

Offene AUSSCHREIBUNG gem. ANBest-P, VOL/A (1. Abschnitt) in der derzeit geltenden Fassung: Maßnahme im Bereich PR- und Öffentlichkeitsarbeit innerhalb spezieller Zielgruppen:

- Social Media für #Milchtrinker (Facebook und Instagram)
(Zielgruppe: Verbraucher 20-40 Jahren, Multiplikatoren (Gesundheit, Ernährung, Sport und Freizeit))
- Social Media für Dialog Milch (Facebook und Twitter) - (Zielgruppe: kritische Verbraucher und Journalisten)

Auftraggeber:

Landesvereinigung der Milchwirtschaft

Nordrhein-Westfalen e.V.

Bischofstraße 85

47809 Krefeld

Telefon 02151 41 11-400

Telefax 02151 41 11-499

info@milch-nrw.de

Projekthintergrund

Die Themen Landwirtschaft, Milcherzeugung, Milch in der Ernährung und Gesundheit werden zunehmend von speziellen Gruppierungen unseriös und negativ besetzt. Wissenschaftliche Halbwahrheiten kursieren und verunsichern den Verbraucher in seinem Ernährungsverhalten.

Ziel der Kommunikation soll es sein, neutrales wissenschaftlich fundiertes und seriöses Wissen zu diesen Themenbereichen an Verbraucher und Multiplikatoren sowie Journalisten zu vermitteln. Ein realistisches Bild der Branche soll nachhaltig in den Köpfen der Zielgruppe verankert werden.

Anforderungen und Umfang der Ausschreibung

Fortführung und Weiterentwicklung eines Social Media-Konzeptes für eine erweiterte, zielgruppenspezifische, mediale und dialogorientierte Öffentlichkeitsarbeit zur Verbesserung der Positionierung der Milchwirtschaft unter dem Titel „#Milchtrinker (Facebook und Instagram)“ sowie unter dem Titel „DIALOG MILCH (Facebook und Twitter)“.

Die Ausschreibung umfasst den für die Umsetzung der Maßnahmen erforderlichen organisatorischen Rahmen und Tätigkeitsbereich (Full-Service). Erfahrungen im Umgang mit wissenschaftlichen Texten und Erfahrungen in der Texterstellung für unterschiedliche Zielgruppen werden vorausgesetzt und müssen durch die Agentur oder eine Unterbeauftragung von Experten gewährleistet sein. Die Ausschreibung umfasst folgende Punkte:

Handling

- Fortführung und Weiterentwicklung eines Social Media-Konzeptes zur Ansprache der Zielgruppe Verbraucher und Multiplikatoren über #Milchtrinker
- Fortführung und Weiterentwicklung eines Social Media-Konzeptes zur Ansprache der Zielgruppe kritische Verbraucher und Journalisten über Dialog Milch
- Abstimmung der Maßnahmen mit dem Kunden inkl. anderer Agenturen
- Gestaltung in Anlehnung an das vorhandene CD/CI „DIALOG MILCH“
- Abstimmung der Umsetzung mit der LV Milch NRW und Dritten

Ansprache von Verbrauchern und Multiplikatoren

- Maßnahmenpaket Social Media mit gezielter Ansprache der Zielgruppen auch zur Verlinkung und Steigerung des Traffics der Webseite www.milchtrinker.com
- Maßnahmenpaket Social Media mit gezielter Ansprache der Zielgruppen auch zur Verlinkung und Steigerung des Traffics der Webseite www.dialog-milch.de für die Zielgruppe
- Betreuung und weiterer Aufbau der bereits bestehenden Social-Media-Kanäle
- Bewerbung der Kanäle
- Reichweiten stärkende Maßnahmen (Blogger-Kooperationen)
- Community-Management Beantwortung von Verbraucheranfragen bei Bedarf
- Dokumentation der Maßnahmen mit Auswertung in Zahlen

Die Mittel werden der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. (LV Milch NRW) nach Haushaltsverabschiedung zur Verfügung gestellt. Es handelt sich um 70.000,00 € inkl. MwSt. für einen Zeitraum von März bis Ende Dezember 2022 (Haushaltsjahr).

Angebotsinhalte:

Das Angebot muss Folgendes beinhalten, wobei sich der Auftraggeber die Anforderung weiterer Angaben/Nachweise vorbehält:

- Umsetzungskonzept

- Kostenaufstellung je Maßnahme inklusive Angabe zu dem kalkulierten Agenturhonorar unter Hinweis auf die geltenden Stundensätze (sonstige Nebenkosten wie Reisekosten und Porto sind bei den Maßnahmen bereits einzurechnen)
- Darstellung der Erfahrungen des eingesetzten Personals mit vergleichbaren Leistungen

Bei Unterbeauftragung Dritter müssen drei Vergleichsangebote vorgehalten werden und der LV Milch NRW übermittelt werden.

