die auch die abgegebenen Angebote enthalten, an die Vergabekammer weiterzuleiten.

Nach § 165 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) haben die Verfahrensbeteiligten u. U. Anspruch auf Akteneinsicht und können sich ggf. Ausfertigungen, Auszüge oder Abschriften erteilen lassen (§ 165 Abs. 1 GWB). Die Vergabekammer hat die Einsicht in die Unterlagen zu versagen, soweit dies aus wichtigen Gründen, insbesondere des Geheimschutzes oder zur Wahrung von Betriebs- oder Geschäftsgeheimnissen geboten ist (§ 165 Abs. 2 GWB).

Nach § 165 Abs. 3 GWB hat jeder Beteiligte mit der Übersendung seiner Akten oder Stellungnahmen auf die Wahrung der Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse hinzuweisen und diese in den Unterlagen entsprechend deutlich kenntlich zu machen.

Bereits mit dem Angebot hat der Bieter mitzuteilen, welche Bestandteile des Angebotes Geheimnisse im vorbezeichneten Sinne enthalten. Fehlt eine deutliche Kenntlichmachung, ist von der Zustimmung des Bieters zur Einsichtnahme auszugehen.

3.14 Bietergemeinschaft

Die Angebotsabgabe durch eine Bietergemeinschaft ist zulässig.

Wenn das Angebot durch eine Bietergemeinschaft eingereicht wird, so ist die verwendete Bezeichnung „Bieter“ in der gesamten Vergabeunterlage inkl. aller zusammenhängenden Dokumente als „Bietergemeinschaft“ zu verstehen. Eine Bietergemeinschaft hat mit ihrem Angebot zwingend die Anlage „Bietergemeinschaft“ abzugeben,

- in der die Bildung einer Bietergemeinschaft im Auftragsfalle erklärt wird,
- in der alle Mitglieder mit postalischer Anschrift aufgeführt werden,
- in der ein von allen für die Durchführung des Vertrages gegenüber dem NDR bevollmächtigter Vertreter bezeichnet wird und erklärt wird, dass dieser Vertreter gegenüber dem NDR alle Mitglieder rechtsverbindlich vertreten wird,

- in der die postalische Anschrift des Vertreters angegeben wird, über den der gesamte Schriftverkehr abgewickelt wird.

Alle Mitglieder der Bietergemeinschaft haften gegenüber dem NDR gesamtschuldnerisch für die Erfüllung sämtlicher vertraglicher Verpflichtungen. Bei Bietergemeinschaften werden Zahlungen mit befreiender Wirkung für den NDR an den für die Durchführung des Vertrages bevollmächtigten Vertreter der Bietergemeinschaft oder nach dessen schriftlicher Weisung geleistet. Dies gilt auch nach Auflösung der Bietergemeinschaft. Die Bildung oder Änderung einer Bietergemeinschaft nach Angebotsabgabe ist nicht zulässig.

3.15 Nachunternehmer (Unterauftragnehmer)

Die Einschaltung von Nachunternehmern ist zulässig.

Sofern der Bieter Nachunternehmer einschaltet, bietet er als Generalunternehmer an. Beabsichtigt der Bieter Teilleistungen von Nachunternehmern ausführen zu lassen, ist vom Bieter zwingend die Anlage "Nachunternehmer" sowie von jedem Nachunternehmer die Anlage „Verpflichtungserklärung Nachunternehmer“ einzureichen. Will der Bieter bei der Leistungserbringung Nachunternehmer einsetzen, so hat der Bieter bis zum Ablauf der Angebotsfrist unter Verwendung der Anlage „Nachunternehmer“ mindestens die Leistungsteile zu benennen, die von Nachunternehmern erbracht werden sollen. Die konkreten Namen der Nachunternehmer, Nachweise/Erklärung zu deren Fachkunde und Leistungsfähigkeit sowie insbesondere die Anlage „Verpflichtungserklärung Nachunternehmer“ sind spätestens auf Anforderung innerhalb der vom NDR gesetzten Frist vor Zuschlagserteilung nachzureichen. Sollten die Namen der Nachunternehmer bereits bei Angebotsabgabe bekannt sein, so ist die Anlage „Verpflichtungserklärung Nachunternehmer“ dem Angebot beizufügen.

Der NDR wird die Erfüllung der Eignungsanforderungen durch den Nachunternehmer prüfen. Hierzu behält sich der NDR vor, vor Zuschlagserteilung zu überprüfen, ob auch die Eignungsanforderungen gemäß Ziffer 4 der Vergabeunterlagen durch den Nachunternehmer erfüllt werden und fordert hierzu ggf. zusätzliche Unterlagen vom Nachunternehmer an, sofern diese für die Leistungserbringung durch den Nachunternehmer anwendbar sind. Der Bieter hat Nachunternehmer bei Anforderung eines Angebotes davon in Kenntnis zu setzen, dass es sich um einen öffentlichen Auftrag handelt.

Für alle Nachunternehmer gilt § 128 Abs. 1 GWB. Der Bieter muss außerdem sicherstellen, dass der Nachunternehmer die ihm übertragenen Aufgaben nicht weiter vergibt, es sei denn, der NDR hat zuvor schriftlich zugestimmt.

Der NDR darf dem Einsatz von Nachunternehmern durch den Bieter unter den Voraussetzungen des § 36 Abs. 5 VgV widersprechen. Nach Zuschlagserteilung kann die Übertragung von Leistungen oder Teilleistungen an Nachunternehmer, die nicht im Angebot benannt sind, nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des NDR erfolgen. Freie Mitarbeiter gelten (nicht) als Nachunternehmer.

