

Germany-Cologne: Marketing management consultancy services

OJ S 186/2023 27/09/2023

Contract notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Westdeutscher Rundfunk Köln

Postal address: Appellhofplatz 1

Town: Köln

NUTS code: DEA23 Köln, Kreisfreie Stadt

Postal code: 50667

Country: Germany

Contact person: Zentraler Einkauf

E-mail: eu-verfahrenscenter@wdr.de

Internet address(es):

Main address: www.wdr.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/CXP4YZG6W9L/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/CXP4YZG6W9L>

I.4. Type of the contracting authority

Body governed by public law

I.5. Main activity

Other activity: Medien

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Markenführung

Reference number: ZE 2023-110-02

II.1.2. Main CPV code

79413000 Marketing management consultancy services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Der WDR beabsichtigt für die Weiterentwicklung seines Marketings und Markenmanagements

ein neues Partnernetzwerk aufzustellen. Es werden zeitnah vier einzelne Rahmenverträge in den Wettbewerb gestellt.

II.1.5. Estimated total value

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.2. Description

II.2.2. Additional CPV code(s)

79416200 Public relations consultancy services, 79413000 Marketing management consultancy services, 79415200 Design consultancy services, 79822500 Graphic design services, 79340000 Advertising and marketing services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DEA23 Köln, Kreisfreie Stadt

II.2.4. Description of the procurement

Der WDR beabsichtigt für die Weiterentwicklung seines Marketings und Markenmanagements ein neues Partnernetzwerk aufzustellen. Es werden zeitnah vier einzelne Rahmenverträge in den Wettbewerb gestellt. In diesem Verfahren wird ausschließlich der Vergabegegenstand 1 "Markenführung" vergeben.

1. Markenführung

Übersetzung der Unternehmensstrategie in eine wirkungsvolle Markenführung für das Unternehmen

und die Angebote sowie die Vernetzung von Initiativen und Maßnahmen im Unternehmen sowie auf ARD-Ebene.

Für den hier ausgeschriebenen Leistungsgegenstand "Markenführung" wird eine Mindestabnahmemenge von 300 TEUR brutto pro Jahr für die Mindestvertragslaufzeit

von zwei Jahren garantiert. Das voraussichtliche Auftragsvolumen wird für regelmäßige Leistungen

auf ca. 450 TEUR brutto pro Jahr geschätzt. Zusätzlich stehen weitere Projektbudgets für ergänzende

Maßnahmen zur Verfügung.

Weitere Einzelheiten ergeben sich aus der Vergabeunterlagen inkl. Anlagen.

Die Ausschreibung der folgenden Vergabegegenstände erfolgt in drei separaten Ausschreibungen

in engem zeitlichen Zusammenhang mit dieser Ausschreibung.

2. Corporate und Experience Design

Übersetzung der Markenstrategien in ein begeisterndes, wirkungsvolles Markenerlebnis für die Nutzer:innen

3. Markenkommunikation intern und extern

Übersetzung der Markenstrategien in wirkungsvolle und kreative Kommunikationskonzepte mit messbarer Wirkung

4. Mediengestaltung, -produktion und -management

Kreative Mediengestaltung, Bildbearbeitung, Medienproduktion, Schnittstellen zu bestehenden und neuen Kommunikations- und Produktionspartnern, Produktionssteuerung sowie Beratung entlang des gesamten Medienerstellungsprozesses

Für die Vergabegenstände 2-4 werden jeweils ähnliche Abnahmemengen garantiert, wie in diesem

Vergabegegenstand 1.

Ausgangssituation und Ziele

In den letzten Jahren haben sich durch die vielfältigen technologischen und gesellschaftlichen Veränderungen die Erwartungen der Menschen an Medien und ihr Nutzungsverhalten grundsätzlich

gewandelt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sieht sich dabei einer Legitimationsdebatte gegenüber.

Der WDR begegnet diesen Herausforderungen mit einer konsequenten, zukunfts-gerichteten Strategie, die sich u.a. in einer weiterentwickelten Organisationsstruktur und Unternehmenskultur widerspiegelt.

