

Germany-Berlin: Marketing services**OJ S 110/2023 09/06/2023****Contract award notice****Services****Legal Basis:**

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Berlin Tourismus & Kongress GmbH

Postal address: Am Karlsbad 11

Town: Berlin

NUTS code: DE300 Berlin

Postal code: 10785

Country: Germany

Contact person: Zentrale Dienste

E-mail: beschaffung@visitberlin.de**Internet address(es):**Main address: <https://about.visitberlin.de/>**I.4. Type of the contracting authority**

Other type: Tourismusmarketing Organisation

I.5. Main activity

Other activity: Tourismusmarketing

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement**II.1.1. Title**

Influencer-Marketing-Agentur Rahmenvertrag

Reference number: D-0005/2023 - visitBerlin - Influencer-Marketing-Agentur

II.1.2. Main CPV code

79342000 Marketing services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

1. Art und Umfang des Auftrags

Im Rahmen des Marketing- und Kommunikationsauftrages beauftragt visitBerlin eine Influencer-Marketing-Agentur, mit der beratenden, konzeptionellen Leistung sowie der Identifikation, Planung und Buchung von Influencer:innen zur Bewerbung der Reisedestination Berlin und damit verbundenen Angeboten. Hierfür soll ein Rahmenvertrag geschlossen werden. Dieser dient als Grundlage für Einzelaufträge, die projektbezogen von der

Auftraggeberin abgerufen werden können. Hierfür erhält die Agentur als Basis jeweils gesonderte Aufträge. Für diese werden durch die Auftragnehmerin jeweils einzeln Angebote erstellt, die auf Grundlage von mündlichen und/ oder schriftlichen Briefings erfolgen. visitBerlin betreibt folgende Social Media Kanäle, die mit den Aufträgen in mittelbarem oder unmittelbarem Zusammenhang stehen können:

- Facebook: @visitBerlin
- Instagram: @visitberlin
- Twitter: @visitBerlin
- TikTok: @visitberlin

Folgende Leistungen sollen innerhalb des Rahmenvertrages erbracht werden:

- Die Umsetzung von Paid-Kampagnen mit Influencer:innen zu verschiedenen Themen, die mit der Destination Berlin in Verbindung stehen, damit verbunden die Entwicklung kreativer Konzepte mit Verständnis für die Marke visitBerlin und die Destination Berlin. Jeweilige Kampagnenziele (u.a. Klicks auf die Landing Page, Reichweite, Sales usw.) werden vorab durch die Auftraggeberin definiert.

Im Detail bedeutet das:

- o Erstellung von Konzepten für Influencer:innenkampagnen auf Grundlage von Briefings der Auftraggeberin unter Berücksichtigung vorgegebener Zielsetzung
- o Recherche und Aktivierung der Influencer:innen
- o Abstimmung der Konzepte und der ausgewählten Influencer:innen mit der Auftraggeberin
- o Projektmanagement inklusive Zeit- und Budgetplanung in Abstimmung mit der Auftraggeberin
- o Übernahme aller organisatorischer Absprachen mit den Influencer:innen
- o Verhandlungen mit den Influencer:innen im Sinne der Auftraggeberin und Contracting mit den Influencer:innen
- o Briefing der Influencer:innen nach vorheriger Abstimmung mit visitBerlin
- o Contentplanung in Abstimmung mit den Influencer:innen und visitBerlin
- o Erstellung von Produktionsplänen in Abstimmung mit den Influencer:innen (inklusive Abstimmungen mit den Locations)
- o Einholen von Genehmigungen für Dreh oder Fotoaufnahmen
- o Begleitung der Umsetzung und Veröffentlichung der Contents (inkl. u.a. Erwähnung der visitBerlin Social-Media-Kanäle, Co-Author-Posts, Verlinkungen oder Hinweis auf die visitBerlin Website)
- o Freigabeprozess der Contents durch visitBerlin und Abstimmung der Feedbacks mit den Influencer:innen
- o Aushandlung zur Übertragung der Nutzungsrechte von Contents an visitBerlin
- o Analyse, Auswertung und Reporting der Kampagnen
- o Reisemanagement der Influencer:innen (Reisekosten und Honorare der Influencer werden von den Influencer:innen gegenüber dem Auftragnehmer abgerechnet und nach Beendigung der Reise dem Auftragnehmer durch die Auftraggeberin auf Nachweis erstattet.)
- o Abrechnung und Abrechnungsmanagement

Regelmäßige Abstimmungsmeetings mit visitBerlin und ggf. der Kreativ- und Mediaagenturen der Auftraggeberin (Influencerkampagnen werden teilweise in 360 Grad Kampagnen integriert, weshalb sie zeitlich und thematisch auf die übergeordnete Kampagnenplanung abgestimmt sein müssen).

