



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

CROSS-MEDIA-MARKETING-KAMPAGNE II FÜR DIE GESUNDHEITS- UND PFLEGEBERUFE IM KONTEXT DER „KARRIEREMESSE: PFLEGE UND GESUNDHEIT“ IN ROCKENHAUSEN

ANSPRECHPARTNERIN BEI RÜCKFRAGEN:

LAG Donnersberger und Lautrer Land e.V. | Uhlandstr. 2 | 67292 Kirchheimbolanden

LEADER-Regionalmanagement Donnersberger und Lautrer Land

Stefanie Heller | Tel.: 06352-710 125 | sheller@donnersberg.de



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

TEIL A: BEWERBUNGSBEDINGUNGEN

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeine Ausschreibungsbedingungen	3
2. Leistungsumfang	3
3. Auftraggeber und Zuschlag erteilende Stelle	3
4. Fristen	3
5. Abgabeformalitäten	4
6. Anzahl und Umfang der einzelnen Lose	5
7. Verhandlungs- und Vertragssprache	5
8. Eignungsnachweise	5
9. Unterauftragnehmer/Nachunternehmer/ Bietergemeinschaften	6
10. Berichtigung, Ergänzung oder Änderung des Angebotes	6
11. Übertragung von Nutzungsrechten	7
12. Verschwiegenheit / Veröffentlichung	7
13. Rückgabe der Unterlagen	7
14. Anerkennung der Ausschreibungsbedingungen	7
15. Bewertung der Angebote	7
16. Kosten	8
17. Bewertungs- und Zuschlagskriterien	8



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

1. Allgemeine Ausschreibungsbedingungen

Die Ausschreibungsunterlagen (Teil A und B) enthalten die Informationen, die zur Erstellung eines bedarfsgerechten Angebotes erforderlich sind. Die Erläuterungen zur Realisierung sind in den Vertragsunterlagen (Teil B) enthalten.

2. Leistungsumfang

Entsprechend der Ausschreibungsunterlagen Teil B Vertragsunterlagen.

3. Auftraggeber und Zuschlag erteilende Stelle

LAG Donnersberger und Lautrer Land e.V.

c/o Kreisverwaltung Donnersbergkreis

1. Vorsitzender: Landrat Rainer Guth | Umlandstr. 2 | 67292 Kirchheimbolanden

Ansprechpartnerin bei Rückfragen:

Stefanie Heller

LEADER-Regionalmanagement

Umlandstr. 2 | 67292 Kirchheimbolanden | Tel.: 06352-710 125 | sheller@donnersberg.de

4. Fristen

Anfang September 2019:

Hinweis auf Veröffentlichung in den Mitteilungsblättern der Landkreise Kaiserslautern und Donnersbergkreis

04. September 2019:

Veröffentlichung aller Ausschreibungsunterlagen auf den Homepages der Landkreise Kaiserslautern und Donnersbergkreis sowie der LAG Donnersberger und Lautrer Land

www.kaiserslautern-kreis.de

www.donnensberg.de

www.donnensberger-lautrerland.de

04. Oktober 2019, 9:00 Uhr:

Abgabe des Angebotes

04. Oktober 2019, 10:00 Uhr:

Eröffnungstermin (Bieter sind nicht zugelassen)



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

10. Oktober 2019: Mitteilung an die Bieter, die keinen Zuschlag erhalten werden
11. Oktober 2019: Zuschlags- und Auftragserteilung (vorbehaltlich einer Förderzusage durch die Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion)

Die Frist zur Einreichung des Angebotes ist verbindlich. Die übrigen genannten Termine basieren auf internen Planungen und sind unverbindlich. Sie dienen lediglich der Information des Bieters.