Entsprechend der strategischen Ausrichtung des WDR als Teil der ARD werden sich damit auch

die Marke WDR und sein Marken- und Angebotsportfolio weiterentwickeln. Darüber hinaus haben

sich durch die Vielzahl neuer Kanäle und Angebote des WDR die Anforderungen an das Marketing

verändert und Aufwände vervielfacht. Die zahlreichen Veränderungen sind Anlass, das Marketing

und Markenmanagement beim WDR zu überprüfen und neu auszurichten. Hierbei werden zwei Kernziele verfolgt:

A. Optimierung der Wirkung der Marken des WDR im Kontext der ARD

B. Erhöhung der Effizienz des Marketings und Markenmanagements

Der WDR mit seinem Auftrag und seinen Angeboten für NRW soll gemäß den Anforderungen der

Gesellschaft im Sinne des öffentlich-rechtlichen Gedankens bestmöglich weiterentwickelt werden.

Die Stärken der Marken des WDR sollen kontinuierlich ausgebaut und konsequent für die Erreichung der unternehmerischen Ziele genutzt werden. Hierfür werden bestehende Grundlagen,

Strukturen, Prozesse und Instrumente im Marketing und Markenmanagement überprüft und entsprechend der Anforderungen des WDR zeitgemäß weiterentwickelt. Marketing und Markenmanagement

sollen so aufgestellt sein, dass die Leistungen so wirkungsvoll und effizient wie möglich erbracht werden können. Es ist wichtig, dass die zentrale Abteilung Marketing hierbei eng mit den Verantwortlichen für die Angebote sowie der Unternehmensstrategie zusammenarbeitet

und dass strategische und operative Initiativen und Maßnahmen gut ausbalanciert sind, damit die Handlungsfähigkeit des Bereichs kurz-, mittel- und langfristig sichergestellt ist.

II.2.5. Award criteria

Criteria below

Quality criterion - Name: Qualität der angebotenen Leistungen / Weighting: 50%

Price - Weighting: 50%

II.2.6. Estimated value

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

Start: 01/01/2024 End: 31/12/2025

This contract is subject to renewal: yes

Description of renewals:

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.1.1. Suitability to pursue the professional activity, including requirements relating to enrolment on professional or trade registers

List and brief description of conditions:

Der Bieter hat zu erklären, dass sein Unternehmen in das Berufs- oder Handelsregister bzw. bei ausländischen Bietern in ein vergleichbares Register eingetragen ist.

III.1.2. Economic and financial standing

List and brief description of selection criteria:

1. Betriebshaftpflichtversicherung

Der Bieter hat zu erklären, dass er als Unternehmen eine ausreichende Betriebshaftpflichtversicherung mit folgenden Mindest-Deckungssummen abgeschlossen hat bzw. im Falle der Auftragserteilung unverzüglich abschließen wird:

- Personenschäden 2.000.000,00 EUR
- Sachschäden 1.000.000,00 EUR
- allg. Vermögensschäden 100.000,00 EUR

und, dass die vorgenannten Mindestdeckungssummen mit jeweils mindestens einer zweifachen Maximierung pro Versicherungsjahr zur Verfügung stehen.

2. Umsatz des Unternehmens

Der Bieter hat den Gesamtumsatz des Unternehmens sowie den Umsatz aus Leistungen, die mit der zu vergebenden Gesamtleistung oder Teilen dieser Leistung inhaltlich vergleichbar sind, jeweils bezogen auf die letzten 3 Geschäftsjahre (2020 bis 2022 bzw. 2019 bis 2021, sofern die Umsatzzahlen aus 2022 noch nicht vorliegen), anzugeben.

3. Unternehmensstruktur / Betriebsstätte des Bieters

Der Bieter hat Angaben zur Unternehmensstruktur zu machen. Dies umfasst unter anderem die Organisationsstruktur, den Umfang der Dienstleistungspalette und die durchschnittliche jährliche Beschäftigtenzahl des Unternehmens.

III.1.3. Technical and professional ability

List and brief description of selection criteria:

Zum Nachweis der speziellen Eignungsanforderungen hat der Bewerber dem Teilnahmeantrag zusätzlich die im Folgenden genannten Unterlagen beizufügen bzw. Erklärungen abzugeben.