- Wir beabsichtigen, neben den Paid-Kampagnen mit Influencer:innen weitere Leistungen, die im Zusammenhang mit Influencermarketing stehen, über den geschlossenen Rahmenvertrag abzurufen. Hierzu zählen unter anderem:

- o Content Creation durch Influencer:innen für die Social-Media-Kanäle der Auftraggeberin. Die Auftraggeberin beabsichtigt, den Content frei und zeitungebunden und über die eigenen

Kanäle zu verwenden. Co-Author-Posts sind anzudenken (wird z.B. im Rahmen eines Co-Author-Posts veröffentlicht).

- o Organisation von Social Media Events, wie z.B. Instameets, mit visitBerlin als Gastgeber inklusive Einladungsmanagement
- o Organisation von Influencer-Reisen
- o Social Me

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.1.7. Total value of the procurement

Value excluding VAT: 2 500 000,00 EUR

II.2. Description

II.2.2. Additional CPV code(s)

79000000 Business services: law, marketing, consulting, recruitment, printing and security,
79340000 Advertising and marketing services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DE300 Berlin

Main site or place of performance: Berlin Tourismus & Kongress GmbH Am Karlsbad 11
10785 Berlin

II.2.4. Description of the procurement

2. Budget und Abrechnung

Die Auftraggeberin geht von einem Gesamtetat für Medieninvest während der Vertragslaufzeit einschließlich Verlängerungsoption in Höhe von 400.000,00 Euro bis ca. 2,0 Mio. Euro aus. Diese Beträge können jedoch auch überschritten werden. Der Höchstbetrag, der aus diesem Vertrag während der Vertragslaufzeit einschließlich Verlängerungsoption abgerufen werden kann, liegt bei 2,5 Mio. Euro.

Pro Vertragsjahr ist ein Etat für Medieninvestment in Höhe von ca. 100.000,00 Euro bis ca. 500.000,00 Euro netto vorgesehen. Die Auftraggeberin kann die Verteilung des Etats auf die Vertragsjahre jedoch beliebig ändern. Der Auftraggeber sichert keinen Mindestetat an Medieninvestment zu. Der Auftragnehmer hat keinen Anspruch auf Abruf des angegebenen Medieninvestments. Es ist auch möglich, dass die Auftraggeberin gar keinen konkreten Auftrag während der Vertragslaufzeit abrufen.

Für alle Aufträge sind vom Auftragnehmer separate, verbindliche Angebote mit Preisen auf Grundlage des eingereichten Preisblattes zu erstellen. Die Abrechnung erfolgt kampagnen-/ projektbezogen gemäß Angebot. Der Auftragnehmer erhält für seine Leistungen die im jeweiligen Preisblatt definierte Vergütung. Die Kosten der Influencer:innen sind im Rahmen der jeweiligen Angebote transparent an die Auftraggeberin zu kommunizieren. Zudem sind diese, inklusive aller Reise- und sonstiger anfallender Extrakosten der Influencer:innen, die im Zusammenhang mit dem Auftrag stehen, vom Auftragnehmer gegenüber der Auftraggeberin gegen Nachweis abzurechnen.

Der Auftragnehmer hat keinen Anspruch auf eine exklusive Zusammenarbeit. Der Auftraggeberin steht es mithin frei, neben dem Auftragnehmer auch Dritte zu beauftragen. Des Weiteren besteht für die Umsetzung der von der Agentur konzipierten Maßnahmen keine Abnahmepflicht. Dritte können mit der Umsetzung der Maßnahmen beauftragt werden.

Der Auftragnehmer erhält für seine Leistung die vereinbarten Provisionen bzw. den vereinbarten Stundensatz gemäß Preisblatt. Diese beinhaltet nicht die Kosten der Influencer:innen und die Reisekosten, da sich diese von Influencer:in zu Influencer:in unterscheiden, jedoch alle von der Agentur zu erbringenden Leistungen.

2.1 Folgende Leistungen werden provisionsbezogen abgerechnet, so dass ein Provisionssatz vom Auftragnehmer anzugeben ist (dies beinhaltet Konzeption, Projektmanagement, Reporting und alle sonstigen Agenturkosten:

- Die Umsetzung von Paid-Kampagnen mit Influencer:innen
- Content Creation durch Influencer:innen für die Social Media Kanäle der Influencer:innen
- Social Media Takeover durch Influencer:innen
- Kanalübergreifende Kooperationen von einem Influencer und visitBerlin

Die Provision berechnet sich für alle Aufträge aus dem Medieninvest (=Gage Influencer:innen ohne Reisekosten oder sonstige Extrakosten. Diese werden der Auftraggeberin transparent offen gelegt und im Rahmen der Projekte in Rechnung gestellt.) Hierfür ist im Preisblatt jeweils ein verbindlicher Prozentsatz des Medieninvestments anzugeben,

- für Aufträge mit einem Medieninvest bis 10.000,00 Euro netto
- für Aufträge mit einem Medieninvest von 10.001,00 Euro bis 50.000,00 Euro netto
- für Aufträge mit einem Medieninvest ab 50.001,00 Euro netto

2.2 Folgende Leistungen werden auf Grundlage eines Stundensatzes abgerechnet, welcher im Preisblatt anzugeben ist:

- Organisation von Social Media Events
- Organisation von Influencer-Reisen

Die Stundensätze beziehen sich auf die Leistungen der Agentur exklusive Kosten für Influencer:innen, deren Reisemanagement und weitere flexible Kosten wie beispielsweise Locationmiete usw. beinhalten. Alle flexiblen Kosten sind transparent an die Auftraggeberin im Zuge der Angebotserstellung zu kommunizieren.

