

Germany-Cologne: Advertising and marketing services

OJ S 66/2020 02/04/2020

Contract notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Zweckverband Nahverkehr Rheinland

Postal address: Glockengasse 37-39

Town: Köln

NUTS code: DEA23 Köln, Kreisfreie Stadt

Postal code: 50667

Country: Germany

E-mail: joana.buergin@nvr.de

Internet address(es):

Main address: <https://www.nvr.de/>

I.3. Communication

The procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://www.dtyp.de/Satellite/notice/CXP4YF0D9L0/documents>

Additional information can be obtained from the abovementioned address

Tenders or requests to participate must be submitted electronically via: <https://www.dtyp.de/Satellite/notice/CXP4YF0D9L0>

I.4. Type of the contracting authority

Body governed by public law

I.5. Main activity

Other activity: Verkehr

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Markenaufbau und Markenführung einer neuen Dachmarke

Reference number: 03/2020_EU_A1Kom_TNW

II.1.2. Main CPV code

79340000 Advertising and marketing services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Vergabe von Werbe- und Marketingdienstleistungen zum Markenaufbau und der Markenführung einer neuen Dachmarke.

II.1.5. Estimated total value

Value excluding VAT: 5 000 000,00 EUR

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.2. Description

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DEA23 Köln, Kreisfreie Stadt

Main site or place of performance: Zweckverband Nahverkehr Rheinland Glockengasse 37-39
50667 Köln

II.2.4. Description of the procurement

Der AG sucht für den Markenaufbau und die Markenführung einer neuen Dachmarke und alle damit verbundenen Werbe- und Marketingleistungen eine Marketing-/Werbeagentur als Vertragspartner. Die Agentur soll die neue Dachmarke gestalterisch entwickeln und umsetzen, in verschiedenen Zielgruppen bekannt machen und durch gezielten Imageaufbau eine positive Wahrnehmungsveränderung herbeiführen. Ziel ist es langfristig, den SPNV zu stärken und den Wechsel vom motorisierten Individualverkehr hin zur multimodalen und umweltverträglichen Fortbewegung zu fördern.

Der Markenaufbau und die Markenführung der neuen Dachmarke in den verschiedenen Zielgruppen soll in den folgenden Jahren sukzessive erfolgen. Folgende Schritte sind dabei zu berücksichtigen:

- Strategischer Aufbau einer neuen Dachmarke;
- Entwicklung und Umsetzung eines ganzheitlichen Markendesigns für die neue Dachmarke;
- Imageaufbau und -pflege;
- Kommunikation von Vertriebsthemen;
- SPNV-Marketing mit einzelnen Schwerpunktthemen, z. B. Qualität, Sicherheit, Mobilstationen;
- Verkaufsförderung, erlöswirksames Marketing, Kundenbindung.

Weitere Einzelheiten und Anforderungen ergeben sich aus Teil II Leistungsbeschreibung der Vertragsunterlagen.

II.2.5. Award criteria

Criteria below

Quality criterion - Name: Gesamtstrategie / Weighting: 30 %

Quality criterion - Name: Kreative Umsetzung / Weighting: 30 %

Quality criterion - Name: Präsentationseindruck / Weighting: 10 %

Cost criterion - Name: Kosten - und Mediaplan / Weighting: 30 %

II.2.6. Estimated value

II.2.7. Duration of the contract, framework agreement or dynamic purchasing system

Duration in months: 36

This contract is subject to renewal: yes

Description of renewals:

Der Auftraggeber hat die Möglichkeit, den Vertrag 2 Mal um jeweils 12 Monate zu verlängern.

Die Entscheidung, ob der Vertrag verlängert wird, wird dem Auftragnehmer 6 Monate vor Ablauf der Vertragslaufzeit mitgeteilt.

II.2.9.