Eignungsnachweise:

Die im Folgenden aufgelisteten Eignungsnachweise sind zu erbringen:

- Aktueller Auszug aus dem Handelsregister (soll nicht älter sein als 6 Monate) oder gleichwertiger Bescheinigung
- Benennung von Referenzen des Bieters aus den letzten drei Jahren (seit Juni 2019) über vergleichbare Leistungen. Als vergleichbar angesehen werden Referenzen über Projekte in der Social-Media-Verbraucheransprache und Erfahrungen in der Ansprache kritischer Journalisten im Agrarbereich.
- Eigenerklärung zu den Ausschlussgründen gemäß § 6 Abs. 5 VOL/A (Vordruck liegt bei)
- Eigenerklärung zu den Ausschlussgründen gemäß § 16 Abs. 5 TVgG-NRW (Vordruck liegt bei)

Geforderte Mindeststandards an die Eignung:

- Der Bieter / die Bietergemeinschaft muss über mindestens eine Referenz aus den letzten drei Jahren (seit Juni 2019) über ein vergleichbares Referenzprojekt aus dem Bereich Social-Media-Verbraucheransprache und Erfahrungen in der Ansprache kritischer Journalisten im Agrarbereich verfügen.

Sonstige vorzulegende Nachweise:

- Verpflichtungserklärung gemäß § 4 TVgG-NRW zur Mindestvergütung und Tariftreue (Vordruck liegt bei)
- Verpflichtungserklärung gemäß § 19 TVgG-NRW zur Frauen- und Familienförderung (Vordruck liegt bei)

Bei Zuschlagserteilung wird die VOL/B in der aktuell gültigen Form Vertragsbestandteil. Es gelten vorrangig die anliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. Etwaige Allgemeine Geschäftsbedingungen des Bieters werden nicht Vertragsbestandteil.

Die LV Milch NRW ist verpflichtet, für jeden Auftrag das Tariftreue- und Vergabegesetz NRW einzuhalten. Aus diesem Grund werden die o.g. Verpflichtungserklärungen gefordert. Ferner werden die anliegenden Besonderen Vertragsbedingungen des Landes Nordrhein-Westfalen zur Erfüllung der Verpflichtungen zur Tariftreue und Mindestentlohnung nach dem Tariftreue- und Vergabegesetz Nordrhein-Westfalen (BVB Tariftreue- und Vergabegesetz Nordrhein-Westfalen/VOL) für die Vergabe von Dienstleistungen nachrangig Vertragsbestandteil. Die Vergabe ist ferner an die Verabschiedung der Haushaltsmittel im MULNV gebunden. Kommt es, aus hier nicht definierbaren Gründen nicht zur Verabschiedung oder zu einer Reduzierung der Mittel, kann kein Auftrag bzw. nur ein Auftrag mit geringerem Mittelumfang zu Stande kommen.

Prüfung und Wertung der Angebote:

Ein detailliertes Angebot inkl. Umsetzungsvorschlägen (Umsetzungskonzept) ist erforderlich. Ein vorgelagerter Teilnahmewettbewerb wird nicht stattfinden. Die Angebotswertung erfolgt nach den Vorgaben der VOL/A (1. Abschnitt).

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt. Maßgeblich sind die folgenden Kriterien:

Budgetauslastung/Kosten:	30 %
Umsetzungskonzept:	50 %
Erfahrung des eingesetzten Personals mit vergleichbaren Projekten:	20 %

Im Einzelnen werden die Angebote auf Grundlage der eingereichten schriftlichen Angebote bewertet:

a) Budgetauslastung/Kosten

Bewertet wird die Budgetauslastung. Als Budget ist ein Betrag in Höhe von 70.000,00 € **inkl. MwSt.** festgesetzt. Das zur Verfügung gestellte Budget darf nicht überschritten werden (**Mindestanforderung**). Um zu gewährleisten, dass die durchgeführten Maßnahmen qualitativ und quantitativ den Anforderungen genügen, wird davon ausgegangen, dass eine Budgetauslastung in Höhe von 69.000 € inkl. MwSt. erforderlich ist.

Ein Angebot, das von einer Budgetauslastung in Höhe von 68.000 € inkl. MwSt. ausgeht, erhält die bei diesem Kriterium maximal erreichbare Punktzahl (3 Punkte). Die übrigen Angebote werden nach Ihrem relativen Ab-

stand linear bewertet, d.h. ein Angebot, das eine 5 % höhere Budgetauslastung beinhaltet, erhält 5 % weniger Punkte usw.

b) Umsetzungskonzept

Für die Bewertung des Konzeptes gelten die folgenden 4 Bewertungsstufen:

- 0 Punkte: Das Konzept des Bieters entspricht hinsichtlich dieses Teilbereichs nicht den Erwartungen.**
Ein Konzept wird mit **0 Punkten** bewertet, wenn er zwar nicht von Anforderungen der Leistungsbeschreibung abweicht, aber die Erwartungen nicht erfüllt sind oder die Herangehensweise des Bieters inhaltlich nicht schlüssig dargestellt wurde. Dies gilt auch, wenn die Anforderungen lediglich stichpunktartig ohne weitere Ausführungen wiederholt werden.
- 1 Punkt: Das Konzept des Bieters entspricht hinsichtlich dieses Teilbereichs mit Einschränkungen den Anforderungen.**
Ein Konzept wird mit **1 Punkt** bewertet, wenn die Erwartungen mit Einschränkungen erfüllt sind oder die Herangehensweise des Bieters inhaltliche Unschärfen aufweist, das Konzept aber insgesamt eine erfolgreiche Durchführung der Leistungen erwarten lässt.
- 2 Punkte: Das Konzept des Bieters entspricht hinsichtlich dieses Teilbereichs den Anforderungen.**
Ein Konzept wird mit **2 Punkten** bewertet, wenn die Erwartungen erfüllt sind und die Herangehensweise des Bieters inhaltlich schlüssig dargestellt ist sowie im Hinblick auf die Zielsetzung der Maßnahme Erfolg verspricht.
- 3 Punkte: Das Konzept des Bieters ist hinsichtlich dieses Teilbereichs der Zielerreichung in besonderer Weise dienlich.**
Ein Konzept wird mit **3 Punkten** bewertet, wenn die Herangehensweise des Bieters der Zielerreichung in besonderer Weise (z.B. kreative Ideen) dienlich ist und dies in dem Konzept inhaltlich schlüssig dargestellt ist.

c) Erfahrung des eingesetzten Personals

Bewertet wird die Erfahrung des eingesetzten Personals mit vergleichbaren Projekten. Zu diesem Zweck muss der Bieter mit dem Angebot mitteilen, welche Personen im Auftragsfall tätig werden und über welche Erfahrung mit vergleichbaren Projekten diese verfügen. 0 Punkte werden vergeben, wenn das eingesetzte Personal noch keine Erfahrung mit vergleichbaren Projekten gesammelt hat. 3 Punkte werden vergeben, wenn das eingesetzte Personal als Projektleitung bereits in mehreren Projekten, die den hier ausgeschriebenen Leistungen entsprechen, gesammelt hat. Die dazwischen liegenden Punktebereiche werden abhängig von der Qualität und Quantität der angeführten persönlichen Referenzprojekte bewertet.

Für die Bearbeitung sowie für die Erstellung des Angebotes wird keine Entschädigung gewährt.

Prüfung und Wertung der Angebote:

Ein detailliertes Angebot inkl. Umsetzungsvorschlägen (Umsetzungskonzept) ist erforderlich. Ein vorgelagerter Teilnahmewettbewerb wird nicht stattfinden. Die Angebotswertung erfolgt nach den Vorgaben der VOL/A (1. Abschnitt).

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt.

Ihr Angebot ist nicht berücksichtigt worden, wenn bis zum Ablauf der Bindefrist hierauf kein Zuschlag erteilt worden ist. Wenn Sie schriftlich über die Ablehnung Ihres Angebotes unterrichtet werden möchten, müssen Sie dies ausdrücklich schriftlich beantragen (§19 Abs. 1 VOL/A).

Fristen und Form:

Angebotsfrist ist der **21.03.2022, 10.00 Uhr**. Das Angebot kann bis **10.00 Uhr** auf dem Postweg eingereicht werden. Maßgeblich ist der Eingang des Angebots bei dem Auftraggeber.

Das Angebot ist schriftlich einzureichen. Der Umschlag ist mit der Aufschrift Angebot zur Vergabe „DIALOG MILCH – Social-Media“ zu versehen. Der Briefumschlag ist bei der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V., Sonja Winden, Bischofstraße 85 in 47809 Krefeld einzureichen.

Die Bindefrist beträgt 30 Kalendertage (also bis zum 19.04.2022).

Die LV Milch NRW ist verpflichtet, für jeden Auftrag das Tariftreue- und Vergabegesetz NRW einzuhalten. Das Gesetz ist damit auch Bestandteil dieser Vergabe.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. Einsicht nehmen können Sie unter www.milch-nrw.de.

Bei konkreten Fragen zum Ablauf oder inhaltlich können Sie sich gerne an Sonja Winden unter der Rufnummer 02151/4111-401 montags bis freitags in der Zeit von 8.00 Uhr bis 16.00 Uhr und/oder winden@milch-nrw.de wenden.

Alle Unterlagen finden Sie als pdf zum Download auf unserer Website www.milch-nrw.de. Konkrete Fragen zum Ablauf oder Inhalt können Sie per Email an info@milch-nrw.de stellen. Die Antworten werden zeitnah von uns ins Netz gestellt.

Weitere Informationen zum Projekt und zur LV Milch NRW finden Sie auf den folgenden Internetseiten:

www.dialog-milch.de

www.milch-nrw.de