5. Abgabeformalitäten

Zugelassen sind nur schriftliche Angebote in deutscher Sprache, die mit „Ausschreibung der LAG Donnersberger und Lautrer Land e.V., nicht öffnen!“ auf dem verschlossenen Umschlag gut sichtbar zu kennzeichnen sind. Das Angebot einschließlich sämtlicher Unterlagen ist einfach mit jeweils rechtsverbindlicher Unterschrift bei folgender Adresse einzureichen:

*LAG Donnersberger und Lautrer Land e.V.
c/o Kreisverwaltung Donnersbergkreis
Frau Stefanie Heller
Uhlandstraße 2
67292 Kirchheimbolanden*

Angebote, die verspätet eingegangen sind, werden nicht berücksichtigt. Das Risiko des Nichteingangs oder des verspäteten Eingangs trägt der Bewerber. Eine elektronische Übermittlung des Angebots wird nicht akzeptiert.

Mit der Einreichung und Unterzeichnung der Angebotsunterlagen versichert jeder Bieter für seine Leistung und sein Unternehmen, dass

- die Ausschreibungsunterlagen vollständig sind
- die Ausschreibung verständlich und eindeutig ist
- er die Ausschreibung ohne Einschränkung durch seine Unterschrift als maßgeblichen Vertragsbestandteil rechtsverbindlich anerkennt.



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

Hinweis: Für die Erstellung des Angebots wird keine Vergütung gewährt.

6. Anzahl und Umfang der einzelnen Lose

Die Gesamtleistung bildet ein Los.

7. Verhandlungs- und Vertragssprache

Verhandlungs-, Vertrags- und Ausführungssprache ist deutsch.

8. Eignungsnachweise

Als Voraussetzung der Auftragsvergabe muss der Bieter seine Fachkunde, Leistungsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Gesetzestreue nachweisen. In der Regel sind dazu Eigenerklärungen ausreichend. Die Eignung des Bewerbers muss durch folgende Unterlagen belegt werden:

- Erklärung, dass die zur Erfüllung des Auftrages eingesetzten Personen nicht die „Technologie von L. Ron Hubbard“ anwenden, lehren oder in sonstiger Weise verbreiten.
- Erklärung, dass das Landestariftreuegesetz-LTTG-vom 01.12.2010 (GVBl. 2010 Nr. 20, S.426) in der geltenden Fassung beachtet wird (Download Mustererklärung unter www.lsjv.rlp.de/arbeit-und-qualifizierung/landestariftreuegesetz-lttg/mustererklaerungen/).
- Kurzdarstellung des Beraterteams (insbesondere institutionelle Struktur, Rechtsform, Gründungsjahr, Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt der letzten drei Geschäftsjahre, Kontaktdaten des Ansprechpartners)

Zum Nachweis der Leistungsfähigkeit sind durch den Bieter folgende Angaben zu treffen, die sich darauf beziehen, was der Bieter im Falle der Zuschlagserteilung beabsichtigt einzusetzen:



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

- Sendegebiet
- Angaben zur Anzahl der erreichten Hörer
- Altersstruktur der Hörschaft

Der Nachweis der fachlichen Eignung des Bieters ist durch eine glaubhafte Darstellung von bereits erbrachten und vergleichbaren Leistungen, die im Zusammenhang mit nachfolgenden Themenbereichen standen, zu erbringen. Dabei ist die Angabe von mindestens zwei Referenzen wünschenswert:

- Marketing im Karrierebereich über Spots, Infomercials
- Marketing im Karrierebereich über mobilfähige Internetseite
- Marketing im Karrierebereich über Social Media (insbesondere Facebook)

Zudem sind eine Meilensteinplanung und ein Zeitplan in tabellarischer Form vorzulegen.

9. Unterauftragnehmer/Nachunternehmer/ Bietergemeinschaften

Unterauftragnehmer, Nachunternehmer und Bietergemeinschaften sind nicht zulässig.

10. Berichtigung, Ergänzung oder Änderung des Angebotes

Berichtigungen, Ergänzungen oder Änderungen können bis zum Abgabetermin des Angebots schriftlich vorgenommen werden. Sie sind als solche zu kennzeichnen und schriftlich in einem verschlossenen Umschlag an die genannte Stelle zu richten.



