

Angebotsbewertungsmethoden und -kriterien

Wertungsmethode der Vergabe

Wertungsmethode	Die Wirtschaftlichkeitsberechnung wird durchgeführt nach der Preis-Quotienten-Methode, gewichtet nach Preis (40%) und Kriterien (60%).
Gewichtung des Preises	40.00 %
Gewichtung der Kriterien	60.00 %

Wertungskriterien der Vergabe

1 Ausschlusskriterien

Beschreibung	-Keine Angabe-
Art	Qualitätskriterium
Typ	Ausschlussgruppe
Bezeichnung für Erfüllung	Erfüllt
Bezeichnung für Nichterfüllung	Nicht erfüllt

1.1 Anforderungen aus der Leistungsbeschreibung

Beschreibung	Bitte bestätigen Sie, dass Sie die Anforderungen aus der Leistungsbeschreibung erfüllen. Alle Anforderungen in der Leistungsbeschreibung sind Muss-Kriterien sofern diese nicht anders gekennzeichnet sind. Erfüllen Sie sämtliche Muss-Kriterien der Leistungsbeschreibung?
Typ	Ausschlusskriterium
Bezeichnung für Erfüllung	Erfüllt
Bezeichnung für Nichterfüllung	Nicht erfüllt
Antwortoptionen für Bieter	Auswahl einer aus mehreren Optionen

1.2 Feste*n Ansprechpartner*in und Vertreter*in

Beschreibung	Die AN nennt der AG eine*n feste*n Ansprechpartner*in, eine*n Vertreter*in sowie deren Kontaktdaten, für alle leistungs- und abrechnungsrelevanten Fragen. Neben der Sicherstellung der Leistungserbringung und der guten Zusammenarbeit bilden die ASP der AN und der AG das Eskalationsgremium im Falle von Leistungsproblemen. Bitte geben Sie die Informationen im Textfeld ein. Erfüllen Sie dies?
Typ	Ausschlusskriterium
Bezeichnung für Erfüllung	Erfüllt
Bezeichnung für Nichterfüllung	Nicht erfüllt
Antwortoptionen für Bieter	Freitext (Pflichtangabe)

1.3 Konzept Geheimhaltung und Umgang mit direkten Wettbewerbern 1

Beschreibung

Die AN muss während der Dauer der Zusammenarbeit die Geheimhaltung von vertraulichen Informationen absichern. Die Weitergabe von Informationen an Wettbewerber muss ausgeschlossen werden.

Nur wenn Konflikte vorliegen können z.B. durch die Erbringung von Dienstleistungen für gesetzliche Krankenkassen mit mindestens 200.000 Mitgliedern, hat die AN die entsprechenden Maßnahmen ("Chinese Wall" bis zur Geschäftsleitung) im Rahmen eines Konzepts darzulegen.

Auftragsbezug und Erforderlichkeit

Die ausgeschriebenen Leistungen umfassen die Verarbeitung von vertraulichen internen Informationen.

Zur Sicherstellung der Geheimhaltung ist es daher erforderlich, dass Bieter wirksame Maßnahmen zur Absicherung des Umgangs nachweisen.

Ziel des Konzepts

Das Konzept muss nachvollziehbar darlegen, durch welche Maßnahmen der Bieter sicherstellt, dass:

die Informationen ausschließlich zur Vertragserfüllung verwendet werden, keine Weitergabe oder Nutzung dieser Daten für andere Geschäftsbereiche erfolgt, und potenzielle Interessenkonflikte wirksam verhindert werden.

Inhaltliche Mindestanforderungen

Das Konzept muss sämtliche nachfolgend genannten Punkte enthalten. Die Aufzählung ist abschließend.

- Organisatorische Trennung
- Personelle Maßnahmen
- Technische Maßnahmen
- Regelungen zur Datenverwendung
- Kontroll- und Durchsetzungsmechanismen

Typ

Ausschlusskriterium

Bezeichnung für Erfüllung

Erfüllt

Bezeichnung für Nichterfüllung

Nicht erfüllt

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

1.4 Konzept Geheimhaltung und Umgang mit direkten Wettbewerbern 2

Beschreibung	Anforderungen an die Darstellung Die Darstellung muss: - konkret (keine bloßen Absichtserklärungen), - nachvollziehbar und - widerspruchsfrei sein. "Erfüllt": Es liegen keine Interessenskonflikte durch die Erbringung von Leistungen für direkte Wettbewerber vor oder diese wurden im Konzept aufgehoben. "Nicht erfüllt": Das Konzept ist unvollständig, widersprüchlich oder lässt eine oder mehrere Mindestanforderungen nicht erkennen. Hinweis: Bitte verwenden Sie die Vorlage " Geheimhaltung und Umgang mit direkten Wettbewerbern" (siehe Vergabeunterlagen/ Sonstiges). Dann laden Sie dies als PDF unter "Dokumente zum Angebot" hoch und hinterlegen hier den Dateinamen "Konzept Interessenskonflikte". Das Konzept soll max. 4 DIN A4-Seiten umfassen (ohne Deckblatt, etc.).
Typ	Ausschlusskriterium
Bezeichnung für Erfüllung	Erfüllt
Bezeichnung für Nichterfüllung	Nicht erfüllt
Antwortoptionen für Bieter	Freitext (Pflichtangabe)

1.5 Verhandlungstermine 1

Beschreibung

Die Verhandlungsrunden finden persönlich vor Ort in der Zentrale der SBK in der Ganghoferstr. 29 in 80339 München statt und dauern jeweils 240 Minuten.