3.16 Vertraulichkeit

Die Vergabeunterlagen sind geistiges Eigentum des NDR und vertraulich zu behandeln. Sie dürfen lediglich zum Zwecke der Angebotsbearbeitung verwendet, vervielfältigt und Dritten zugänglich gemacht werden. Jede Veröffentlichung oder anderweitige Nutzung – auch auszugsweise – ist ohne vorherige Zustimmung des NDR unstatthaft.

Sofern der Bieter nach Übersendung dieser Vergabeunterlagen kein Angebot abgeben will, so verpflichtet er sich, die Vergabeunterlagen zu vernichten bzw. zu löschen. Gleiches gilt für den Fall, dass das Angebot des Bieters im Rahmen des Vergabeverfahrens ausgeschlossen oder abgelehnt wird.

3.17 Mitteilung über nicht berücksichtigte Angebote

Der NDR informiert die Bieter, auf deren Angebote der Zuschlag nicht erteilt werden soll, gemäß § 134 Abs. 2 GWB spätestens zehn Kalendertage vor Zuschlagserteilung durch Übersendung der Vorabinformation auf elektronischem Wege über die Gründe der Nichtberücksichtigung ihrer Angebote, den Namen des obsiegenden Unternehmens und über den frühesten Zeitpunkt der Zuschlagserteilung/des Vertragsschlusses.

3.18 Rechtsschutz / zuständige Vergabekammer

Für etwaige Nachprüfungsverfahren nach §§ 155 ff. GWB ist folgende Vergabekammer zuständig:

Vergabekammer Hamburg
Bei der Behörde für Finanzen und Bezirke
Adolphsplatz 3-5
20457 Hamburg
Telefon: +49 40 42823-1690

Hinweis zur Geltendmachung von Vergaberechtsverstößen vor der Vergabekammer:

Der NDR weist darauf hin, dass ein Nachprüfungsantrag unzulässig ist, soweit

- der Antragsteller den geltend gemachten Verstoß gegen Vergabevorschriften vor Einreichen des Nachprüfungsantrags erkannt und gegenüber dem NDR nicht innerhalb einer Frist von zehn Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Absatz 2 GWB bleibt unberührt,
- Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem NDR gerügt werden,
- Verstöße gegen Vergabevorschriften, die erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem NDR gerügt werden,
- mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des NDR, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind.

Weitere Einzelheiten können § 160 GWB entnommen werden.

3.19 Zuschlagserteilung / Vertragsabschluss

Die Zuschlagserteilung erfolgt schriftlich. Der Bieter ist bis zum Ablauf der Bindefrist an sein Angebot gebunden. Wird der Zuschlag rechtzeitig und ohne Änderung erteilt, ist der Vertrag mit Zuschlagserteilung zu den Vorgaben dieses Verfahrens auf der Grundlage des Angebotes rechtskräftig zustande gekommen.

Dies gilt unbeschadet einer möglichen späteren schriftlichen Festlegung in Form einer Vertragsurkunde.

4. Eignungsprüfung

4.1 Vorbemerkungen

Aufträge dürfen nur an geeignete Bieter vergeben werden. Geeignet sind Bieter, wenn sie die für die Erfüllung der vorgesehenen vertraglichen Verpflichtungen erforderliche Fachkunde und Leistungsfähigkeit besitzen und nicht nach den §§ 123, 124 GWB vom Verfahren auszuschließen sind.

Zum Nachweis seiner Eignung muss der Bieter seinem Angebot die nachfolgenden Erklärungen, Nachweise und Erläuterungen beifügen.

Sollten sich während des Verfahrens Änderungen an den vom Bieter beigebrachten Eigenerklärungen und Nachweisen ergeben, so dass die abgegebene Erklärung oder der betreffende eingereichte Nachweis seine Gültigkeit verliert, ist der Bieter verpflichtet, den NDR unverzüglich über die Änderungen zu informieren.

Die abzugebenden Eigenerklärungen sind durch eigenhändige Unterschrift zusammen mit dem beigelegten Angebotsvordruck einzureichen.

4.1.1 Eignung von Bietergemeinschaften

Bei Bietergemeinschaften ist von jedem Mitglied der Gemeinschaft die „EG-Angebotserklärung“ (Anlage 1) mit dem Angebot abzugeben. Eigenerklärungen zu „Speziellen Eignungsanforderungen“ sind von den Mitgliedern der Bietergemeinschaft „nur“ jeweils in Bezug auf die von ihnen zu erbringenden Teilleistungen beizufügen.

4.1.2 Eignungsleihe

Der Bieter kann für einen bestimmten öffentlichen Auftrag im Hinblick auf die erforderliche wirtschaftliche und finanzielle sowie die technische und berufliche Leistungsfähigkeit die Kapazitäten anderer Unternehmen in Anspruch nehmen, wenn er nachweist, dass ihm die für den Auftrag erforderlichen Mittel tatsächlich zur Verfügung stehen werden, indem er die „Anlage - Verpflichtungserklärung“ vorlegt.

Diese Möglichkeit besteht unabhängig von der Rechtsnatur der zwischen dem Bieter und den anderen Unternehmen bestehenden Verbindungen.

Der NDR wird die Erfüllung der Eignungsanforderungen durch das Unternehmen, dessen Eignung sich der Bieter bedient, prüfen. Hierzu behält sich der NDR vor, vor Zuschlagserteilung zu überprüfen, ob auch die speziellen Eignungsanforderungen gemäß Ziffer 4.3 der Vergabeunterlagen durch das Unternehmen erfüllt werden und fordert hierzu ggf. zusätzliche Unterlagen von dem Unternehmen an, sofern diese für die Leistungserbringung durch das Unternehmen anwendbar sind.

