

Auftragsbekanntmachung & Leistungsanforderungen

*Native Content Tool zur Bewerbung der
themenspezifischen Webseiten des
Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern*

Abgabetermin: 29. Januar 2025 | 14:00 Uhr

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen weiblich, männlich und divers (w/m/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Aufforderung zur Abgabe eines Teilnahmeantrages (zum Verbleib beim Bieter/Auftragnehmer (AN) bestimmt):

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. (TMV) beabsichtigt, die unter Punkt 3 beschriebene Leistung zu vergeben. Sie werden gebeten, ein entsprechendes Teilnahmeantrages abzugeben.

1. Basisinformationen

1.1 Auftraggeber

Der TMV, im Folgenden auch als Auftraggeber (AG) bezeichnet, ist eine Gesellschaft des privaten Rechts und als solche beim Amtsgericht Rostock als eingetragener Verein registriert. Die Geschäftsstelle befindet sich in Rostock.

Haus- und Postadresse: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Konrad-Zuse-Str. 2
18057 Rostock

Geschäftsführer: Herr Tobias Weitendorf

<https://tmv.tourismus.mv>

1.2 Kontaktstelle beim Auftraggeber

Steve Kaufmann & Sebastian Hugo Scholz-Witzel

Telefon: 0381 4030 628

E-Mail: s.kaufmann@auf-nach-mv.de & s.scholz-witzel@auf-nach-mv.de

2. Termine, Fristen und Verfahrensweise

2.1 Art der Vergabe

Die Vergabe erfolgt im Rahmen einer beschränkten Ausschreibung mit Teilnahmewettbewerb gemäß den geltenden Vergaberichtlinien.

Die drei best, passendsten Bieter, die eine Eignung bestätigen können, werden einer Testkampagne durchlaufen mit den gleichen Einstellungen, Inhalten und Ausrichtungen, sowie Budgets, für die Wahl des besten Anbieters.

2.2 Teilnahme- und Bindefrist

Teilnahmeanträge sind mithilfe elektronischer Mittel in Textform bis zu nachfolgend genanntem Termin einzureichen:

Freitag, den 29. Januar 2025, 14:00 Uhr

Nicht fristgerecht eingereichte Teilnahmeanträge werden nicht berücksichtigt.

Die Einreichung des Teilnahmeantrages erfolgt per Mail an die unter 1.2. angegebene Kontaktadresse. Bitte verwenden Sie folgenden Betreff für die E-Mail: „**Teilnahmeantrag Native Ads**“.

Der Teilnahmeantrag sowie alle notwendigen Formblätter und Anlagen sind als Anhang oder via Downloadlink zu übersenden und dürfen nicht im regulären E-Mail-Text enthalten sein. Im Falle eines Downloadlinks ist die Verfügbarkeit bis zum **28. Februar 2025** sicherzustellen.

Der Bieter erklärt mit Abgabe seines Teilnahmeantrages, sich an diesen bis zum **28. Februar 2025** gebunden zu halten.

2.3 Änderungen, Ergänzungen und Erläuterungen

Soweit Erläuterungen zur besseren Beurteilung des Teilnahmeantrages erforderlich erscheinen, können sie dem Teilnahmeantrages auf gesonderter Anlage beigelegt werden. Änderungen des Bieters an seinen Unterlagen müssen zweifelsfrei sein.

2.4 Voraussichtlicher Ablauf der Vergabe

Folgender Ablauf ist vorgesehen:

- Teilnahmeantragsfrist: 29. Januar 2025 bis 14:00 Uhr
- Bindefrist: 28. Februar 2025
- Zuschlagserteilung: vsl. 26. Februar 2025
- Auftragsbeginn: vsl. 26. Februar 2025

Die hier aufgeführten Termine für den Zuschlag und den Auftragsbeginn sind voraussichtliche Termine, auf deren Einhaltung durch den TMV kein Anspruch durch den Bieter besteht. Der TMV behält sich vor, den Auftrag aufgrund nicht vorhersehbarer Sachverhalte bzw. bei Nichteignung der eingehenden Teilnahmeanträge nicht zu vergeben.