Seitens der Bieter ist - auch in Hinblick auf die Aufgabe - die

Teilnahme von mindestens den folgenden Personen sicherzustellen:

- Rolle Management (Profil Management, welches im Rahmen der Eignung eingereicht wurde und für die Umsetzung der Leistung im Kernteam vorgesehen ist).
- Rolle Senior Beratung (Profil Senior Beratung, welches im Rahmen der Eignung eingereicht wurde und für die Umsetzung der Leistung im Kernteam vorgesehen ist).
- Rolle Senior Strategist (Profil Senior Strategist, welches im Rahmen der Eignung eingereicht wurde und für die Umsetzung der Leistung im Kernteam vorgesehen ist).
- Rolle Senior Concept Developer (Profil Senior Concept Developer, welches im Rahmen der Eignung eingereicht wurde und für die Umsetzung der Leistung im Kernteam vorgesehen ist).
- mindestens eine fachlich qualifizierte und auskunftsfähige Person in Bezug auf die angebotenen Leistungen sowie
- mindestens eine Person, die zu den wirtschaftlichen Inhalten des Angebots auskunftsfähig ist.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

1.6 Verhandlungstermine 2

Beschreibung

Alle anderen Personen dürfen per Videokonferenz teilnehmen, sofern sie einen aktiven Part einnehmen. Die Teilnehmer werden im Vorfeld im Rahmen der Terminierung abgestimmt.

Für die Durchführung der Verhandlungsrunden sind folgende Terminblöcke vorgesehen.

Bitte geben Sie im vorgesehenen Textfeld an, an welchen Terminen Sie teilnehmen können (mindestens drei Termine).

Nach Auswertung der schriftlichen Angebote erhalten Sie eine gesonderte Mitteilung mit weiteren Informationen sowie Ihrem konkreten Verhandlungstermin.

Vorgesehene Termine:

1. 05.10.2026 09:00 bis 17:00
2. 06.10.2026 09:00 bis 17:00
3. 19.10.2026 09:00 bis 17:00
4. 23.10.2026 09:00 bis 17:00
5. 02.11.2026 09:00 bis 17:00
6. 03.11.2026 09:00 bis 17:00
7. 10.11.2026 10:00 bis 17:00
8. 13.11.2026 10:00 bis 17:00

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2 Schriftliche Angebotsphase

Beschreibung

-Keine Angabe-

Art

Qualitätskriterium

Typ

Bewertungsgruppe

Gewichtung

50 %

Mindestanforderung

Keine

2.1 Hinweis zu Konzepten

Beschreibung

Anforderung an Konzepte:

Bitte laden Sie das jeweilige Konzept als PDF mit entsprechender Bezeichnung hoch und verwenden Sie hierzu die bereitgestellten Vorlagen der jeweiligen Konzeptaufgaben.

Die vom Bieter eingereichten Konzepte werden Bestandteil des Vertrags.

Hinweis zur Darstellung: Sofern einzelne Texte in der Excel Datei aus dem Vergabemanagementsystem nicht vollständig dargestellt werden, kann die jeweilige Zelle größer gezogen werden.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2.2 Konzept Personal und Vertretung - Hinweis 1

Beschreibung

Bitte erstellen Sie ein Personal- und Vertretungskonzept. Dieses Konzept soll darlegen, wie Ihr Unternehmen die geforderten Mitarbeiterprofile für die verschiedenen Rollen im Kernteam und im erweiterten Kernteam besetzen und die Vertretung dieser Rollen sicherstellen wird. Berücksichtigen Sie dabei insbesondere, wie Sie mit der Situation umgehen, wenn eine Person für mehrere Rollen vorgesehen ist.

Inhaltliche Anforderungen:

Das Konzept muss klar und präzise beschreiben, wie die personelle Besetzung der geforderten Rollen erfolgt. Gehen Sie dabei auf die Qualifikationen, Erfahrungen und Verantwortlichkeiten der vorgesehenen Mitarbeiter ein. Erläutern Sie, wie die Vertretung im Krankheits-, Urlaubs- oder Auslastungsfall sichergestellt wird, um eine durchgehende Leistungserbringung zu gewährleisten. Falls eine Person mehrere Rollen übernimmt, legen Sie dar, wie Sie die damit verbundenen Risiken (z. B. Überlastung, Interessenkonflikte oder Qualitätsverluste) minimieren und die Effizienz sowie die Qualität der Leistung sicherstellen.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2.3 Konzept Personal und Vertretung - Hinweis 2

Beschreibung**Bewertungsaspekte:**

Das Konzept wird nach folgenden Bewertungsaspekten bewertet:

- Plausibilität und Nachvollziehbarkeit der personellen Besetzung und Vertretungsregelungen,
- Praktikabilität der Lösungen für die Vertretung und die Mehrfachbesetzung von Rollen,
- Qualität und Stringenz der Argumentation sowie
- Präzision und Klarheit der Darstellung.