4.2 Allgemeine Eignungsanforderungen

Zum Nachweis der allgemeinen Eignungsanforderungen hat der Bieter die „EG-Angebotserklärung“ (Anlage 1) auszufüllen und dem Angebot unterschrieben beizufügen:

4.2.1 Befähigung zur Berufsausübung einschließlich Auflagen hinsichtlich der Eintragung in einem Berufs- oder Handelsregister

- Eigenerklärung, dass der Bewerber im Berufs- oder Handelsregister nach Maßgabe der Rechtsvorschriften des Landes der Gemeinschaft oder des Vertragsstaates des EWR-Abkommens eingetragen ist (Handelsregistrauszug).

4.2.2 Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

- Eigenerklärung zur Betriebshaftpflichtversicherung
- Eigenerklärung zu den zwingenden Ausschlussgründen nach § 123 GWB bzw. dass in Bezug auf zwingende Ausschlussgründe eine Selbstreinigung nach § 125 GWB erfolgt ist
- Eigenerklärung zu den fakultativen Ausschlussgründen nach § 124 GWB bzw. dass in Bezug auf fakultative Ausschlussgründe eine Selbstreinigung nach § 125 GWB erfolgt ist
- Eigenerklärung zum Mindestlohngesetz -MiLoG-

- Eigenerklärung zu Artikel 5k der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23 der Verordnung (EU) 2022/576 des Rates vom 8. April 2022 ("EU-Sanktionspaket")
- Erklärung und Darstellung des Umsatzes für die vergleichbaren Dienstleistungen (hier: Befragung mittels Online-Panel) in den letzten drei Geschäftsjahren

4.2.3 Technische und berufliche Leistungsfähigkeit

- Unternehmensdarstellung mit Leistungsspektrum und Gründungsdatum
- Nennung von zwei festen Studienleiter*innen bzw. Ansprechpartner*innen
- Erklärung und Darstellung der Zahl der in den letzten drei Geschäftsjahren jahresdurchschnittlich beschäftigten, festangestellten Arbeitskräfte
- Darstellung der Zahl der in den eingesetzten Online-Panels befragbaren Probanden, aufgeschlüsselt nach Altersdekaden und Bundesländern
- Darstellung der Zahl der realisierten Anzahl Interviews in den eingesetzten Online-Panels in den Geschäftsjahren 2025, 2024 und 2023

4.3 Spezielle Eignungsanforderungen

Zum Nachweis der speziellen Eignungsanforderungen hat der Bieter dem Angebot zusätzlich die im Folgenden genannten Unterlagen beizufügen bzw. Erklärungen abzugeben.

4.3.1 Referenzen

Dem Angebot sind mindestens zwei geeignete Referenzen pro Los über früher ausgeführte, vom Umfang und Inhalt vergleichbare Dienstleistungsaufträge aus den letzten höchstens drei Jahren beizufügen.

Die gewählten Referenzen haben jeweils folgende Erfahrungen/Angaben vollständig zu belegen:

- Name und Anschrift des Auftraggebers; inkl. Ansprechpartner
- Ausführungs-/Leistungszeitraum
- Kurzbeschreibung des Referenzprojektes/-auftrages

Der Bieter erfüllt die Anforderungen an die vergleichbaren Referenzleistungen, wenn er mindesten zwei Referenzen pro Los angibt, die die jeweils folgenden Anforderungen belegen:

- Methodenkompetenz in der Feldphase (Stichprobenziehung, Feldsteuerung)
- Panelmanagement (Qualitätssicherung, Panel-Pflege, Interviewerschulung/ -briefing)
- Erfahrungen in Fragebogenprogrammierung und Filterführung
- Auspielung auf verschiedenen Geräten (Desktop, Laptop, Smartphone)
- Erfahrungen in der Daten-Analyse (inkl. Gewichtungen)
- Erfahrungen in der Durchführung von Umfragen im Medienbereich
- Zeitgemäße und effiziente Ergebnislieferung

Darüber hinaus gibt es für die ARD Medienforschung weitere wichtige Aspekte, die mit jeweils einem Studien-Beispiel belegt werden sollen, welches nicht identisch mit den Referenzen sein muss:

- Einbindung von Bildmaterial, Videos und Audio
- Aussteuerung von monadischen (Teil-)Stichproben
- Erfahrungen in der Aussteuerung und Durchführung von Umfragen auf Bundeslandebene

Der NDR behält sich vor, die angegebenen Referenzen zu überprüfen. Die Überprüfung basiert allein auf den vom Bieter gemachten Angaben. Der Bieter hat insofern unbedingt auf die Vollständigkeit und Richtigkeit der von der Vergabestelle geforderten Angaben zu achten. Sofern und soweit der Bieter auf Referenzen von Nachunternehmern zurückgreift, so sind nur solche Referenzen des Nachunternehmers zulässig, die inhaltlich mit dem Leistungsteil

vergleichbar sind, den der Nachunternehmer konkret im Rahmen der angebotenen Leistung erbringen soll.

4.3.2 ADM-Standard

Für den Bieter sind die Richtlinien des ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. <https://www.adm-ev.de/standards-richtlinien/>) zu den Standards zur Qualitätssicherung für Onlinepanel-Befragungen verbindlich.

Für ausländische Bieter gilt ein gleichwertiger Standard aus dem Herkunftsland. Ausländische Bieter haben der Vergabestelle die Gleichwertigkeit nachzuweisen.

4.3.3 ICC/ESOMAR Kodex

Für den Bieter sind die Richtlinien des ICC/ESOMAR (internationaler Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung) zu den Standards zur Qualitätssicherung für Onlinepanel-Befragungen verbindlich.

<https://esomar.org/uploads/attachments/ckqgtgbvk301p6kdtrelj3mnyf-iccesomar-code-german.pdf>

<https://esomar.org/uploads/attachments/ckqtawvj00uukdtrhst5sk9u-iccesomar-international-code-english.pdf>

4.4 Mindestkriterien

Neben den Eignungskriterien hat der Bieter für die konkrete Leistungserbringung die in Anlage 3 formulierten „Mindestkriterien“ vollständig zu erfüllen und per Unterschrift zu bestätigen.

