

Germany-Coblenz: Advertising and marketing services

OJ S 215/2020 04/11/2020

Contract notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Postal address: Löhrrstraße 103-105

Town: Koblenz

NUTS code: DEB11 Koblenz, Kreisfreie Stadt

Postal code: 56068

Country: Germany

E-mail: vergabe@gastlandschaften.de

Internet address(es):

Main address: <https://rlp.tourismusnetzwerk.info/ueber-uns/ausschreibungen/>

I.3. Communication

The procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://Landesverwaltung.vergabe.rlp.de/VMPSatellite/notice/CXPDYD7Y5GP/documents>

Additional information can be obtained from the abovementioned address

Tenders or requests to participate must be submitted electronically via:

<https://Landesverwaltung.vergabe.rlp.de/VMPSatellite/notice/CXPDYD7Y5GP>

I.4. Type of the contracting authority

Other type: Landesmarketingorganisation

I.5. Main activity

Other activity: Tourismusmarketing

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Konzeption, Planung und Umsetzung der touristischen Jahreskampagne 2021

Reference number: 20201028_AA

II.1.2. Main CPV code

79340000 Advertising and marketing services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Für die Konzeption, Planung und Umsetzung einer reichweiten- und aufmerksamkeitsstarken touristischen Jahreskampagne 2021 sucht die RPT zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine begleitende Agentur. Dabei gilt es die neu entwickelte Wirtschaftsstandortmarke des Landes Rheinland-Pfalz, die Content Strategie Rheinland-Pfalz sowie die Vorgaben zu den definierten Zielgruppen, Geschäftsfeldern und Quellmärkten zu berücksichtigen und entsprechend umzusetzen.

II.1.5. Estimated total value

Value excluding VAT: 300 000,00 EUR

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.2. Description

II.2.2. Additional CPV code(s)

79341400 Advertising campaign services, 79342000 Marketing services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DEB11 Koblenz, Kreisfreie Stadt

Main site or place of performance: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH Löhrrstraße 103-105
56068 Koblenz

II.2.4. Description of the procurement

Zur Unterstützung bei der Konzeption, Planung und Umsetzung einer reichweiten- und aufmerksamkeitsstarken touristischen Jahreskampagne 2021 beabsichtigt die RPT eine Agentur mit entsprechender Erfahrung (möglichst im Tourismussektor) zu beauftragen. Dabei soll das bereits etablierte Kampagnenmotto „Schatzkammer Rheinland-Pfalz“ fortgeführt und in 2021 mit dem thematischen Schwerpunkt „Wege zu den Ursprüngen“ umgesetzt werden. Potentielle Gäste sollen dabei auf die umfangreichen Spuren aufmerksam gemacht werden, die das Element Wasser sowie bedeutende Persönlichkeiten in Rheinland-Pfalz hinterlassen haben und die bis heute als Natur- und Kulturschätze erlebbar sind.

Die Kampagne ist in 2 Aktionszeiträume unterteilt. Im Aktionszeitraum „Natur“ soll das Thema „Wasser als Ursprung“ im Fokus stehen und wie dieses unsere Naturlandschaften geformt hat. Im Aktionszeitraum „Kultur“ werden die für die kulturelle Entwicklung prägenden Persönlichkeiten wie Luther, Felke oder Gutenberg und deren Ursprünge selbst beleuchtet. Alle Maßnahmen sollen in beiden Aktionszeiträumen zunächst auf eine möglichst große Reichweite ausgelegt sein – in der ersten Ansprache immer mit dem Ziel der Inspiration. Kampagnenstart soll Anfang März 2021 sein.

Inhaltlich soll sich die Kampagne an den bereits abgestimmten 10 sogenannten „Schaufensterthemen“ (s. Tabelle) orientieren. Sie bieten den inhaltlichen Rahmen für die Contenterstellung und setzen innerhalb der Kampagne je Urlaubsregion einen thematischen Schwerpunkt (auch unter Berücksichtigung des Themas Städtetourismus). Unabhängig von dieser Ausschreibung wurde bereits die Erstellung von Bewegtbildmaterial zu den 10 Schaufensterthemen beauftragt und umgesetzt. Die hier entstehenden Videos (Reportage-Stil mit Protagonisten, je eine Kurz- und Langversion pro Schaufensterthema) sollen auch in der Kampagnenplanung und Umsetzung entsprechend berücksichtigt und eingebunden werden. Selbstverständlich werden die Videos nach Fertigstellung für die weitere Planung zur Verfügung gestellt.

Alle Inhalte zur Kampagne (Texte, Stories, Videos, Podcast etc.) werden auf einer kampagneneigenen Landingpage auf der Endkunden-Website gebündelt. Diese soll auch im Fokus der geplanten Marketingmaßnahmen stehen bzw. durch entsprechenden On- und Offlinemaßnahmen beworben werden.