Hinweise:

Bitte verwenden Sie die Vorlage "Konzept Personal und Vertretung" (siehe Vergabeunterlagen/Sonstiges). Dann laden Sie dies als PDF unter "Dokumente zum Angebot" hoch und hinterlegen hier den Dateinamen "Konzept Personal und Vertretung". Das Konzept soll max. 2 DIN A4-Seiten umfassen (ohne Deckblatt, Grafiken, etc.). Hinweis: Die Bewertung erfolgt durch die Vergabestelle. Für optionale, informative Hinweise steht das Textfeld zur Verfügung.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2.4 Konzept Personal und Vertretung

Beschreibung

0 Punkte:

Es wurde kein Konzept eingereicht.

2 Punkte:

Das bereitgestellte Konzept trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen nicht oder überwiegend nicht Rechnung und lässt deshalb nicht die Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

4 Punkte:

Das bereitgestellte Konzept trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen zwar bereits teilweise, aber noch nicht in jeder Hinsicht durchschnittlich Rechnung, und lässt deshalb eine mangelhafte Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

6 Punkte:

Das bereitgestellte Konzept trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen durchschnittlich Rechnung und lässt deshalb eine befriedigende Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

8 Punkte:

Das bereitgestellte Konzept trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen überdurchschnittlich Rechnung und lässt deshalb eine gute Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

10 Punkte:

Das bereitgestellte Konzept trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen weit überdurchschnittlich Rechnung und lässt deshalb eine sehr gute Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

Es müssen mindestens 6 von 10 Punkten der Bewertung vorliegen.

Es können nur die Bieter den Zuschlag erhalten, die mindestens 6 von 10 Punkten erreichen.

Typ

Bewertungskriterium

Gewichtung

20 %

Ausprägung

Standard

Kriterientyp

Graduell

Mindestanforderung

Keine

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2.5 Hinweis 1 Konzept - Informationssicherheit (ISMS)

Beschreibung	Beschreiben Sie bitte, wie Ihr ISMS ausgestaltet ist und gesteuert wird, um ein angemessenes Sicherheitsniveau im Sinne des ISO 27001 erreichen zu können. Gehen Sie im Einzelnen auf folgende Aspekte ein: Governance und Verantwortlichkeiten: Wie sind Rollen, Verantwortlichkeiten und Eskalationswege im ISMS formal geregelt und wirksam umgesetzt? Erläutern Sie dies bitte an praktischen Beispielen. Risikomanagement: Wie werden in Ihrem Unternehmen Informationssicherheitsrisiken identifiziert, bewertet, behandelt und regelmäßig überprüft? Wie stellen Sie aus der praktischen Perspektive sicher, dass das Risikomanagement im Bereich ISMS kein rein formales Gebilde, sondern ein tatsächlich wirksames Instrument zur Risikominimierung darstellt.
Typ	Information oder Frage
Antwortoptionen für Bieter	Freitext

2.6 Hinweis 2 Konzept - Informationssicherheit (ISMS)

Beschreibung	Überwachung, Audit und kontinuierliche Verbesserung: Wie werden interne / externe Kontrollen (operatives Monitoring) und Audits generell durchgeführt, dokumentiert und nachverfolgt? Wie kann von Ihrer Seite sichergestellt werden, dass ein SBK ISMS Audit Ihres Unternehmens möglichst aufwandsarm und dennoch qualitativ hoch verlaufen kann? Laden Sie das "Konzept Informationssicherheit" (max. 2 DIN A4? Seiten) als PDF-Dokument im Bereich "Eigene Anlagen" hoch und hinterlegen Sie hier den Dateinamen "Konzept Informationssicherheit".
Typ	Information oder Frage
Antwortoptionen für Bieter	Freitext

2.7 Hinweis 3 Konzept - Informationssicherheit (ISMS)

Beschreibung

0 Punkte: Es ist kein Konzept eingereicht worden oder das Konzept enthält keine verwertbaren Aussagen zur Ausgestaltung und Steuerung des Informationssicherheitsmanagementsystems im Zusammenhang mit der ausgeschriebenen Dienstleistung.// 2 Punkte: Das Konzept trägt den dargestellten Anforderungen nicht oder überwiegend nicht Rechnung. Die Ausführungen sind unvollständig, sehr allgemein gehalten oder nicht nachvollziehbar. Strukturen, Prozesse oder Verantwortlichkeiten im Bereich Informationssicherheit werden nicht oder nur unzureichend beschrieben. Es ist nicht erkennbar, wie ein angemessenes Sicherheitsniveau im Rahmen der Leistungserbringung gewährleistet werden soll.