Erfüllt der Bewerber diese Mindestkriterien nicht, wird er von der Teilnahme am weiteren Verfahren ausgeschlossen. Der NDR behält sich vor, im Zweifel entsprechende Nachweise bzw. methodische Beschreibungen nachzufordern.

5. Prüfung und Wertung der Angebote

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

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt. Bei der Wirtschaftlichkeitsprüfung berücksichtigt der NDR für die Zuschlagsentscheidung die nachstehenden Kriterien mit der jeweils angegebenen Gewichtung:

	Los 1 „Große Fallzahlen“	Los 2 „QuickSurveys“
Preis	40 %	40 %
Qualität der angebotenen Leistungen gemäß § 58 VgV	60 %	60 %

Maximal sind 100 Punkte pro Los erreichbar. Jedes der genannten Kriterien wird zunächst einzeln gewertet, so dass ein Angebot beim Preis maximal 40 Punkte, bei der Qualität der angebotenen Leistungen maximal 60 Punkte erreichen kann.

Den Zuschlag je Los erhält das Angebot mit der höchsten Gesamtpunktzahl. Dafür werden die Punktzahlen, die bei den einzelnen Zuschlagskriterien ermittelt wurden, addiert. Die einzelnen Kriterien werden nach folgenden Vorgaben beurteilt:

5.1 Zuschlagskriterium Preis

Für das Zuschlagskriterium Preis sind die im Preisblatt (Anlage 2) aufgeführten Preise maßgeblich. Das Preisblatt ist vollständig in beiden Excel-Ordern und ohne Änderungen oder Ergänzungen zu befüllen. Eine Veränderung führt zum Ausschluss des Angebotes. Die Preise für die angebotenen Leistungen sind bis zum 31.10.2030 bindend.

5.1.1 Variable Kosten für Los 1 und 2

In der Tabelle „Variable Kosten“ sind Einzelfallpreise nach den angegebenen Vorgaben verbindlich zu kalkulieren:

- Kalkulationsgrundlage Inzidenz (Los 1: 30, 50 und 100 %; Los 2: 10, 30 und 50 %). Die Inzidenzen beziehen sich im Preisblatt auf die Gesamtbevölkerung. Sollte es später bei den Projekten (je nach Zielgruppe) die Möglichkeit einer Vorprofilierung durch Stammdaten geben, wird erwartet, dass die Inzidenz entsprechend hochgesetzt wird bei der Kostenkalkulation.
- Interviewdauer (Los 1: 5, 10, 15, 20, 25 und 30 Minuten; Los 2: 5, 10 und 15)
- Stimulusmaterial extra (5, 10, 15, 30 und 45 Minuten); Hier wird sich auf Videos und Audios bezogen, z. B. Fotos oder Logos gehören nicht dazu.

In den Zellen ist der kalkulierte Preis pro Einzelfall einzutragen, der nach Inzidenz, Interviewdauer und Netto-Fallzahl variieren kann. In den Zellen für das Stimulusmaterial ist der dafür zusätzlich kalkulierte Preis pro Einzelfall einzutragen. Diese Preise werden für die Einzelbeauftragungen innerhalb der Rahmenvereinbarung zugrunde gelegt.

Aus den Preisangaben der unterschiedlichen Kalkulationsgrundlagen (Los1: 100, 50, 30; Los2: 50, 30, 10) werden Mittelwerte pro Los gebildet, die im Anschluss zu einer Gesamtsumme pro Los addiert werden.

Diese Gesamtsumme wird durch 3 geteilt, um einen Einzelfall-Durchschnittswert über alles zu berechnen. Dieser Betrag wird mit der Mindestfallzahl in zwei Jahren in Höhen von 10.250 (Los 1) bzw. 5.000 (Los 2) Interviews multipliziert. Dies ergibt **Wertungsergebnis 1**.

5.1.2 Feste Kosten für Los 1 und 2

In der Tabelle „Feste Kosten“ sind folgende Kosten vollständig pro Studie und nicht pro Einzelfall zu kalkulieren, der Preis ist auf Basis von drei verschiedenen Studienlängen (5 min, 10 min, 15 min) auszuweisen:

- Set-up-Kosten für den Check eines zu 80 % finalen Fragebogens, Programmierung und Testing
- Kosten für die Feldbetreuung (Steuerung und Qualitätschecks)
- Die Kosten für die Erstellung eines gelabelten SPSS-Datensatzes
- Erstellung eines Tabellenbandes in Excel / pdf.
- Separat sind die Kosten für das Reporting in Form von PowerPoint Reports, Dashboards sowie die Codierung offener Fragen, beispielhaft für 2 offene Fragen und 1.000 Befragten, zu kalkulieren. Diese Kalkulation ist verbindlich, fließt aber nicht in die Preisbewertung ein.

Projektmanagementaufwände sind auf die einzelnen Posten umzulegen und nicht gesondert auszuweisen.