Referenzen

Dem Teilnahmeantrag sind drei Referenzen über früher ausgeführte, vergleichbare

Liefer- und Dienstleistungsaufträge aus den letzten höchstens fünf Jahren
- gerechnet ab Abgabe des Teilnahmeantrags - beizufügen. Eine Referenz kann nur dann berücksichtigt werden, wenn die im folgenden beschriebenen Leistungen (gemäß Ziffer 4.3.3) tatsächlich im vorgenannten Zeitraum erbracht wurden.

Eine der eingereichten Referenzen muss mindestens acht der Leistungsanforderungen (Punkte A-L) erfüllen, unabhängig davon, ob es sich um A- oder BKriterien handelt.

Die A-Kriterien (A - E, M - P, U, V) gemäß Ziffer 4.3.3 müssen in Summe von max. zwei Referenzen abgebildet werden.

Die Darstellung der Referenzen muss die folgenden Angaben enthalten:

- Name und Anschrift des/der Auftraggebers/in
- Möglichst Ansprechpartner:in des/der Auftraggebers/in mit Telefonnummer
- Branche
- Größe des Unternehmens des Referenzkunden (Mitarbeiterzahl)
- Dauer der Zusammenarbeit
- Involvierte Funktionsbereiche und Hierarchiestufen im Unternehmen des Referenzkunden
- Durchschnittlicher jährlicher Auftragswert
- Gesamtauftragswert
- Kurzbeschreibung des Referenzauftrages unter Angabe von
 - o Situation
 - o Aufgabe
 - o Vorgehen
 - o Ergebnis

und unter Angabe der im Referenzprojekt aus der Wertungsmatrix gemäß Ziffer 4.3.3 konkret erfüllten Punkte

- o Leistungen (A - L)
- o Erfahrungen (M - T)
- o Arbeitsweise (U - W)
- Teamvorstellung

Beschreibung des Projektteams, mit dem die Leistungen im Referenzprojekt über die Gesamtlaufzeit erbracht wurden (inkl. Anzahl, Funktionen und Qualifikationen, die für die Leistungserbringung notwendig sind) und Information darüber, ob diese Personen aktuell noch in Ihrem Unternehmen tätig sind.

Sollte ein Bieter mehr als drei Referenzen einreichen, wird der WDR dennoch nur drei Referenzen in die Wertung einbeziehen. Hierfür wird der WDR die drei Referenzen zugrunde legen, die einerseits die A-Kriterien, wie beschrieben, erfüllen und andererseits im Rahmen der Wertung die höchste Gesamtpunktzahl erreichen.

Angaben zu den Referenzen sind für jede der Referenzen in der beigefügten "Anlage - Referenzen" zu machen. Darüber hinaus hat der Bieter jedes Referenzprojekt in einer selbst zu erstellenden Anlage zu beschreiben. Die Darstellung je Referenzprojekt (Abbildung der Leistungen, Erfahrungen und Arbeitsweise) darf maximal fünf DIN A4 Seiten oder 10 PowerPoint Seiten in Form eines PDFs betragen. Die Anlagen sind mit dem Teilnahmeantrag einzureichen. Der WDR behält sich vor, die angegebenen Referenzen zu überprüfen. Die Überprüfung basiert allein auf den vom Bewerber gemachten Angaben. Der Bewerber hat insofern unbedingt auf die Vollständigkeit und Richtigkeit der von der Vergabestelle geforderten Angaben zu achten.

Sofern und, soweit der Bewerber auf Referenzen von Nachunternehmern zurückgreift, so sind nur solche Referenzen des Nachunternehmers zulässig, die inhaltlich mit dem Leistungsteil vergleichbar sind, den der Nachunternehmer konkret im Rahmen des Vergabegegenstands erbringen soll.

Teamvorstellung Unternehmen

Es ist die Anlage "Teamvorstellung Unternehmen" auszufüllen und dem Teilnahmeantrag beizufügen, die darstellt, dass das Unternehmen insgesamt die Mindestanforderung X - Z gemäß Ziffer 4.3.3 erfüllt. Im Übrigen werden die Angaben der Wertung unterzogen gemäß den Wertungskriterien ZZ - ZX. Es dürfen nur festangestellte Mitarbeitende berücksichtigt werden. Jede Person darf jeweils nur einer Kategorie zugeordnet werden.