Information about the limits on the number of candidates to be invited

Envisaged number of candidates: 5
Objective criteria for choosing the limited number of candidates:

Siehe Ziffer 8. in Verbindung mit Ziffer 5. der Teilnahmebedingungen

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

II.2.11. Information about options

Options: no

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds:
no

II.2.14. Additional information

Section III: Legal, economic, financial and technical information

III.1. Conditions for participation

III.1.2. Economic and financial standing

List and brief description of selection criteria:

Der Bewerber hat seine wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit durch eine Eigenerklärung über den Gesamtumsatz des letzten abgeschlossenen Geschäftsjahres sowie die Angabe der Gesamtmitarbeiterzahl nachzuweisen. Wenn vorhanden, ist die Bilanzsumme zu nennen. Es wird ein Mindestumsatz von 2 000 000,00 EUR pro Jahr verlangt. Ein Bewerber, der den geforderten Mindestumsatz nicht nachweisen kann, wird von der weiteren Angebotsbewertung ausgeschlossen. Bei einem Unternehmen, das Teil einer größeren Gruppe ist, müssen die Mitarbeiterzahl und der Umsatz bzw. die Bilanzsumme der Gruppe ebenfalls genannt werden. Die Unternehmensdarstellung ist zwingend einzureichen.

Minimum level(s) of standards possibly required:

Mindestumsatz von 2 000 000,00 EUR pro Jahr

III.1.3. Technical and professional ability

List and brief description of selection criteria:

1. Projektmitarbeiter

Der Bewerber stellt das Team vor, das für die Auftragsdurchführung voraussichtlich eingesetzt werden wird (Projektleiter, Vertreter, weitere Mitglieder), mit Angabe von Namen, beruflicher Qualifikation sowie des beruflichen Werdegangs/Hintergrunds und der jeweiligen Aufgaben im Rahmen der Auftragserfüllung. Erwartet wird ein fest angestelltes Team, das nach Möglichkeit auf Freelancer verzichtet, sofern dies nicht begründet werden kann. Die Übersicht über die Projektmitarbeiter ist zwingend einzureichen.

2. Referenzen:

2.1 Referenzangaben:

Der Bewerber legt Referenzen zum Nachweis der Erfahrungen und des Könnens bzw. des fundierten Wissens des Bewerbers jeweils zu Projekten vor, die mit der ausgeschriebenen Leistung vergleichbar sind, mit folgenden Angaben:

- a) Name und Anschrift des jeweiligen – öffentlichen oder privaten – Auftraggebers der Referenzleistung,
- b) Beschreibung der erbrachten Leistung nach Art, Umfang und Wert,
- c) Leistungszeitraum,

d) Angabe eines konkreten Ansprechpartners (Name, Telefon-Nummer inkl. Durchwahl und E-Mail-Adresse) für evtl. Rückfragen beim Referenzauftraggeber.

Je Referenz ist eine ergänzende ausführliche Projektbeschreibung beizulegen, die die strategische Herleitung, den kreativen Ansatz sowie den Mediaeinsatz darstellt. Sie darf den Umfang von maximal 1 Seite DIN A4 nicht überschreiten. Über die Anzahl hinausgehende Seiten werden nicht gewertet. Die Referenzen sind nicht im Original beizulegen. Originale werden nicht gewertet. Die Einreichung einer Bescheinigung der Referenzauftraggeber ist nicht erforderlich.

2.2 Referenzbereiche

Für die Annahme der fachlichen Eignung des Bewerbers ist es zwingend erforderlich, dass er bereits Leistungen erbracht hat, die mit dem ausgeschriebenen Projekt vergleichbar sind. Die Vorlage von insgesamt 4 Referenzen (nicht mehr und nicht weniger!) ist gefordert, 2 Referenzen aus dem nachfolgend genannten Bereich a) und jeweils eine Referenz aus den nachfolgenden Bereichen b) und c).

a) Entwicklung und Umsetzung eines ganzheitlichen Markendesigns mit anschließendem Markenaufbau bzw. Markenführung einer Dachmarke in den verschiedenen Zielgruppen (intern und extern),

b) Entwicklung und Umsetzung von crossmedialen Kampagnen aus den Bereichen SPNV /ÖPNV/Multimodale Mobilität,

c) Entwicklung und Umsetzung von crossmedialen Kampagnen mit Schwerpunkt Vertrieb /Verkaufsplattformen (z. B. App, Ticketautomaten, KundenCenter)