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

11. Übertragung von Nutzungsrechten

Der Auftragnehmer überträgt exklusiv sämtliche Rechte an vorbezeichnetem Werk für alle Nutzungsarten (insbesondere, aber nicht nur die urheberrechtlichen Nutzungsrechte, Leistungsschutzrechte, etc.) auf den Auftraggeber.

12. Verschwiegenheit / Veröffentlichung

Der Bieter hat - auch nach Beendigung der Angebotsphase - über die ihm bei der Ausschreibung bekannt gewordenen Angelegenheiten Verschwiegenheit zu bewahren. Die Ausschreibungsunterlagen dürfen nur zur Erstellung eines Angebotes verwendet werden. Jede Veröffentlichung (auch auszugsweise) oder eine Weitergabe an Dritte ist unzulässig. Der Bieter hat hierzu auch die bei der Erstellung des Angebots beschäftigten Mitarbeiter und entsprechende Auftragnehmer zu informieren und zu verpflichten.

13. Rückgabe der Unterlagen

Eingereichte Unterlagen werden nicht zurückgegeben und nach der Vergabe vernichtet.

14. Anerkennung der Ausschreibungsbedingungen

Mit der Abgabe des Angebots werden die vorliegenden Bedingungen der Ausschreibung verbindlich anerkannt und zugleich der vollumfängliche Ausschluss unternehmenseigener AGB erklärt.

15. Bewertung der Angebote

Die Bewertung der Angebote erfolgt auf der Grundlage einer Leistungs- und Kostenbewertung. Die Bewertungs- und Zuschlagskriterien ergeben sich im Detail aus Nummer 17.



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

16. Kosten

Die Kostenschätzung soll durch den Bieter anhand der Darstellung und Ausweisung der einzelnen Bausteine erfolgen. Die Preise sind inklusive der Mehrwertsteuer zu verstehen. Ferner wird gewünscht, dass die angebotenen Bausteine mit den entsprechend kalkulierten Arbeitsstunden bzw. –tagen hinterlegt werden.

Der Bieter benennt alle sonstigen Nebenkosten und weist Pauschalen für etwaigen Mehraufwand aus.

Die Rechnungsstellung erfolgt nach der Ausstrahlung der Radiospots und Informacials.

17. Bewertungs- und Zuschlagskriterien

Die Auswahl des Bieters erfolgt nach den Brutto-Gesamtkosten.

Die Auftragsvergabe ist vorbehaltlich einer Förderzusage durch das EU-Förderprogramm LEADER.

TEIL B: LEISTUNGSBESCHREIBUNG

1. Hintergrund

Die Lokale Aktionsgruppe (LAG) Donnersberger und Lautrer Land e.V. steuert den LEADER-Umsetzungsprozess in der gleichnamigen LEADER-Region. Vor dem Hintergrund voranschreitender Entwicklungstrends sowie deren Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt möchte die LAG zur zukunftsfähigen Entwicklung der Region beitragen. Hierzu bedarf es aus Sicht der LAG Donnersberger und Lautrer Land einer Cross-Media-Marketing-Kampagne II im Kontext der Karrieremesse Pflege und Gesundheit, die jährlich in Rockenhausen stattfindet. Im Zeitraum 2016-2019 wurde bereits ein sehr ähnliches Format (Cross-Media-Marketing-Kampagne).