Aus den Preisangaben der unterschiedlichen Kalkulationsgrundlagen (5 min, 10 min, 15 min) werden Mittelwerte gebildet, die im Anschluss zu einer Gesamtsumme addiert werden. Dies ergibt **Wertungsergebnis 2**

Die Summe der auf der beschriebenen Grundlage berechneten Kosten ist die Basis für die Preiswertung. Die maximal zu erreichende Punktzahl bei der Wertung des Preises beträgt 40 Punkte. Die Punkteverteilung je Angebot wird wie folgt ermittelt:

Das Angebot mit dem niedrigsten, geprüften Wertungsgesamtpreis je Los (Summe **Wertungsergebnis 1 + 2**) erhält die maximale Punktzahl von 40 Punkten. Alle höheren, geprüften Wertungsgesamtpreise werden mit dem niedrigsten, geprüften Wertungsgesamtpreis ins Verhältnis gesetzt, in dem der niedrigste, geprüfte Wertungsgesamtpreis durch den geprüften Wertungsgesamtpreis des jeweiligen Angebots dividiert und mit der maximalen Punktzahl von 40 multipliziert wird. Die Punktzahl des jeweiligen Angebotes errechnet sich somit nach der Formel:

$$\text{Punktzahl Angebot} = \frac{\text{Wertungsgesamtpreis niedrigstes Angebot} * 40}{\text{Wertungsgesamtpreis Angebot}}$$

Es wird auf zwei Stellen hinter dem Komma gerundet. Dabei wird die kaufmännische Rundung angewendet, d.h. falls die Ziffer der dritten (danach wegfallenden) Dezimalstelle eine 0,1,2,3 oder 4 ist, wird abgerundet, ist die Ziffer eine 5,6,7,8 oder 9 wird aufgerundet.

5.2 Zuschlagskriterium Qualität der angebotenen Leistungen

Die ARD Medienforschung wird die Qualität der angebotenen Leistungen anhand eines von den Bietern zu erstellenden Konzeptes der Leistungserbringung bewerten.

Die Bewertung erfolgt jeweils nach Erfüllungsgrad des angebotenen Konzeptes der Leistungserbringung, getrennt nach Los 1 und Los 2. Im Konzept der Leistungserbringung ist das gesamte methodische Vorgehen, insbesondere bei der Stichprobenziehung, bei der Feldarbeit und -steuerung sowie bei den Interviews auszuführen. Auch die Qualitätssteuerung der Stichprobe und das Handling von Datensatz und Daten sowie weitere nachfolgend dargestellte Bereiche sind genau zu beschreiben.

Das Konzept der Leistungserbringung darf pro Los nicht mehr als 12 DIN A4 Seiten, einseitig bedruckt, Arial, 12 Pkt.-Schriftgröße, 1,5-facher Zeilenabstand umfassen.

Die Bewertung der Konzepte wird je nach Erfüllungsgrad der angebotenen Leistung anhand von sechs Kriterien und folgender Gewichtung pro Los vorgenommen:

5.2.1 Darstellung Panel Größe und Prozess der Rekrutierung (15 %)

Der Anbieter muss die Art bzw. die Arten der Rekrutierung auflisten. Weiterhin hat er die Vorgehensweise bei der Rekrutierung (Merkmale, Außenvorgaben, Rekrutierungsplan, Intensivierung usw.) darzustellen.

Er muss darlegen, ob und in welchem Umfang sowie mit welchem zeitlichen Vorlauf die Möglichkeit der Anreicherung der Stammdaten der Panel-Teilnehmenden (bzw. eines Teiles der Panel-Teilnehmenden) durch Variablen, die für die ARD wichtig sind, besteht. Er muss auch auflisten, welche Mediennutzungs-Variablen oder sonstige für Medienanbieter wichtige Variablen bereits in den Stammdaten der Panel-Teilnehmenden angelegt sind. Auch das Maß an Erfahrung mit den Digital Media Types oder anderer Typologien ist darzustellen.

Der Anbieter muss versichern, dass bei Studien der ARD Medienforschung, in denen die Digital Media Types abgefragt werden, die Typologie-Kennung bei den teilgenommenen Panelisten in die Stammdaten aufgenommen wird, um diese Panelisten für andere Studien gezielt nach Typen-Zugehörigkeit rekontaktieren zu können.

Der Anbieter soll die Gesamtgröße des Panels brutto und netto darlegen und darstellen wie häufig Panel-Mitglieder maximal pro Monat an Befragungen teilnehmen und wie sichergestellt wird, dass die vom Auftraggeber gewünschte Höchstzahl an Befragungen für ARD-Häuser auf Basis dieses Rahmenvertrages (vgl. 7.1 Methodische Anforderungen) eingehalten wird.

Er soll auch darlegen, inwieweit die Möglichkeit besteht, mit anderen Panelbetreibern zusammen zu arbeiten. Mögliche andere Panelbetreiber sollten benannt werden.

Der Bieter fügt eine Panel-Dokumentation bei.

Der Anbieter erläutert, inwieweit es für die innerhalb des Rahmenvertrags durchgeführten Befragungen es zu Einschränkungen der Grundgesamtheit bezüglich soziodemografischer oder geografischer Faktoren kommen könnte.

5.2.2 Generierung und Management von Einzelstichproben (10 %)

Der Bieter stellt dar, wie Einzelstichproben auf Basis des von ihm angebotenen Panels generiert (Zufall?, Quotierung?, Kombination?) und gesteuert werden.

Ebenso gibt der Bieter an, wie und in welcher Form monadische Stichproben möglich sind und umgesetzt werden.

Er stellt die Verfahren zur Feldkontrolle und Qualitätssicherung dar (Erreichung Repräsentativität, Vermeidung von Dubletten, Plausibilitäts-Checks usw.).

Der Bieter dokumentiert auch, wie die repräsentative Verteilung von Bundesländern abgesichert wird. Ebenfalls stellt er dar, ob und wie eine Verteilung von Stadt vs. Land berücksichtigt wird und wie das Merkmal Migrationshintergrund abgebildet wird.

Ausschließlich für Los 1 „Große Fallzahlen“ nimmt der Bieter auch Stellung zur Vorgehensweise bei Zeitreihenuntersuchungen bzw. Trackings über einen längeren Zeitraum (die z.B. quartalsweise oder jahresweise stattfinden).

Für den Fall, dass es mehrere denkbare Ansätze gibt, legt der Anbieter Vor- und Nachteile der methodisch denkbaren Ansätze dar und gibt eine Empfehlung für eine präferierte Option.