4 Punkte: Das Konzept trägt den dargestellten Anforderungen nur teilweise Rechnung. Einzelne Aspekte des Informationssicherheitsmanagements werden beschrieben, jedoch bleiben wesentliche Punkte unklar, unvollständig oder wenig konkret. Die Darstellung von Governance, Risikomanagement oder Kontrollmechanismen ist teilweise nachvollziehbar, lässt jedoch erhebliche Unsicherheiten hinsichtlich der praktischen Umsetzung im Leistungsbetrieb erkennen.

6 Punkte: Das Konzept trägt den dargestellten Anforderungen insgesamt Rechnung. Die Ausführungen sind überwiegend vollständig und nachvollziehbar. Governance-Strukturen, Rollen und Verantwortlichkeiten, grundlegende Verfahren des Risikomanagements sowie Maßnahmen zur Überwachung und Weiterentwicklung des ISMS werden beschrieben.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext

2.8 Konzept - Informationssicherheit (ISMS)

Beschreibung

Die praktische Umsetzung bleibt teilweise allgemein oder weist einzelne Konkretisierungsdefizite auf. Die Umsetzung eines angemessenen Sicherheitsniveaus im Rahmen der Leistungserbringung erscheint grundsätzlich möglich.// 8 Punkte: Das Konzept trägt den dargestellten Anforderungen in hohem Maße Rechnung. Die Ausführungen sind vollständig, nachvollziehbar und praxisorientiert. Governance-Strukturen, Risikomanagement, ISMS-Maßnahmen sowie Verfahren zur Überwachung und Weiterentwicklung des ISMS sind schlüssig dargestellt und nachvollziehbar miteinander verknüpft. Die praktische Umsetzung wird anhand geeigneter Beispiele erläutert. Die Umsetzung eines hohen und nachhaltig gesicherten Informationssicherheitsniveaus erscheint nachvollziehbar und belastbar.

10 Punkte: Das Konzept trägt den dargestellten Anforderungen in weit überdurchschnittlicher Weise Rechnung. Die Ausführungen sind durchgängig konkret, detailliert und prüfbar. Governance-Strukturen, Verantwortlichkeiten und Eskalationsprozesse sind klar geregelt und praxisnah beschrieben. Das Risikomanagement ist systematisch, nachvollziehbar und eng mit den operativen Prozessen der Leistungserbringung verknüpft. Verfahren zur Überwachung, Auditierung und kontinuierlichen Verbesserung des ISMS sind umfassend dargestellt und lassen erwarten, dass ein sehr hohes und nachhaltig gesichertes Informationssicherheitsniveau gewährleistet wird. Die Darstellung erfolgt anhand konkreter Praxisbeispiele. Es müssen mindestens 6 von 10 Punkten der Bewertung vorliegen. Es können nur die Bieter den Zuschlag erhalten, die mindestens 6 von 10 Punkten erreichen.

Typ

Bewertungskriterium

Gewichtung

10 %

Ausprägung

Standard

Kriterientyp

Graduell

Mindestanforderung

Keine

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2.9 Konzept Positionierung - Hinweis 1

Beschreibung

Bitte erstellen Sie ein Konzept zu folgender Aufgabenstellung:

Markenpositionierung wirksam kommunizieren

Ausgangssituation

- Die AG ist eine Premiumanbieterin in einem etablierten und wettbewerbsintensiven Markt. Sie verfügt über eine klare Positionierung. Jedoch kommt aus verschiedenen Touchpoints das Feedback, dass der Wert, den die Kund*innen mit der Wahl der AG erhalten, nicht ausreichend in deren Köpfen und Herzen verankert ist. Ziel ist es also, die besonderen Stärken und den Mehrwert der Marke noch klarer sichtbar und differenzierend zu machen.
- Die Dienstleistung ist komplex und erklärungsbedürftig. Die Herausforderung besteht darin, nachhaltig Relevanz zu schaffen und (potenziellen) Kund*innen den besonderen Nutzen verständlich und erlebbar zu vermitteln.
- Aktuelle Entwicklungen in der Branche und politische Debatten führen dazu, dass Kund*innen ihre Kaufentscheidungen stärker hinterfragen und Anbieterwechsel häufiger erfolgen. Dies eröffnet die Chance, die Marke stärker im Bewusstsein der relevanten Zielgruppen zu verankern.
- Die AG verfolgt bewusst eine Premiumstrategie und möchte sich über Qualität und Vertrauen differenzieren - nicht über den Preis.
- Ziel ist es, den Marktanteil der AG in definierten Kernzielgruppen weiter auszubauen und gleichzeitig Bestandskund*innen stärker zu binden.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2.10 Konzept Positionierung - Hinweis 2

Beschreibung

Aufgabe: Bitte entwickeln Sie einen strategischen Kommunikationsansatz, mit dem die bestehende Positionierung der AG im Markt und bei bestehenden Kund*innen noch stärker erlebbar wird und differenzierend vermittelt werden kann.