Bei der ersten Kampagne hat sich das Instrument der Cross-Media-Marketing-Kampagne bereits als erfolgreich erwiesen, weshalb eine Fortführung anzustreben ist. Zum einen wurde durch die unterschiedlichen Werbekanäle eine Vielzahl von Menschen angesprochen, die somit auf die Messe aufmerksam wurden und diese besucht haben. Zum anderen hat sich die Messe in der Vergangenheit zu einer Plattform für Austausch und Information etabliert. Die Messe fungiert zudem als Netzwerk, in dem eine Vielzahl von Ehrenamtlichen tätig sind, die das Ziel verfolgen, die oftmals finanzschwachen Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen durch die Akquirierung von Fachpersonal und Werbemaßnahmen zu unterstützen. Die erfahrungsgemäß gute Annahme der Messe in den vergangenen Jahren ist auf die cross-mediale Werbung zurückzuführen. Im Gegensatz zu der ersten Kampagne sollen dieses Mal nicht die Politiker und Führungskräfte interviewt werden, sondern Auszubildende, Berufsrückkehrer oder Quereinsteiger aus den Gesundheits- und Pflegebereichen und wenn möglich, Besucher aus den vergangenen Jahren, die ihre dort gesammelten Eindrücke und Erfahrungen schildern. Somit ist die Auswahl der Interviewpartner neuartig. Durch diese Fokussierung sollen die Zielgruppen noch besser angesprochen werden, insbesondere dadurch, dass „Gleichgesinnte“ aus ihren Erfahrungen sprechen und für ihren Job werben.

2. Leistungsbeschreibung

Die Cross-Media-Marketing-Kampagne II wird in Verbindung mit der „Karrieremesse: Pflege und Gesundheit“ am 07.02.2020 umgesetzt.

Durch die Kampagne werden folgende Ergebnisse erwartet, was bereits durch die erste durchgeführte Kampagne bestätigt werden konnte:

- Imageverbesserung für Berufe aus dem Bereich Pflege und Gesundheit
- Steigerung der Anzahl an Bewerbern
- Erschließung des Fachkräftepotentials, auch über das Gebiet der LAG hinweg
- Erhöhung der Wertschöpfung
- Förderung von bestehenden Netzwerken
- Stärkung von Kooperationen

Bei der geplanten Kampagne im kommenden Jahr sind folgende Aspekte zu erbringen/erfüllen:

1. Sendegebiet und Zielgruppe

Das Sendegebiet des Bewerbers muss mindestens das Gebiet der LAG Donnersberger und Lautrer Land umfassen (www.donnensberger-lautrerland.de).

Es sollten an den Sendetagen mindesten 150.000 Hörer erreicht werden, davon mindesten 70.000 Hörer in der Zielgruppe 30 – 49 Jahre und mindesten 45.000 Hörer in der Zielgruppe 10 – 29 Jahre.

2. Inhalte

- a) Im Rahmen der eingesetzten Medien soll immer auf die Karrieremesse hingewiesen werden.
- b) Neben dem einfachen Terminhinweis sollen insbesondere Personen mit Erfahrungswerten ihre Eindrücke vermitteln, da diese die höchste Werbewirkung besitzen.

Persönliche (positive) Erfahrungen mit dem Beruf sollen in diesem Jahr folgende Akteure schildern:



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

- Auszubildende aus den Gesundheits- und Pflegebereichen
- Berufsrückkehrer aus den Gesundheits- und Pflegebereichen
- Quereinsteiger aus den Gesundheits- und Pflegebereichen
- Besucher/innen der letzten Messejahre

Dies kann insbesondere im Radiospot, aber auch im Rahmen der Social-Media-Postings und der Präsentation auf der Internetseite zum Employer Branding geschehen. So kann eine entsprechende Aufmerksamkeit erreicht werden.

- c) Ebenso sind zusätzlich allgemeine Beiträge zu Entwicklungsmöglichkeiten (Pflegehelferin -> Pflegerin -> Bachelor -> Master -> Promotion und versch. Vertiefungsrichtungen und Fachweiterbildungen wie z.B. Intensivpfleger/in) denkbar.

3. Instrumente

Die Instrumente müssen geeignet sein, die Themen Karriere, Berufsentwicklung und nebenberufliche Fortbildung über Radio und online an Jobsuchende und Berufstätige wirksam zu vermitteln. Ab zwei Wochen vor der Messe sollen die Zielgruppen Berufsrückkehrer/innen, Eltern, und Schulabgänger durch folgende Instrumente auf die Messe aufmerksam gemacht werden:

a) Radiospots:

Der Werbespot weckt die Aufmerksamkeit der Hörer und lenkt diese gezielt auf die Karrieremesse: Gesundheit & Pflege. Mit dem Werbespot werden die Hörer zu einem Besuch bewegt.