Gemäß dieser Option ist das Preisblatt (siehe Anlage 2) auszufüllen und eine Gesamtkalkulation vorzulegen.

Des Weiteren nimmt der Bieter Stellung zur durchschnittlichen Länge von Feldzeiten (Basis: repräsentative Stichprobe für Online-Bevölkerung von 1.000 Interviews).

5.2.3 Fragebogenerstellung / -programmierung, -test (10 %)

Der Bieter beschreibt den Prozess der Fragebogenerstellung und -programmierung. Er nimmt auch Stellung zum möglichen Maß an Unterstützung bei der Erstellung des Fragebogens (Pole: „gar keine Unterstützung, Auftraggeber muss fertigen Fragebogen liefern“ bis „komplette Erstellung v. Fragebogen durch Bieter möglich“). Weiterhin nimmt er zum Thema Prüfung und Test von Fragebögen Stellung.

5.2.4 Erstellung Datensatz, Art der Ergebnislieferung und Datenservices (10 %)

Der Bieter stellt die Schritte der Erstellung und Bereinigung des Datensatzes sowie der Datenprüfung dar und nimmt auch zum Thema Gewichtung und Signifikanztests Stellung. (Wird gewichtet? Wenn ja, welche Variablen, nach welchem Verfahren? Werden Signifikanzen mit ausgewiesen, wenn ja auf welche Weise?).

Der Bieter stellt weiterhin dar, in welcher Form die Ergebnislieferung an den Kunden erfolgt bzw. welche Formen der Ergebnislieferung prinzipiell möglich sind und welche Workflows damit verbunden sind.

5.2.5 Methoden-, Analyse und Beratungskompetenz (10 %)

Der Bieter stellt dar, welche Methoden-, Analyse- und Beratungskompetenz er für seine Kunden bereithält und belegt diese für jeden Bereich einzeln (1. Methodenkompetenz, 2. Analysekompetenz, 3. Beratungskompetenz) anhand von Beispielen und Referenzen.

Hier sollen an geeigneter Stelle auch Angaben zur Möglichkeit des Einsatzes innovativer Verfahren (z.B. KI-Unterstützung in der Datenerhebung, technische Features, Quali-Ansätze) im Rahmen der angebotenen Dienstleistungen gemacht werden.

5.2.6 Passfähigkeit zur ARD (5 %)

Der Bieter legt dar, inwieweit das von ihm angebotene Panel in seiner Struktur zur ARD und ihrer regionalen Aufstellung passt. Daneben führt er auf, über welche Eigenschaften und Kompetenzen, die speziell für die ARD vorteilhaft sind, er ggf. noch verfügt.

Die unzureichende und insgesamt nicht nachvollziehbare Darstellung wird je Kriterium mit 1 Punkt bewertet, die maximale Bewertung erfolgt mit 10 Punkten. Die maximal zu erreichende Punktzahl für das Gesamtkonzept beträgt für jedes Los 60 Punkte.

Im Einzelnen ergibt sich folgende Bewertungsstruktur:

1 Punkt:	Unzureichende und insgesamt nicht nachvollziehbare Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung.
2 bis 3 Punkte:	Mangelhafte bis ausreichende Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung, in der auf wichtige Fragen nicht oder nur teilweise eingegangen wird.
4 bis 6 Punkte:	Befriedigende Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderungen, die insgesamt aber nur teilweise an die Erwartungen der ARD Medienforschung heranreicht.
7 bis 9 Punkte:	Gute Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung, die insgesamt den Erwartungen der ARD Medienforschung entspricht.
10 Punkte:	Hervorragende Darstellung bzw. Beantwortung der Anforderung, die insgesamt den Vorstellungen der ARD Medienforschung in einem besonderen Maße entspricht.

6. Rahmenbedingungen

Mit dem Auftragnehmer wird ein Rahmenvertrag geschlossen. Pro Los gibt es einen Rahmenvertrag. Jeder Vertrag hat eine Grundlaufzeit von zwei Jahren mit der Option auf zweimalige Verlängerung um jeweils 12 Monate.

Über das in Ziffer 2 genannte Mindestvolumen je Los für die zweijährige Grundlaufzeit hinaus, garantieren die Bezugsberechtigten kein bestimmtes Umsatzvolumen.

6.1 Organisatorische und räumliche Rahmenbedingungen

Der Auftragnehmer hat den Bezugsberechtigten mit Vertragsabschluss mindestens zwei feste Kundenbetreuer:innen als Ansprechpartner:innen und eine/n Vertreter:in zu nennen, die für die Kommunikation und Bearbeitung während der gesamten Vertragslaufzeit zur Verfügung stehen (siehe auch 7.6).

Die grundsätzliche Projektkommunikation erfolgt per E-Mail und per Telefon.

6.2 Technische Rahmenbedingungen

Vom Bieter wird erwartet, dass er für den Auftraggeber Web basierte Dashboards erstellt. Weiterhin wird vom Bieter erwartet, dass die Formate aller Materialien, die er dem Auftraggeber zur Verfügung stellt, z.B. Testfragebögen, Datentabellen, Stimuli und ähnliches, mit Microsoft Office Programmen kompatibel sind. Gelabelte Datensätze liefert der Bieter dem Auftraggeber in SPSS Format.

6.3 Kick-Off-Termin

Nach Zuschlagserteilung werden der Auftragnehmer und die Bezugsberechtigten einen Kick-Off-Termin vereinbaren, um Details der Zusammenarbeit und Arbeitsstrukturen abzustimmen. Die Kosten sind im Angebotspreis enthalten.

6.4 Abrufverfahren

Die Beauftragungen erfolgen in Schrift- oder Textform (z.B. E-Mail) durch die jeweilige Bezugsberechtigte per Einzelabruf im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zu den Bedingungen dieses Rahmenvertrages.