Der Auftragnehmer versendet nach Abschluss des Projektes die Rechnung für die tatsächlich erbrachten Leistungen.

Die Rechnungslegung erfolgt auf Grundlage freigegebener Angebote zu den gerade aktuellen Kampagnen und Projekten. Die letzte Rechnung für ein laufendes Kalenderjahr ist aus haushaltstechnischen Gründen jeweils bis zum 30. November des laufenden Jahres vorzulegen. Kampagnen oder Projekte, die den Monat Dezember umfassen, sind in Form einer Vorausrechnung ebenfalls bis zum 30. November des laufenden Jahres abzurechnen.

Festpreisangebot

Die Preis- bzw. Provisionsangaben im Angebot sind Festpreise/werte für die Laufzeit des Vertrages (einschließlich der Verlängerungsoptionen).

- Im Zuge der Ausschreibung ist eine beispielhafte Kampagnenstrategie zu entwickeln. Bitte reichen Sie diese entsprechend der Aufgabenstellung, welche Sie der Anlage Aufgabenstellung entnehmen ein. Die Wertung des beispielhaften Kampagnenkonzeptes ergibt sich aus der beigefügten Anlage Wertungsmatrix Umsetzungskonzept.
- Die Höhe der Agenturprovision (%) für Influencer:innenkampagnen (Paid), und die Stundensätze für weitere Aufträge (siehe Punkt "Budget und Abrechnung") sind in der Anlage Preisblatt anzugeben. Die Wertung des Preises ergibt sich aus der beigefügten Anlage Wertungsmatrix Preisblatt.

Für die Kampagnenstrategie und den Preis können jeweils maximal 100 Punkte erreicht werden. Die erreichte Punktzahl wird mit der angegebenen Gewichtung von 60 % (0,6) für das Umsetzungskonzept und 40 % (0,4) für den Preis multipliziert und jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundet. Zum Schluss werden die erreichten Punktzahlen addiert.

II.2.5. Award criteria

Quality criterion - Name: Umsetzungskonzept / Weighting: 60%

Price - Weighting: 40%

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 IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Open procedure

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

The procurement involves the establishment of a framework agreement

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

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: no

IV.2. Administrative information

IV.2.1. Previous publication concerning this procedure

Notice number in the OJ S: [2023/S 045-132447](#)

IV.2.8. Information about termination of dynamic purchasing system

IV.2.9. Information about termination of call for competition in the form of a prior information notice

Section V: Award of contract

Contract No: 1

Title:

Influencer-Marketing-Agentur

A contract/lot is awarded: yes

V.2. Award of contract

V.2.1. Date of conclusion of the contract

30/05/2023

V.2.2. Information about tenders

Number of tenders received: 15

Number of tenders received from tenderers from non-EU Member States: 0

Number of tenders received by electronic means: 15

The contract has been awarded to a group of economic operators: no

V.2.3.

Name and address of the contractor

Official name: Reachbird Solutions GmbH
Postal address: Streitfeldstr. 25
Town: München
NUTS code: DE212 München, Kreisfreie Stadt
Postal code: 81673
Country: Germany
E-mail: commercial@reachbird.io
Telephone: +49 16090872-522
Internet address: <http://reachbird.io>
The contractor is an SME: yes

V.2.4. Information on value of the contract/lot

Initial estimated total value of the contract/lot: 2 500 000,00 EUR
Lowest offer: 15 500,00 EUR / Highest offer: 54 125,00 EUR taken into consideration

V.2.5. Information about subcontracting**Section VI: Complementary information**

VI.3. Additional information

Bekanntmachungs-ID: CXP4YRF63Y7

VI.4. Procedures for review**VI.4.1. Review body**

Official name: Vergabekammer des Landes Berlin Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung
Postal address: Martin-Luther-Straße 105
Town: Berlin
Postal code: 10825
Country: Germany
E-mail: vergabekammer@senweb.berlin.de
Telephone: +49 03090138316
Fax: +49 03090137613
Internet address: <https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaftsrecht/vergabekammer/>

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:
Auf die Fristen nach § 160 Abs. 3 GWB wird hingewiesen. Ein Nachprüfungsverfahren kann nur innerhalb von 15 Kalendertagen nach Eingang der Mitteilung der Auftraggeberin, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, eingeleitet werden (vgl. § 160 Abs. 3 Nr. 4 GWB)

VI.5. Date of dispatch of this notice

05/06/2023