2.5 Bieteranfragen

Bestehen nach Auffassung eines Bieters in der Bekanntmachung und/oder den vom TMV bereitgestellten Unterlagen Unklarheiten, Lücken, Widersprüche oder sonstige Bedenken, so sind diese dem TMV, z. Hd. der angegebenen Kontaktstelle, unverzüglich, spätestens jedoch bis zum **24. Januar 2025 12:00 Uhr**, in Textform mitzuteilen. Der TMV wird Bieteranfragen per E-Mail beantworten und sofern die Antwort für alle angefragten Unternehmen relevant ist, ihnen diese zur Verfügung stellen. Antworten auf Bieterfragen, die einen Einfluss auf die unter Punkt 3 gemachten Angaben haben, werden Vertragsbestandteil.

2.6 Bietergemeinschaft

Im Rahmen dieses Vergabeverfahrens wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Bietergemeinschaften ausgeschlossen sind. Die Bewerbung sowie die Abgabe eines Angebots dürfen ausschließlich durch einzelne Unternehmen erfolgen. Ziel ist es, eine klare Verantwortungsstruktur zu gewährleisten und die Durchführung des Projekts zu vereinfachen. Angebote von Bietergemeinschaften werden daher nicht berücksichtigt.

3. Leistungsbeschreibung und Auftragsausführung

3.1 Ausgangslage

Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern (TMV) verfolgt das Ziel, die vielfältigen touristischen Angebote und einzigartigen Erlebnisse der Region zielgerichtet zu kommunizieren und potenzielle Gäste zu inspirieren. Dabei steht die Ansprache von individuellen Zielgruppen mit ihren spezifischen Interessen und Bedürfnissen im Vordergrund.

Der Content (Text, Foto, Video) wird digital auf den Webseiten des TMVs dargestellt, um zukünftige Besucher zu animieren Mecklenburg-Vorpommern zu bereisen.

3.2 Leistungsverzeichnis und Ausführungsbedingungen - Voraussetzungen

Um die Native Ads Kampagnen des Tourismusverbands Mecklenburg-Vorpommern (TMV) erfolgreich umzusetzen, werden folgende Leistungsanforderungen an den Anbieter gestellt:

1. Mindestbuchungs-Budget

- Das Native Ads Tool muss eine flexible Budgetplanung ermöglichen, wobei das Mindestbuchungs-Budget pro Kampagne nicht höher als 700,- Euro sein darf. (Dies darf nicht auf einen Zeitraum eingeschränkt sein.) Bestenfalls gibt es kein Mindestbuchungsbudget.
- Es muss sichergestellt sein, dass sowohl kleinere Kampagnen mit einem geringen Budget ab 700,- Euro, als auch groß angelegte Marketingaktionen möglich sind.

2. Kampagnenziele

- Das Tool zur Kampagnen- /Anzeigenerstellung muss die Definition und Messung von spezifischen Kampagnenzielen unterstützen, wie z. B.:
 - **Erhöhung der Markenbekanntheit** (... für Mecklenburg-Vorpommern)
 - **Traffic-Generierung** (für themenbezogene Landingpages (z. B. Aktiver Urlaub, Familienurlaub))
 - **Conversion-Steigerung**, (z. B. Kontaktanfragen oder Newsletter Anmeldungen)
- Es muss möglich sein, diese Ziele datenbasiert zu tracken und Reportings bereitzustellen mit den marktüblichen Kennzahlen (Reichweite, Impressionen, Linkclicks, CPC, CTR, CPM, Conversions, Budget, Laufzeit, Format)

3. Anzahl Publisher

- Das Tool muss reichweitenstarke **Publisher-Plattformen** abdecken, die für die Zielgruppen des TMV relevant sind (z. B. reichweitenstarke Reise- und Freizeitportale, regionale Medien oder themenspezifische Webseiten).
- Eine breite Auswahl an hochwertigen Publishern ist erforderlich, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen.