In den Einzelabrufen werden dem Auftragnehmer die Details über Art, Umfang, Zeitpunkt sowie Ort der zu erbringenden Lieferungen/Leistungen schriftlich mitgeteilt.

Die Lieferungen/Leistungen müssen in Art, Ausführung und Umfang im Einzelnen den Details des Einzelabrufs, den Vergabeunterlagen entsprechen.

Ausgelöst wird ein Einzelauftrag durch ein schriftliches Leistungsverzeichnis und ggf. ein ergänzendes Telefonat durch die Bezugsberechtigten, beziehend auf die Positionsnummer im Preisblatt.

Im Falle der Beauftragung von Leistungen, welche bisher noch nicht im Preisblatt enthalten sind, erstellt der Auftragnehmer entsprechend des aktuellen Leistungsverzeichnisses ein Angebot und mailt dieses an den Bezugsberechtigten.

Das abgegebene Angebot wird durch den Bezugsberechtigten auf Angemessenheit geprüft. Die Angebotspreise, die in diesem Offenen Verfahren im Preisblatt angegeben wurden, werden als Maßstab zu Grunde gelegt.

Der konkrete Abruf der im Einzelauftrag beschriebenen Leistungen erfolgt dann zeitnah.

Der Auftragnehmer ist zur Leistungserbringung, Termin- und Qualitätskontrolle im Sinne der Einhaltung der von den Bezugsberechtigten vorgegebenen Ausführungen, Lieferterminen und Qualitätsstandards verpflichtet.

Der Einzelvertrag kommt zu den darin enthaltenen Bedingungen zustande.

6.5 Rechtliche Rahmenbedingungen

Die rechtlichen Rahmenbedingungen ergeben sich aus den beigefügten Zusätzlichen Vertragsbedingungen des Norddeutschen Rundfunks für die Vergabe von Dienst- und Lieferaufträgen - nachstehend "ZVB/NDR" genannt (Anlage 8).

6.6 IT-Sicherheitsbestimmungen / Vertraulichkeit

Der Auftragnehmer wird, soweit nicht anders vereinbart, alle Informationen über Geschäftsvorgänge vertraulich behandeln, Aufzeichnungen über Geschäftsvorgänge

unterlassen, Leistungen und Arbeitsergebnisse nicht weitergeben und seine Kenntnisse über die Nutzung der Arbeitsergebnisse durch die jeweilige Bezugsberechtigte ebenfalls vertraulich behandeln. Die Vertraulichkeitspflicht dauert auch nach dem Ende der Zusammenarbeit an. Alle an ihn oder seine Erfüllungsgehilfen übergebenen Arbeitsunterlagen, Datenträger und sämtliche davon erstellten Kopien sind nach Vertragsende der jeweiligen Bezugsberechtigten zurückzugeben bzw. nachweisbar zu löschen. Die im Einzelfall vereinbarten Regelungen zur Geheimhaltung sind zu beachten. Alle ausgetauschten Dateien müssen frei von Schadsoftware sein. Der Austausch der Daten darf nur verschlüsselt auf Basis allgemein anerkannter sicherer Standards erfolgen. Dabei sind insbesondere die Integrität und Vertraulichkeit der Informationen sicher zu stellen. Die jeweilige Bezugsberechtigte ist über alle sie betreffenden IT-Sicherheitsvorfälle unverzüglich zu informieren. Darüber hinaus gelten die IT-Sicherheitsanforderungen gemäß der ZVB/NDR.

6.7 Datenschutzrechtliche Rahmenbedingungen

Seit dem 25. Mai 2018 ist die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) in allen EU-Mitgliedstaaten geltendes Recht. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, die Regelungen der DSGVO umzusetzen.

Zur Sicherstellung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten muss vom Auftragnehmer die beigefügte Auftragsverarbeitungsvereinbarung (Anlage 7) entsprechend ergänzt und dem Angebot beigefügt werden.

7. Leistungsbeschreibung

Der Auftragnehmer führt Onlinepanel-Befragungen für die ARD mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten pro Los durch.

Es ist vorgesehen, geschlossene und offene Fragen einzusetzen. Die genauen Spezifikationen, wie zum Beispiel die genauen Fragen, der Einsatz und die Codierung von offenen Fragen oder der optionale Einsatz von Audio- und Videomaterial werden in den Einzelaufträgen (Abruf aus Rahmenvertrag) vereinbart.

Der Auftragnehmer stellt sein Panel für ARD-Onlinepanel-Befragungen bereit, die in Form von ad hoc- bzw. Tracking-Befragungen der ARD-Landesrundfunkanstalten und ggf. ihrer Werbetöchter bzw. der ARD Media GmbH beauftragt werden. Dieses Panel entspricht den unter 7.2 spezifizierten methodischen Anforderungen und ist mit einem Set von Merkmalen, die unter 7.2 spezifiziert sind, versehen. Diese Merkmale werden jährlich aktualisiert.

7.1 Losvorgaben

Der Auftragnehmer kann sich auf eines oder beide Lose bewerben. Die zwei Lose sind nach zwei Studienschwerpunkten aufgeteilt und werden daher auch unterschiedlich bewertet. Die Inhalte der zwei Lose werden im Folgenden definiert.

7.1.1 Los 1 – Große Fallzahlen

Los 1 ist für Studien mit großen Fallzahlen vorgesehen und sollte daher an einen Auftragnehmer gehen, der eine entsprechende Panel-Größe und -Qualität mit einer regelmäßigen Stammdatenpflege vorweisen kann. Hier geht es vorrangig um Studien, die online-repräsentativ mit mindestens $n=1.000$ Befragten durchgeführt werden. Vorstellbar ist hier auch die Durchführung von Tracking-Studien. Der Auftragnehmer muss sicherstellen, dass repräsentative Umfragen außer für Deutschland insgesamt auch für die Sendegebiete der ARD-Landesrundfunkanstalten (zumindest die größeren Sendegebiete: BR – Bayern; hr – Hessen; MDR – Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen; NDR – Niedersachsen, Hamburg, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern; RBB – Berlin, Brandenburg; SWR – Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz; WDR – Nordrhein-Westfalen) möglich sind.