Bewertung der Eignungskriterien

Die eingereichten Referenzen werden jeweils anhand folgender Kriterien bewertet:

- o Leistungen (A - L)
- o Erfahrungen (M - T)
- o Arbeitsweise (U - W)

Die separat eingereichte Teamvorstellung gemäß Ziffer 4.3.2 (Anlage "Teamvorstellung Unternehmen") des Bewerbers wird anhand folgender Kriterien bewertet:

- o Team (X - ZX)

Die konkreten Aspekte sowie die Bewertungspunkte sind in der Wertungsmatrix (s.u.) enthalten. Es können maximal 40 Punkte erreicht werden.

Die fünf Bewerber mit den meisten Bewertungspunkten werden zur Angebotsabgabe aufgefordert.

Im Falle identischer Bewertungspunkte auf dem Platz 5, wird der Teilnahmeantrag weiter berücksichtigt, der mit einer einzelnen Referenz die höchste Wertungspunktzahl erreicht hat. Bei wiederum gleicher Wertungspunktzahl entscheidet das Los.

Kriterien A = Unabdingbare Eignungskriterien

Die unter "Kriterien A" aufgeführten Kriterien sind unabdingbar. Sie sind in Summe von maximal zwei der eingereichten Referenzen zu erfüllen. Wird ein AKriterium nicht eindeutig erfüllt, wird der Teilnahmeantrag nicht berücksichtigt.

Kriterien B = Bewertete Eignungskriterien

Die unter "Kriterien B" aufgeführten Kriterien werden der Wertung unterzogen. Sofern in einem Referenzprojekt die in der Bewertungsmatrix beschriebenen Aspekte umgesetzt wurden und sich dies aus der entsprechenden Beschreibung der Referenzprojekte ergibt, werden die in der Bewertungsmatrix genannten vollen Punkte vergeben. Wird ein Kriterium nicht erfüllt, werden 0 Punkte vergeben. Es werden zunächst die Punkte jedes Referenzauftrages zu einer Gesamtpunktzahl addiert.

Die Wertungspunkte werden jeweils nur einmal vergeben. Das bedeutet, dass die Punkte der folgenden Wertungsmatrix auch nur dann einmal vergeben werden, wenn sie von mehreren Referenzen erfüllt wurden. Dem WDR kommt es dementsprechend nicht darauf an, dass ein Bewerber ein Wertungskriterium mehrfach im Rahmen verschiedener Referenzprojekte nachweisen kann, sondern darauf, dass eine große Varietät erkennbar ist.

Wertungsmatrix:

Leistung - Kriterien A

A : Entwicklung und Implementierung von Markenstrategien für Unternehmen und ihre Angebote

B. Entwicklung und Implementierung von Instrumenten für eine wirkungsorientierte Markenführung

C: Entwicklung und Implementierung von Prozessen und Strukturen für eine wirkungsorientierte Markenführung

D: Weiterentwicklung von Angebotsstrukturen und Markenarchitekturen, inkl. Instrumente für die Verortung der Angebote in der Markenarchitektur

Leistung - Kriterien B

F: Ableitung von kennzahlenbasierten Markenzielen / Wirkungszielen aus der Unternehmensstrategie

G: Entwicklung von Instrumenten für die kennzahlenbasierte Messung der Leistung von Marken bzw. ihrer Beiträge zum Unternehmenserfolg entsprechend der Unternehmensstrategie

H: Entwicklung von Prozessen und Strukturen für die kennzahlenbasierte Messung der Leistung von Marken bzw. ihrer Beiträge zum Unternehmenserfolg entsprechend der Unternehmensstrategie

I: Entwicklung von Instrumenten und Prozessen für ein zielgerichtetes Portfoliomanagement

J: Entwicklung und Vermittlung von einfach anwendbaren Instrumenten und Prozessen für die Markenführung für interne Fachbereiche

K: Entwicklung und Vermittlung von einfach anwendbaren Instrumenten und Prozessen für die Markenführung für externe Design- und Kommunikationspartner:innen

L: Berücksichtigung von markenrechtlichen Aspekten bei der Markenentwicklung, z.B. systematischer Einsatz von Recherche-Instrumenten

Erfahrung - Kriterien A

M: Zusammenarbeit mit Organisationen vergleichbarer Größe (mehr als 2.500 Mitarbeitende) über einen Zeitraum von mind. 3 Jahren