4. Auslands Publisher

- Es muss die Möglichkeit bestehen, Native Ads in Auslandsmärkten (explizit in den europäischen Ländern **Polen, Niederlande, Österreich, Schweiz, Dänemark, Schweden, Norwegen**) zu schalten. Dies bezieht sich auf die neue internationale Marktstrategie des TMVs mit seinen Pool-Partnern. Die Strategie ist auf die nächsten Jahre festgelegt mit den genannten Quellmärkten und eine Bedingung bei Kampagnenschaltung.

5. Eigenes Frontend

- Das Tool muss ein **eigenes, nutzerfreundliches Frontend** bereitstellen, das dem TMV eine eigene Erstellung, Steuerung, Analyse und Optimierung der Kampagnen ermöglicht.
- Die Benutzeroberfläche muss intuitive Dashboards und Echtzeit-Reporting enthalten für aufschlussreiche Auswertungen.
- Das Einstellen, Bearbeiten und Kontrollieren Anzeigen muss durch den TMV eigenständig abgewickelt werden können ohne Agenturunterstützung.

6. Anzahl Werbeformate

- Das Native Ads Tool muss verschiedene Werbeformate unterstützen, darunter:
Text-Bild-Kombinationen | Video-Ads | Carousel-Formate
- Mindestens diese **3 unterschiedlichen Formate** müssen verfügbar sein, um flexibel auf die Kampagnenziele eingehen zu können.

7. Rechnung

- Die Abrechnung muss transparent und nachvollziehbar sein.
- Es wird erwartet, dass eine monatliche Sammelrechnung bereitgestellt wird, die die Kampagnenausgaben nach Zeitraum aufschlüsselt.
- Rechnungen sollen elektronisch im gängigen Format (z. B. PDF) übermittelt werden.
- Die Abrechnung darf nicht mit Vorkasse erfolgen.
- Die Abrechnung erfolgt mit Überweisung oder Bankeinzug. Sie kann nicht mit Kreditkarte beglichen werden.

Diese Leistungsanforderungen bilden die Grundlage und Voraussetzung für die Vergabe und sichern eine effiziente und zielgerichtete Nutzung von Native Ads für die Kommunikationsziele des TMV.

3.3 Laufzeit/Umsetzungszeitraum (und voraussichtliches Auftragsvolumen)

Die Leistung soll ab 26.02.2025 zunächst für 9 Monate (31.12.2025) vergeben werden; mit der Option zweier Verlängerungen um jeweils weitere 12 Monate. Die maximale Vertragslaufzeit soll 33 Monate (bis 31.12.2027) betragen.

Das **maximal geschätzte Auftragsvolumen beträgt 200.000 € netto** und ist auf das Jahr der initialen Laufzeit ausgelegt. Wird das Budget innerhalb dieses Jahres nicht vollständig ausgeschöpft, kann das verbleibende Restbudget in den Jahren der Verlängerung verwendet werden. Die maximale Auftragssumme von 210.000 € netto bleibt jedoch verbindlich und darf auch bei Verlängerung nicht überschritten werden.

Sobald das maximale Budget von 210.000 € erreicht ist, endet die Rahmenvereinbarung automatisch, ohne dass es einer gesonderten Kündigung bedarf.

3.4 Allgemeine Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen

Die VOL/B werden Vertragsbestandteil. Anderslautende AGBs der Bieter erlangen keine Wirkung.

Der Auftraggeber behält sich vor, innerhalb einer Kampagne der Bewerbungslaufzeit notwendige Anpassungen vorzunehmen, um auf aktuelle Marktanforderungen und strategische Ziele flexibel reagieren zu können.