Gehen Sie dabei auf folgende Fragestellungen ein:

1. Analyse der Ausgangssituation

- Wo sehen Sie die wesentlichen Herausforderungen der Markenpositionierung der AG im Markt?
- Welche Herausforderungen bestehen bei potenziellen und bestehenden Kund*innen?
- Warum kommt aus Ihrer Sicht die Positionierung der AG heute kommunikativ nicht ausreichend an?
- Welche Chancen ergeben sich daraus, die Marke schärfer zu profilieren und ihre Besonderheiten stärker erlebbar zu machen?

2. Strategischer Ansatz

- Wie würden Sie die bestehende Positionierung der Marke kommunikativ schärfen? Welche Stärken, Mehrwerte und Kernbotschaften sollten im Mittelpunkt stehen, damit die Marke im Markt und bei bestehenden Kund*innen klarer wahrgenommen und besser verstanden wird?
- Wie schaffen Sie sowohl Breitenwirkung (Aufmerksamkeit und Reichweite) als auch Tiefenwirkung (Verständnis, Relevanz, Bindung)?

3. Kommunikationsidee

Skizzieren Sie eine übergreifende Leitidee, mit der die Positionierung erlebbar wird. Eine vollständige Kampagne wird nicht erwartet. Einzelne Beispiele zur Veranschaulichung sind ausreichend.

Typ

Antwortoptionen für Bieter

Information oder Frage

Freitext (Pflichtangabe)

2.11 Konzept Positionierung - Hinweis 3

Beschreibung

4. Begründung

- Warum ist Ihr Ansatz geeignet, die Markenwahrnehmung nachhaltig zu verändern?

5. Hinweise

Details zur Positionierung, Zielgruppenbeschreibung und Personas werden nach Abschluss der Eignungsprüfung zur Verfügung gestellt.

Folgende Aspekte werden bewertet:

1. Verständnis der Marken- und Markt-Herausforderung
2. Qualität des strategischen Positionierungsansatzes
3. Fähigkeit zur Schaffung von Breiten- und Tiefenwirkung
4. Kreative Übersetzung der Strategie
5. Klarheit und Überzeugungskraft der Präsentation

Hinweise:

Details zur Positionierung, Zielgruppenbeschreibung und Personas werden nach Abschluss der Eignungsprüfung zur Verfügung gestellt. Bitte laden Sie die Unterlage als PDF unter "Dokumente zum Angebot" hoch und hinterlegen hier den Dateinamen "Konzept Positionierung".

Das Konzept soll max. 4 DIN A4-Seiten umfassen (ohne Deckblatt, Grafiken, etc.).

Hinweis: Die Bewertung erfolgt durch die Vergabestelle. Für optionale, informative Hinweise steht das Textfeld zur Verfügung.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

2.12 Konzept Positionierung

Beschreibung

0 Punkte: Kein Konzept eingereicht oder das Konzept ist nicht bewertbar.

2 Punkte: Das Konzept zeigt eine oberflächliche Analyse, einen wenig nachvollziehbaren Ansatz oder eine reine Maßnahmenorientierung. Es trägt den Anforderungen nicht oder überwiegend nicht Rechnung und lässt eine mangelhafte Erfüllung des Auftrages erwarten.

4 Punkte: Das Konzept enthält einzelne gute Ansätze, jedoch fehlt eine klare strategische Herleitung oder Konsequenz. Es trägt den Anforderungen teilweise, aber noch nicht durchschnittlich Rechnung und lässt eine mangelhafte Erfüllung des Auftrages erwarten.

6 Punkte: Das Konzept erfüllt die Anforderungen grundsätzlich, bleibt aber teilweise generisch oder wenig differenzierend. Es trägt den Anforderungen durchschnittlich Rechnung und lässt eine befriedigende Erfüllung des Auftrages erwarten.

8 Punkte:

Das Konzept ist schlüssig mit klaren Stärken, einzelne Aspekte könnten noch vertieft werden. Es trägt den Anforderungen überdurchschnittlich Rechnung und lässt eine gute Erfüllung des Auftrages erwarten.

10 Punkte:

Das Konzept zeigt ein tiefes Verständnis der Herausforderung, einen klaren Differenzierungsansatz, hohe strategische Qualität und eine überzeugende kreative Übersetzung. Es trägt den Anforderungen weit überdurchschnittlich Rechnung und lässt eine sehr gute Erfüllung des Auftrages erwarten.

Es müssen mindestens 6 von 10 Punkten der Bewertung vorliegen. Es können nur die Bieter den Zuschlag erhalten, die mindestens 6 von 10 Punkten erreichen.