Vorgelegte Referenzen aus dem Bereich a) müssen aus den vergangenen 10 Jahren (älteste von 2010) stammen. Vorgelegte Referenzen aus den Bereichen b) und c) müssen aus den vergangenen 3 Jahren stammen (älteste von 2017). Ältere Referenzen werden nicht bewertet. Um es dem AG zu ermöglichen, neue Eindrücke in Bezug auf den Markenaufbau und die Markenführung sowie alle damit verbundenen Werbe- und Marketingleistungen zu gewinnen und einen Blick über den „eigenen Tellerrand“ zu werfen, wird darum gebeten, in allen 3 Referenzbereichen möglichst KEINE Referenzen bereits bekannter „eigener Projekte“ vorzulegen. Aus diesem Grund werden vorgelegte Referenzen, bei denen die AVV GmbH, die VRS GmbH, die NVR GmbH, der ZV NVR oder das Kompetenzzentrum Marketing NRW (KCM NRW) als Auftraggeber hervorgehen, zwar berücksichtigt, es wird aber bei jeder „eigenen Referenz“ der genannten Unternehmen pauschal ein Punkt im Rahmen der unter Ziffer 8. (der Teilnahmebedingungen) durchzuführenden Bewertung abgezogen. Die Referenz wird zunächst anhand der Bewertungskriterien bewertet und danach erfolgt der pauschale Punktabzug.

Minimum level(s) of standards possibly required:

Insgesamt 4 Referenzen aus den genannten Bereichen

III.2. Conditions related to the contract

III.2.3. Information about staff responsible for the performance of the contract

Obligation to indicate the names and professional qualifications of the staff assigned to performing the contract

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Competitive procedure with negotiation

IV.1.3. Information about a framework agreement or a dynamic purchasing system

IV.1.5. Information about negotiation

The contracting authority reserves the right to award the contract on the basis of the initial tenders without conducting negotiations

IV.1.8. Information about the Government Procurement Agreement (GPA)

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: yes

IV.2. Administrative information

IV.2.2. Time limit for receipt of tenders or requests to participate

Date: 05/05/2020 Local time: 12:00

IV.2.3. Estimated date of dispatch of invitations to tender or to participate to selected candidates

Date: 18/05/2020

IV.2.4. Languages in which tenders or requests to participate may be submitted

German

IV.2.6. Minimum time frame during which the tenderer must maintain the tender

Tender must be valid until: 31/08/2020

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.3. Additional information

Bekanntmachungs-ID: CXP4YF0D9L0

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer bei der Bezirksregierung Köln

Postal address: Zeughausstraße 2-10

Town: Köln

Postal code: 50667

Country: Germany

E-mail: vergabekammer@bezreg-koeln.nrw.de

Telephone: +49 2211473-116

Fax: +49 2211472-889

Internet address: www.bezreg-koeln.nrw.de

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Der geltend gemachte Verstoß gegen Vergabevorschriften muss vor Einreichen des Nachprüfungsantrags erkannt und innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen gegenüber dem AG gerügt werden.

Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung oder dieser Bedingungen für den Teilnahmewettbewerb erkennbar sind, müssen spätestens bis zum

Ablauf der Frist für die Abgabe des Teilnahmeantrags gerügt werden; Verstöße, die in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, müssen bis spätestens zum Ablauf der Angebotsfrist gegenüber dem AG gerügt werden.

Ein Nachprüfungsantrag muss innerhalb von 15 Kalendertagen nach Eingang der Mitteilung der Vergabestelle, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, bei der Vergabekammer eingehen.

VI.4.4. Service from which information about the review procedure may be obtained

Official name: Vergabekammer bei der Bezirksregierung Köln

Postal address: Zeughausstraße 2-10

Town: Köln

Postal code: 50667

Country: Germany

E-mail: vergabekammer@bezreg-koeln.nrw.de

Telephone: +49 2211473-116

Fax: +49 2211472-889

Internet address: www.bezreg-koeln.nrw.de

VI.5. Date of dispatch of this notice

01/04/2020