4. Eignungsanforderungen

Der AG erwartet von dem AN zur zielführenden und wirtschaftlichen Zusammenarbeit, umfassende Fachkunde zu den unter Punkt 3 aufgeführten Leistungen zu haben. Nicht geeignete Bieter werden ausgeschlossen. Geeignet ist, wer die erforderliche Leistungsfähigkeit unter Punkt 3 aufweist und diese schriftlich bestätigen kann.

5. Teilnahmeanforderungen

5.1 Ablauf der Teilnahmewertung

Die Teilnahmeanträge werden anhand der Vergabekriterien bewertet. Der Zuschlag wird dem leistungsfähigsten und am besten optimierten Biertool erteilt. Die Bewertung erfolgt anhand der unter Punkt 5.2 dargestellten Punkte.

Die maximal besten drei Anbieter durchlaufen eine Testkampagne, welche in Punkt 5.2 weiter definiert ist. Findet sich nur ein Anbieter der die gewünschten Anforderungen erfüllt, erhält dieser den Zuschlag und es wird keine Testkampagne durchgeführt.

5.2 Teilnahmewertung

Im **ersten Schritt** werden die unter Punkt 3.2 aufgeführten Leistungen geprüft, ob diese erbracht werden können. Diese müssen durch den Anbieter bestätigt werden:

- **Kein Mindestbuchungsbudget für Kampagnen**
- **Publisher im Ausland:** Werden die geforderten internationale Publisher abgedeckt?
- **Eigenes Frontend:** Bietet der Anbieter ein eigenes Frontend für die Buchung, Steuerung und Analyse der Kampagnen – so dass die TMV-Mitarbeiter selbst alle Kampagnen anlegen und steuern können ohne Agenturhilfe
- **Abrechnungsmodell (Rechnung)**

Im **zweiten Schritt** wird nach den folgenden Kriterien entschieden, welcher Anbieter in die engere Auswahl kommt. **Hierzu muss der Anbieter die geforderten Informationen mit einreichen:**

- Anzahl der Publisher in Deutschland (Auflistung welche Publisher)
- Anzahl der Publisher international (Auflistung welche Publisher und welches Zielland)
- Anzahl der Werbeformate

Bei der Ermittlung des wirtschaftlichsten Teilnahmeantrages werden Kriterien und Gewichtungen nach der untenstehenden Bewertungsmatrix angewendet. Dabei werden am Ende die maximal drei besten Anbieter einem Testlauf unterzogen. Bei dem Testlauf werden die identischen Kampagneneinstellungen festgelegt.

1. Budget: 700,- Euro
2. Testlaufzeit: 10 Tage
3. Zielmarkt: Deutschland
4. Content: Display-Ad mit 2 Bildern, werden mit der gleichen Headline aufgesetzt
5. Ziel: Traffic auf die Startseite auf-nach-mv.de

Die Testkampagne wird durch den AG eigenständig aufgesetzt. Hierbei steht in einem gemeinsamen Termin der AN zur Verfügung, um das Native Ad Tool zu erklären und um eine reibungslose Umsetzung für den AG zu gewährleisten.

Nach Ablauf der Testlaufzeit werden folgende Ergebnisse/Daten ausgewertet und der Anbieter gewinnt mit ...

- ... den meisten Linkclicks
- ... dem geringsten CPC (Cost Per Click)

Sollten die Ergebnisse identisch sein, gewinnt der Anbieter mit den meisten Impressionen. Die Auswertung sollte eigenständig durch den AG über das eigene Native Ad Tool des AN erfolgen. Voraussetzung dafür ist der freie Zugang (durch Log In) durch den AG.

Die **Zuschlagskriterien** für die Anbieter, die für eine Testkampagne in die engere Auswahl kommen, werden anhand von Wertungspunkten bewertet. Es werden 0 bis 5 Wertungspunkte (WP) je Kriterium vergeben. Die pro Zuschlagskriterium erreichten Wertungspunkte werden jeweils mit dem zugehörigen Gewichtungsfaktor multipliziert und die so ermittelten Produkte addiert, wobei insgesamt 500 Punkte erreicht werden können.