Typ

Bewertungskriterium

Gewichtung

70 %

Ausprägung

Standard

Kriterientyp

Graduell

Mindestanforderung

Keine

Antwortoptionen für Bieter

Freitext (Pflichtangabe)

3 Pitch

Beschreibung

-Keine Angabe-

Art

Qualitätskriterium

Typ

Bewertungsgruppe

Gewichtung

50 %

Mindestanforderung

Keine

3.1 Hinweis 1 Auswahlprozess Verhandlungsrunde/ Pitch

Beschreibung

Mit der Aufforderung zur Abgabe des Erstangebotes an die nach Abschluss des Teilnahmewettbewerbs ausgewählten Bewerber beginnt die zweite Verfahrensstufe (Angebots- und Verhandlungsphase). Nach Eingang und Wertung der Erstangebote werden Präsentationstermine und Verhandlungsgespräche mit den Bietern geführt, die ein form- und fristgerechtes Erstangebot abgegeben haben.

Die AG behält sich das Recht vor, nicht mit allen Bietern, welche ein form- und fristgerechtes Erstangebot abgegeben haben, einen Präsentations- und Verhandlungstermin durchzuführen. Sie hat das Recht, die Bieter, mit denen sie Verhandlungen auf Grundlage des eingereichten Erstangebots führt, zu reduzieren.

Sofern die Auftraggeberin von diesem Recht Gebrauch macht, erfolgt die Reduzierung der Bieter wie folgt:

Die AG lädt zum Präsentations- und Verhandlungstermin nur diejenigen Bieter ein, die nach den Zuschlagskriterien Preis und Qualität in Ausnahme des Zuschlagskriteriums "Pitch" (siehe Fragebogen zur Leistungsbewertung) nach der Wertungskennzahl = (Leistungspunktzahl des Angebots ohne die Zuschlagskriterien "Pitch" / Preis des Angebots aus der initialen Angebotsphase) auf den ersten vier Rängen in der Platzierung liegen und eine Aussicht auf den Zuschlag haben. Die übrigen Bieter werden bei den Präsentations- und Verhandlungsterminen sowie dem weiteren Vergabeverfahren nicht mehr berücksichtigt.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für BieterFreitext

3.2 Hinweis 2 Auswahlprozess Verhandlungsrunde/ Pitch

Beschreibung

Die Auftraggeberin behält sich vor, nach Abschluss der ersten Verhandlungsrunde die Vergabeunterlagen zu überarbeiten und die Bieter auf Grundlage überarbeiteter Vergabeunterlagen erneut zur Angebotsabgabe aufzufordern. Die Auftraggeberin behält sich vor, die (Mindest-)Anforderungen an die Angebote im Laufe des Verfahrens unter Beachtung aller vergaberechtlichen Vorgaben zu ändern, näher zu präzisieren, zu konkretisieren, zu ergänzen und/ oder in einzelnen Punkten aufzuheben. Die Auftraggeberin behält sich vor, eine oder mehrere weitere Angebots- bzw. Verhandlungsrunden durchzuführen.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für BieterFreitext

3.3 Hinweis Ablauf Verhandlungsrunde/ Pitch

Beschreibung

Die Verhandlungsrunden werden voraussichtlich zwischen 05.10.2026 und 13.11.2026 durchgeführt.

Neben den allgemeinen Klärungen der offenen Fragen, können in der Verhandlungsrunde die Leistungsbestandteile sowie die Preise verhandelt werden. Zudem werden innerhalb der Verhandlungsrunde die Lösungen von zwei Aufgaben präsentiert. Die Verhandlungsrunde findet persönlich vor Ort in der SBK-Zentrale in der Ganghoferstr. 29, in 80339 München statt. Die Terminierung wird zwischen der AG und den potenziellen AN abgestimmt.

Die Verhandlungsrunde dauert ca. 240 Min. und wird folgende Agenda / Inhalte einschließen:

- Begrüßung und Vorstellung: 10 min
- Vorstellung geplantes Kernteam: 15 Min.
- Präsentation der Aufgabe 1 (KI): 25 min + 20 Min Diskussion
- Pause 10 min
- Präsentation der Aufgabe 2 (Positionierung): 30 min + 20 Min Diskussion
- Klärung offener Fragen: 30 min
- Pause 10 Min.
- Verhandlung der Leistungen / Preise: 30 min
- Zusammenfassung und Verabschiedung: 10 min

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext

3.4 Hinweis 1 Aufgabe 1 Pitch KI als Lead-Agentur

Beschreibung

Bitte stellen Sie in einer Präsentation die Lösung der folgenden Aufgabe vor.

Umgang mit KI als Lead-Agentur

1. Ausgangssituation

Künstliche Intelligenz verändert die Arbeitsweise von Marketing- und Kommunikationsagenturen grundlegend. Uns interessiert, wie KI die Leistungserbringung verändert und welchen Mehrwert dies für Auftraggeber schafft.

2. Aufgabenstellung

Bitte gehen Sie in Ihrer Präsentation auf folgende Fragestellungen ein:

- Einsatz von KI

An welchen Stellen der Wertschöpfung setzen Sie KI ein bzw. sehen Sie künftig Einsatzpotenziale? Welche Wirkungen erzielen Sie dadurch (z. B. Qualität, Produktivität, Geschwindigkeit, Kreativität oder Beratungsleistung)?