N: Zusammenarbeit mit Organisationen mit einer dominanten Dachmarke und verschiedenen Angebotsmarken mit unterschiedlicher Nähe zur Dachmarke sowie dezentralen Verantwortungs- und Entscheidungsstrukturen über einen Zeitraum von mind. 3 Jahren

O: Entwicklung von Markenstrategien in Zusammenarbeit mit der Unternehmensführung von Unternehmen mit mehr als 2.500 Mitarbeitenden

P: Entwicklung und Implementierung von Markenstrategien in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Fachbereichen

Erfahrung - Kriterien B

Q: Begleitung von unternehmerischen Transformationsprozessen aus der Markenperspektive über einen Zeitraum von mind. 3 Jahren

R: Weiterentwicklung der Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Bereichs Marketing während der Transformationsprozesse von Unternehmen

S: Zusammenarbeit mit Medienunternehmen (Bereich Medien = ein Unternehmen, das publizistische Medien betreibt bzw. Inhalte verbreitet durch Presse, Rundfunk, Film, Musik und Online-Inhalten)

T: Zusammenarbeit mit öffentlichen Unternehmen

Arbeitsweise - Kriterien A

U: Konsequente Anwendung von Instrumenten, Strukturen und Prozessen für die Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber, z.B. Rollen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten sowie Projektübersichten mit kontinuierlichem Reporting

V: Systematische Feedbackprozesse zur Überprüfung der Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber und Anpassung von Arbeitsprozessen und -ergebnissen

Arbeitsweise - Kriterien B

W: Wirkungsorientierung durch Ausrichtung an Erfolgsgrößen und
Erfolgskennzahlen, inkl. kontinuierlicher Überprüfung der Zielerreichung

Team - Kriterien A

X: Mindestens 2 Berater:innen mit Hochschulabschluss und mindestens 7 Jahren Tätigkeit als
Strategieberater:in für Marken,
Unternehmen oder Organisationsentwicklung

Y: Mindestens 3 Berater:innen mit Hochschulabschluss und mindestens 5 Jahren Tätigkeit als
Strategieberater:in für Marken,
Unternehmen oder Organisationsentwicklung

Z: Mindestens 5 Berater:innen mit Hochschulabschluss und mindestens 3 Jahren Tätigkeit als
Strategieberater:in für Marken,
Unternehmen oder Organisationsentwicklung

Team Kriterien B

ZZ: Berater:innen haben abgeschlossene Hochschulabschlüsse in 2-
3 unterschiedlichen Fachrichtungen z.B. Betriebswirtschaft, Soziologie, Informatik, etc.

ZY: Oder Berater:innen haben abgeschlossene Hochschulabschlüsse
in 4-6 unterschiedlichen Fachrichtungen z.B. Betriebswirtschaft,
Soziologie, Informatik, etc.

ZX: Oder Berater:innen haben abgeschlossene Hochschulabschlüsse in sieben oder mehr
unterschiedlichen Fachrichtungen z.B. Betriebswirtschaft, Soziologie, Informatik etc.

Die Wertungspunkte für die Kriterien B sind der Teilnahmebroschüre zu entnehmen.

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: yes

IV.2. Administrative information

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

Date: 26/10/2023 Local time: 23:59

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

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

German

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.3. Additional information

Bekanntmachungs-ID: CXP4YZG6W9L

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer Rheinland

Postal address: Zeughausstraße 2-10

Town: Köln

Postal code: 50667

Country: Germany

Fax: +49 2211472889

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Der WDR weist darauf hin, dass ein Nachprüfungsantrag unzulässig ist, soweit

1. der Antragsteller den geltend gemachten Verstoß gegen Vergabevorschriften vor Einreichen des Nachprüfungsantrags erkannt und gegenüber dem WDR nicht innerhalb einer Frist von zehn Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Absatz 2 GWB bleibt unberührt,
2. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem WDR gerügt werden,
3. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem WDR gerügt werden,
4. mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des WDR, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind.

Weitere Einzelheiten können § 160 GWB entnommen werden.

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

Official name: die in Ziffer I.1) genannte Stelle

Town: Köln

Country: Germany

VI.5. Date of dispatch of this notice

22/09/2023