Bewertungsmatrix

Pos.	Zuschlagskriterium	Gewichtung	Erreichbare Wertungspunktzahl	Wertungspunkte Bewertet wird die Qualität der Leistungen entsprechend den nachfolgenden Kriterien, welche von dem Anbieter mit eingereicht werden.
1	Anzahl der Publisher in Deutschland	60 %	0-5	Das Tool sollte ein breites Spektrum an Publisher-Plattformen in Deutschland abdecken, die für die Zielgruppen des TMV relevant sind (z. B. reichweitenstarke Reise- und Freizeitportale und regionale Medien). Eine breite Auswahl an Publishern ist erforderlich, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Anbieter mit den meisten Publishern in Deutschland erhalten die höchste Punktezahl.
2	Anzahl an Publishern international	40 %	0-5	Das Tool sollte ein gutes Spektrum an Publisher-Plattformen in den gewünschten internationalen Märkten abdecken, die für die Zielgruppen des TMV relevant sind (z. B. reichweitenstarke Reise- und Freizeitportale, regionale Medien). Eine breite Auswahl an Publishern ist erforderlich, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Anbieter mit den meisten internationalen Publishern erhalten die höchste Punktezahl.

Die Zuschlagskriterien werden anhand von Wertungspunkten bewertet. Es werden 0 bis 5 Wertungspunkte (WP) je Kriterium vergeben. Die pro Zuschlagskriterium erreichten Wertungspunkte werden jeweils mit dem zugehörigen Gewichtungsfaktor multipliziert und die so ermittelten Produkte addiert, wobei insgesamt 100 Punkte erreicht werden können.

Die Wertungspunkte werden für jedes Zuschlagskriterium danach vergeben, inwieweit der jeweilige Teilnahmeantrag die jeweiligen Anforderungen an den Verwendungszweck der Leistung erfüllt. Hierbei gilt:

- 0 Punkte = Es liegen keine Publisher vor
- 1 Punkt = Es liegt 1 bis 30 Publisher vor
- 2 Punkte = Es liegen 31 bis 100 Publisher vor
- 3 Punkte = Es liegen 101 bis 300 Publisher vor
- 4 Punkte = Es liegen 301 bis 500 Publisher vor
- 5 Punkte = Es liegen mehr als 501 Publisher vor

6. Weitere Informationen

6.1 Kostenerstattung

Für den entstandenen Aufwand wird hinsichtlich der vollständig eingereichten Unterlagen keine Aufwandsentschädigung gezahlt.

6.2 Antikorruptionsrichtlinie

Gemäß der Richtlinie der Bundesregierung zur Korruptionsprävention in der Bundesverwaltung vom 30. Juli 2004 erklärt sich der Bieter bereit, seine Beschäftigten, die bei der Leistungserstellung mitwirken, nach dem Verpflichtungsgesetz auf die gewissenhafte Erfüllung ihrer Obliegenheiten aus dem Auftrag zu verpflichten.

6.3 Datenschutzklausel

Die von den Bietern erbetenen personenbezogenen Angaben werden im Rahmen des Vergabeverfahrens verarbeitet und gespeichert. Näheres zu der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten finden Sie in unserer Datenschutzerklärung (<https://tmv.tourismus.mv/datenschutz>).

6.4 Weitere Einzureichende und auszufüllende Formulare

Mit der Abgabe des Teilnahmeantrages und der Einreichung der geforderten Nachweise / Bestätigungen der Leistungen unter Punkt 5.2, sind weitere Formblätter auszufüllen und mit einzureichen:

- **Formblatt 2 – Tariftreue**
- **Formblatt 3 – Mindestlohn**
- **Anlage 4 - Ausschlussgründe**