- Praxisbeispiele

Stellen Sie die zwei aus Ihrer Sicht wichtigsten Anwendungsfälle für den Einsatz von KI in Ihrer Agentur vor. Welchen konkreten Nutzen haben Ihre Kund*innen dadurch erzielt?

- Transfer auf die Auftraggeberin

Welche zwei strategisch relevanten Anwendungsszenarien für den Einsatz von KI sehen Sie für die Auftraggeberin? Beschreiben Sie jeweils den erwarteten Nutzen und die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext

3.5 Hinweis 2 Aufgabe 1 Pitch KI als Lead-Agentur

Beschreibung

- Fazit

Was ist aus Ihrer Sicht der wichtigste Erfolgsfaktor, damit Agentur und Kund*innen den größtmöglichen Nutzen aus KI ziehen?

3. Hinweise

- Es geht ausdrücklich nicht um Ihre Personalplanung oder vertrauliche Unternehmensinformationen.

- Präsentationsdauer: 25 Minuten, anschließend Diskussion.

Folgende Aspekte werden bewertet:

Inhaltliche Lösung der Aufgabe

- Strategisches Verständnis des KI-Einsatzes

- Praxisbezug und Nachvollziehbarkeit

- Mehrwert für die Auftraggeberin

- Qualität der Präsentation

Vermittlung der Lösung

Bitte reichen Sie vor dem Termin die Präsentationsunterlage ein.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext

3.6 Bewertung Aufgabe 1 Pitch

Beschreibung	0 Punkte: Es ist keine Lösung der Aufgabe erfolgt oder die Lösung ist fachlich nicht verwertbar. 2 Punkte: Vorgestellte Lösung trägt den Anforderungen nicht oder überwiegend nicht Rechnung und lässt nicht die Erfüllung des Auftrages erwarten. Anforderungen nur in Ansätzen erfüllt; Aussagen bleiben oberflächlich oder wenig nachvollziehbar. 4 Punkte: Vorgestellte Lösung trägt den Anforderungen teilweise, aber noch nicht durchschnittlich Rechnung und lässt eine mangelhafte Erfüllung des Auftrages erwarten. Wesentliche Aspekte nur teilweise behandelt; geringe Überzeugungskraft. 6 Punkte: Vorgestellte Lösung trägt den Anforderungen durchschnittlich Rechnung und lässt eine befriedigende Erfüllung des Auftrages erwarten. Anforderungen überwiegend erfüllt; Nutzen oder Argumentation teilweise wenig konkret. 8 Punkte: Vorgestellte Lösung trägt den Anforderungen überdurchschnittlich Rechnung und lässt eine gute Erfüllung des Auftrages erwarten. Schlüssig, nachvollziehbar und mit klarem Praxisbezug; kleinere Schwächen. 10 Punkte: Vorgestellte Lösung trägt den Anforderungen weit überdurchschnittlich Rechnung und lässt eine sehr gute Erfüllung des Auftrages erwarten. Vollständig, strategisch fundiert, innovativ und mit hohem Nutzen für die Auftraggeberin. Es müssen mindestens 6 von 10 Punkten der Bewertung vorliegen. Es können nur die Bieter den Zuschlag erhalten, die mindestens 6 von 10 Punkten erreichen
Typ	Bewertungskriterium
Gewichtung	70 %
Ausprägung	Standard
Kriterientyp	Graduell
Mindestanforderung	Bewertungspunkte
Bewertungspunkte	6
Antwortoptionen für Bieter	Freitext

3.7 Hinweis Aufgabe 2 Pitch Präsentation Positionierung

Beschreibung

Bitte stellen Sie das Konzept Positionierung in einer Präsentation vor.
Markenpositionierung wirksam kommunizieren

Ausgangssituation

- Die AG ist eine Premiumanbieterin in einem etablierten und wettbewerbsintensiven Markt. Sie verfügt über eine klare Positionierung. Jedoch kommt aus verschiedenen Touchpoints das Feedback, dass der Wert, den die Kund*innen mit der Wahl der AG erhalten, nicht ausreichend in deren Köpfen und Herzen verankert ist. Ziel ist es also, die besonderen Stärken und den Mehrwert der Marke noch klarer sichtbar und differenzierend zu machen.
- Die Dienstleistung ist komplex und erklärungsbedürftig. Die Herausforderung besteht darin, nachhaltig Relevanz zu schaffen und (potenziellen) Kund*innen den besonderen Nutzen verständlich und erlebbar zu vermitteln.
- Aktuelle Entwicklungen in der Branche und politische Debatten führen dazu, dass Kund*innen ihre Kaufentscheidungen stärker hinterfragen und Anbieterwechsel häufiger erfolgen. Dies eröffnet die Chance, die Marke stärker im Bewusstsein der relevanten Zielgruppen zu verankern.
- Die AG verfolgt bewusst eine Premiumstrategie und möchte sich über Qualität und Vertrauen differenzieren - nicht über den Preis.
- Ziel ist es, den Marktanteil der AG in definierten Kernzielgruppen weiter auszubauen und gleichzeitig Bestandskund*innen stärker zu binden.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext

3.8 Hinweis Aufgabe 2 Pitch Präsentation Positionierung

Beschreibung

Aufgabe: Bitte entwickeln Sie einen strategischen Kommunikationsansatz, mit dem die bestehende Positionierung der AG im Markt und bei bestehenden Kund*innen noch stärker erlebbar wird und differenzierend vermittelt werden kann.