Folgende Leistungen sind Auftragsgegenstand und sollen seitens der Agentur nach Auftragsvergabe erbracht werden:

- Strategische Kampagnenplanung, Beratung und konzeptionelle Weiterentwicklung der themen- und zielgruppenübergreifenden Jahreskampagne 2021 unter Einbeziehung digitaler sowie klassischer Medien (Mediamix) und den Kanälen der RPT,
- Entwicklung und Umsetzung eines Marketing- und Maßnahmenplans für die Jahreskampagne 2021 unter Berücksichtigung der Schaufensterthemen und Kanäle, der fünf touristischen Zielgruppen sowie der bereits produzierten Videos,
- Entwicklung und grafische Umsetzung kampagnenspezifischer Keyvisuals und Designs (Kreativkonzept) gemäß Kampagnenmotto „Schatzkammer Rheinland-Pfalz“ und Vorgaben aus dem Markenmanual (Claim: Deine Goldene Zeit) in den Sprachversionen deutsch, englisch, niederländisch, französisch,
- Mediaplanung und Umsetzung digitaler Kampagnen (Suchmaschinen, Social Media, Display etc.),
- Weiterentwicklung und Umsetzung der Maßnahmenidee für die Zielgruppe Urban (Briefing wird mit der Aufforderung zur Angebotsabgabe übermittelt),
- ggf. Contenterstellung in den Bereichen Text, Bild, Video, Audio,
- ggf. Umsetzung von Printprodukten,
- Laufendes Reporting sowie Evaluierung und ggf. Anpassung der durchgeführten Maßnahmen,
- Evaluierung und Gesamtauswertung (Endbericht) der Jahreskampagne 2021.

II.2.5. Award criteria

Criteria below

Quality criterion - Name: Beispielhaftes Kampagnenkonzept / Weighting: 30

Quality criterion - Name: Marketing- und Maßnahmenplan / Weighting: 30

Quality criterion - Name: Grafische Umsetzung unter Berücksichtigung der Wirtschaftsstandortmarke / Weighting: 10

Price - Weighting: 30

II.2.6. Estimated value

Value excluding VAT: 300 000,00 EUR

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

Duration in months: 11

This contract is subject to renewal: no

II.2.9. Information about the limits on the number of candidates to be invited

Envisaged minimum number: 3 Maximum number: 5

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:

Vorzulegen sind:

- Aktuelle Bankauskunft/Bankerklärung des Anbieters, bei einer Arbeits- oder Bietergemeinschaft von jedem Mitglied und von jedem der Subunternehmer bzw. Unterauftragnehmer,
- Es wird gefordert, dass die Leistung in Generalunternehmerschaft erbracht wird. Der Bieter hat Art und Umfang aller Leistungen anzugeben, die er an Unterauftragnehmer übertragen will und diese zu benennen. Ein Angebot von Arbeitsgemeinschaften und anderen gemeinschaftlichen Bietern findet nur Berücksichtigung, wenn in dem Angebot jeweils alle Mitglieder benannt sind und ein Mitglied als uneingeschränkt bevollmächtigter Vertreter für den Abschluss und die Durchführung des Vertrages benannt ist. Außerdem müssen sich die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft für alle im Zusammenhang mit dem Vertrag entstehenden Verbindlichkeiten zur gesamtschuldnerischen Haftung verpflichten.

III.1.3. Technical and professional ability

List and brief description of selection criteria:

Vorzulegen sind:

- Kennblatt des Unternehmens bzw. aller Unternehmen einer Arbeits- oder Bietergemeinschaft mit Angabe des Firmennamens, kurzer Unternehmensdarstellung, der Rechtsform, der Anschrift, der Telefon- und Faxnummer, E-Mail-Adresse, USt.-ID Nr. und der Bankverbindung.
- Rechtsgültig unterschriebene Eigenerklärung des Anbieters gemäß Anlage „Eigenerklärung der Bieter“. Bei Arbeits- oder Bietergemeinschaften ist von jedem Mitglied und von jedem der Subunternehmer bzw. Unterauftragnehmer eine Eigenerklärung zu unterschreiben.
- Soweit personenbezogene Daten im Zusammenhang mit der Durchführung dieses Arbeitsverhältnisses durch den Bieter im Rahmen einer sog. Auftragsdatenverarbeitung verarbeitet werden, eine Beschreibung der technisch-organisatorischen Maßnahmen gemäß Anlage „Allgemeine Beschreibung der technischen und organisatorischen Maßnahmen nach Art. 32 Abs. 1 DS-GVO“

Darüber hinaus sind folgende Angaben zur Fachkunde zu machen:

- Stellen Sie anhand von 3 Referenzen (möglichst aus dem Tourismussektor, Projekte für Landesmarketing- und/oder Regionaltourismusorganisationen) Ihre Erfahrungen in den folgenden Bereichen dar:
 - Strategische Kampagnenplanung, Beratung und Konzeption (touristischer Marketingkampagnen) unter Einbeziehung digitaler sowie klassischer Medien (Mediamix),
 - Themenorientiertes Zielgruppenmarketing anhand von Persona-Modellen (z. B. Sinus-Milieus oder andere),
 - Zielgruppengerechte Kommunikation und Contenterstellung (z. B. Text, Bild, Video) sowie Ableitung und Umsetzung vorhandener Content Strategien,

- Kreativität, Gestaltung und grafische Umsetzung von Marketingkampagnen on- und offline sowie Ableitung und Umsetzung eines Corporate Design,
- Geben Sie den personellen Umfang des für die ausgeschriebene Leistung vorgesehenen Teams an (Projektteam) und beschreiben Sie kurz die Berufserfahrung des Projektteam-Personals.
- Sie sollten Zertifizierungen im Bereich Qualitätsmanagement vorweisen können z. B. ServiceQualität Deutschland, Nachhaltigkeitskonzepte oder andere Qualitätsmanagementzertifizierungen.

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Restricted procedure

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

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

Date: 01/12/2020 Local time: 12:00

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

Date: 08/12/2020

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: 01/03/2021

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.3. Additional information

Bekanntmachungs-ID: CXPDYD7Y5GP

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer Rheinland-Pfalz Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau

Town: Mainz

Country: Germany

VI.5. Date of dispatch of this notice

30/10/2020