Schaltplanung: 50 x 20 Sekunden; 6-19 Uhr

b) Infomercials

Infomercials und Aktionsplätze informieren Hörer über verschiedene Themen, die sie auf der Karrieremesse erwarten. Hier kommen Arbeitgeber und Arbeitnehmer zu Wort (O-Ton/Interview) und informieren rund um die verschiedenen Einstiegsmöglichkeiten und Zusatzleistungen des jeweiligen Unternehmens.

- Schaltplanung Infomercial (Aktionsplatz): 6 x 90 Sekunden, 4 Motive, 6 -19 Uhr



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

- Schaltung Infomercial, Erstplatzierung im Werbeblock: 4 x 60 Sekunden, 2 Motive, 6 -19 Uhr

c) Startseitenteaser

Auf der radioeigenen Homepage soll ein Startseitenteaser und eine individuelle Microsite über einen Zeitraum von zwei Wochen integriert werden.

Über den gesamten Zeitraum ist eine Onlineintegration der Karrieremesse sicherzustellen. Aussteller und Veranstalter stellen sich online den Website-Besuchern vor und Hörer haben die Möglichkeit das Gehörte nachzulesen. Es finden Verlinkungen bspw. zu den Karriereseiten der Aussteller statt. Der Auftraggeber hat die Möglichkeit seine Social-Media-Kanäle und die der Messeaussteller zu integrieren.

d) Social Media

Postings sollen über eine radioeigene Facebookseite beworben werden, welche mindestens 70.000 Fans nachweisen kann. Über ein Posting sollen interessierte Personen in den sozialen Netzwerken erreicht und über die Karrieremesse informiert werden. Eine Verlinkung zur Onlineintegration auf der Hauptseite des Radiosenders soll ebenfalls stattfinden. Durch die Viralität des Postings soll der Bekanntheitsgrad der Karrieremesse deutlich ausgebaut werden. Als Zielwert sollen online mindestens 15.000 Personen erreicht werden.

e) Redaktionelle Beiträge

Redaktionelle Beiträge sollen ebenso umgesetzt werden. Hierzu werden Interviews vorgeschlagen, die Nennung im Zusammenhang mit Veranstaltungs-Tipps (min. 3 x 8 Sekunden) und die Berichterstattung im Rahmen der Nachrichten (min. 3 x 10 Sekunden).



LAG DONNERSBERGER UND LAUTRER LAND

Des Weiteren sind folgende Punkte zu beachten:

Zeitpunkt

Die Ausstrahlung erfolgt 2 Wochen vor der Messe, wobei der Messetag am 07.02.2020 den letzte Tag der Ausstrahlung darstellt. Die Online- und Social-Media-Instrumente werden in diesem Zeitraum parallel eingesetzt. Einen genauen Zeitplan zur Vorbereitung der Ausstrahlung schlägt der Auftragnehmer mit der Bewerbung bereits vor.

Nutzungsrecht

Der Auftraggeber hat das ausschließliche Nutzungsrecht an den Arbeitsergebnissen. Die Arbeitsergebnisse werden Eigentum des Auftraggebers.

Haftung bei Schäden

Der Auftragnehmer erklärt, dass ausreichender Haftpflichtschutz besteht. Er verpflichtet sich, den Auftraggeber von allen aus der Durchführung dieses Vertrages entstehenden Schadenersatzansprüchen Dritter freizustellen, soweit sie auf einem Verschulden des Auftragnehmers oder seiner Beauftragten beruhen.

Kirchheimbolanden, 22.08.2019
Kreisverwaltung Donnersbergkreis

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Guth".

(Guth)

Landrat und 1. Vorsitzender der LAG Donnersberger und Lautrer Land