7.1.2 Los 2 – QuickSurveys

Los 2 ist für Studien vorgesehen, die einer schnellen und unkomplizierten Umsetzung bedürfen. Hier geht es vorrangig um Format- und Pilottests, in denen Stimuli eingesetzt werden. Die Zielgruppen müssen nicht zwingend online-repräsentativ sein, aber der Auftragnehmer muss sicherstellen, dass Umfragen außer für Deutschland insgesamt auch für die Sendegebiete der ARD-Landesrundfunkanstalten (zumindest die größeren Sendegebiete BR -Bayern; hr – Hessen; MDR – Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen; NDR – Niedersachsen, Hamburg, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern; RBB – Berlin, Brandenburg; SWR – Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz; WDR – Nordrhein-Westfalen) möglich sind. Die Befragungen sollen nicht länger als 15 Minuten dauern. Die Stichprobengrößen werden zwischen $n=100$ und $n=2.000$ variieren. Entscheidende Faktoren sind hier Feldzeiten, Stimuli-Einbindung, reibungslose Programmierung und Datenqualität.

7.2 Methodische Anforderungen

Aus Gründen der Qualitätssicherung sollten Probanden des Panels nicht mehr als sechsmal pro Jahr in Studien für ARD-Häuser basierend auf diesem Rahmenvertrag befragt werden.

Das Verfahren, mit dem eine online-repräsentative Stichprobe erreicht wird, sowie die Maßnahmen zur Qualitätssicherung bei Rekrutierung, Panelsteuerung und Stichprobenziehung sind im Angebot detailliert zu beschreiben.

Neben den Merkmalen Bundesland sollen in online-repräsentativen Stichproben folgende Merkmale den Vorgaben der amtlichen Statistik bzw. einschlägigen Markt-Media-Studien entsprechen:

- Geschlecht
- Alter
- Schulabschluss/Bildung
- Haushaltsgröße
- BIK-Ortsgrößenklassen

Für Einzelumfragen mit einem online-repräsentativen Anspruch sind die Ergebnisse nach diesen Merkmalen zu gewichten und für die Ebene BRD gesamt bzw. für das jeweilige Sendegebiet zu proportionalisieren. Die Effekte der Gewichtungsfaktoren sollen dabei minimiert werden. Für kleinere Studien, die nicht zwingend einen online-repräsentativen Anspruch haben (z. B. Angebots-Checks oder Titel-Tests), wird in der Regel eine Auswahl nach den jeweiligen Quotenvorgaben des Auftraggebers durchgeführt.

Der Auftragnehmer muss sich in die Digital Media Types (<https://www.digital-media-types.de/>) als wichtiges Element der Zielgruppensteuerung einarbeiten.

Der Auftragnehmer muss angeben, inwieweit die folgenden Stammdaten in seinem Panel enthalten sind:

- Mediennutzung Video, Audio, Web, App, Social Media

Zusätzlich können Informationen zu folgenden Punkten angegeben werden, wenn vorhanden:

- Programmnutzung ARD-Angebote (Video, Audio, Online, teilweise mit regionalen Splits)
- Digital Media Types

7.3 Aufbereitung der Daten

Die Ergebnisse sind in tabellarischer Aufbereitung in Excel und pdf (mit den entsprechenden Kopfgruppen) und als gelabelter SPSS-Datensatz sowie optional in Form eines PowerPoint-Reports bereitzustellen. Außerdem soll der Auftragnehmer beschreiben, ob er eine onlinebasierte grafische Aufbereitung der Daten während der Feldphase und nach Feldende bereitstellen kann für das Reporting und die methodische Kontrolle.

7.4 Vorlaufzeiten

Erste Abrufe von Befragungen sollen spätestens ab 1. November 2026 im vollständigen Leistungsumfang erfolgen können.

7.5 Leistungsort / Leistungszeit

Die im Einzelabruf genannten Lieferorte gelten als verbindlich vereinbarte Leistungsorte.

7.6 Ansprechpartner

Der Auftragnehmer ist verpflichtet, den Bezugsberechtigten zwei deutschsprachige Kundenbetreuer:innen als feste Ansprechpartner:innen (unter Angabe der Telefonnummer und E-Mail-Adresse) zu benennen, die den Auftragnehmer im Rahmen der Auftragsabwicklung rechtswirksam vertreten. Die gesamte Auftragsabwicklung in sprachlicher und schriftlicher Hinsicht erfolgt in deutscher Sprache.

Diese Personen müssen an Werktagen (Montag bis Freitag) über gängige Kommunikationsmittel (Telefon, E-Mail) während der üblichen Geschäftszeiten (08.00 bis 17.00 Uhr) erreichbar sein. Für die benannten Personen muss gleichfalls ein Abwesenheitsvertreter:in benannt werden.

8. Anlagen

Anlage 1	EG-Angebotserklärung
Anlage 2	Preisblatt
Anlage 3	Mindestkriterien
Anlage 4	Bietergemeinschaft
Anlage 5	Nachunternehmerverzeichnis
Anlage 6	Verpflichtungserklärung Nachunternehmer
Anlage 7	Vertrag zur Auftragsverarbeitung (DSGVO)
Anlage 8	Zusätzliche Vertragsbedingungen (ZVB)
Anlage 9	Bewerbungsbedingungen
Anlage 10	dtvp FAQs
Anlage 11	Eigenerklärung Informationen zum Bieter (CSX-59)