Gehen Sie dabei auf folgende Fragestellungen ein:

1. Analyse der Ausgangssituation

- Wo sehen Sie die wesentlichen Herausforderungen der Markenpositionierung der AG im Markt?
- Welche Herausforderungen bestehen bei potenziellen und bestehenden Kund*innen?
- Warum kommt aus Ihrer Sicht die Positionierung der AG heute kommunikativ nicht ausreichend an?
- Welche Chancen ergeben sich daraus, die Marke schärfer zu profilieren und ihre Besonderheiten stärker erlebbar zu machen?

2. Strategischer Ansatz

- Wie würden Sie die bestehende Positionierung der Marke kommunikativ schärfen? Welche Stärken, Mehrwerte und Kernbotschaften sollten im Mittelpunkt stehen, damit die Marke im Markt und bei bestehenden Kund*innen klarer wahrgenommen und besser verstanden wird?
- Wie schaffen Sie sowohl Breitenwirkung (Aufmerksamkeit und Reichweite) als auch Tiefenwirkung (Verständnis, Relevanz, Bindung)?

3. Kommunikationsidee

Skizzieren Sie eine übergreifende Leitidee, mit der die Positionierung erlebbar wird. Eine vollständige Kampagne wird nicht erwartet. Einzelne Beispiele zur Veranschaulichung sind ausreichend.

Typ

Information oder Frage

Antwortoptionen für Bieter

Freitext

3.9 Hinweis Aufgabe 3 Pitch Präsentation Positionierung

Beschreibung	4. Begründung - Warum ist Ihr Ansatz geeignet, die Markenwahrnehmung nachhaltig zu verändern? 5. Hinweise - Details zur Positionierung, Zielgruppenbeschreibung und Personas werden nach Abschluss der Eignungsprüfung zur Verfügung gestellt. - Folgende Aspekte werden bewertet: Inhaltliche Lösung der Aufgabe 1. Verständnis der Marken- und Markt-Herausforderung 2. Qualität des strategischen Positionierungsansatzes 3. Fähigkeit zur Schaffung von Breiten- und Tiefenwirkung 4. Kreative Übersetzung der Strategie 5. Klarheit und Überzeugungskraft der Präsentation Vermittlung der Lösung - Bitte reichen Sie vor dem Termin die Präsentationsunterlage ein. - Präsentationsdauer: 30 Minuten, anschließend Diskussion. Hinweise: Details zur Positionierung, Zielgruppenbeschreibung und Personas werden nach Abschluss der Eignungsprüfung zur Verfügung gestellt. Bitte laden Sie dies als PDF unter "Dokumente zum Angebot" hoch und hinterlegen hier den Dateinamen "Konzept Positionierung". Das Konzept soll max. 4 DIN A4-Seiten umfassen (ohne Deckblatt, Grafiken, etc.). Hinweis: Die Bewertung erfolgt durch die Vergabestelle. Für optionale, informative Hinweise steht das Textfeld zur Verfügung.
Typ	Information oder Frage
Antwortoptionen für Bieter	Freitext

3.10 Bewertung Aufgabe 2 Pitch

Beschreibung

0 Punkte: Es ist keine Lösung der Aufgabe erfolgt oder die Ausführungen sind so unvollständig bzw. unsachgerecht, eine Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages ist nicht zu erwarten.

2 Punkte: Die Vorgestellte Lösung trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen überwiegend nicht Rechnung und lässt deshalb nicht die Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

4 Punkte:

Die Vorgestellte Lösung trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen zwar bereits teilweise, aber noch nicht in jeder Hinsicht Rechnung, und lässt deshalb eine unzureichende Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

6 Punkte:

Die Vorgestellte Lösung trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen durchschnittlich Rechnung und lässt deshalb eine befriedigende Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

8 Punkte:

Die Vorgestellte Lösung trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen überdurchschnittlich Rechnung und lässt deshalb eine gute Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

10 Punkte:

Die Vorgestellte Lösung trägt den dargelegten Anforderungen vor dem Hintergrund der zu erbringenden Leistungen weit überdurchschnittlich Rechnung und lässt deshalb eine sehr gute Erfüllung des ausgeschriebenen Auftrages erwarten.

Es müssen mindestens 6 von 10 Punkten der Bewertung vorliegen.

Es können nur die Bieter den Zuschlag erhalten, die mindestens 6 von 10 Punkten erreichen.

Typ

Bewertungskriterium

Gewichtung

30 %

Ausprägung

Standard

Kriterientyp

Graduell

Mindestanforderung

Bewertungspunkte

Bewertungspunkte

6

Antwortoptionen für Bieter

Freitext