



Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen (FullService)

- Offenes Verfahren -

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	4
2.	Beschreibung der Leistung	4
3.	Rahmenbedingungen	5
3.1	Rechtliche Grundlagen und Vergabeart	5
3.2	Ausschreibende Stelle, Auftraggeber und Ansprechpartner	5
3.3	Zuschlag und Bindefrist	6
3.4	Veröffentlichung oder Weitergabe von Ausschreibungsunterlagen	6
3.5	Verschwiegenheit und Datenschutz	6
3.6	Vertragsabschluss	6
3.7	Vergütung für die Erstellung des Angebotes	6
3.8	Fragen zum Angebot	7
3.9	Übertragung von Nutzungsrechten	7
4.	Inhalt des einzureichenden Angebotes	8
5.	Vorstellung des Kamagnenentwurfs	8
6.	Zu bearbeitende Aufgaben	9
6.1	Vorbemerkungen	9
6.2	Aufgaben	9
6.3	Bearbeitungshinweise	10
6.4	Maßnahmen-, Zeit- und Kostenpläne	11
6.5	Zeitplan	12
7.	Prüfung und Bewertung der Angebote	12
7.1	Gliederung des Kriterienkatalogs (Anlage 5)	13
7.2	Eignung – KHG 1	13
7.3	Bewertung nach dem Kriterienkatalog	13
7.3.1	KHG 2	14
7.3.2	KHG 3	18
7.3.3	Angebotspreis	19

Anlagen

Anlage 1	Angebotsvordruck
Anlage 2	Erklärung Bietergemeinschaft
Anlage 3	Angaben zur "Registernummer und Name der registerführenden Behörde"
Anlage 4	Bewertungsmaßstab
Anlage 5	Kriterienkatalog
Anlage 6	Liste der A-Kriterien
Anlage 7	Kern- und Ersatzpersonen für die Leistungserbringung im Bundesministerium für Gesundheit (BMG-Team)
Anlage 7.1	Kenntnisse BMG-Team 1
Anlage 7.2	Erklärung zur fachlichen "Eignungs- und Leistungsfähigkeit" (BMG-Team)
Anlage 7.3	Angabe von Referenzen
Anlage 8	Vertragsmuster
Anlage 8.1	Verpflichtung Verantwortlicher
Anlage 8.2	Verpflichtungserklärung Datenschutz
Anlage 8.3	Vertraulichkeitsvereinbarung
Anlage 8.4	Verpflichtungserklärung
Anlage 8.5	Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung
Anlage 9	Preisblatt
Anlage 10	Bietererklärung

1. Einführung

Das Bundesministerium für Gesundheit ist als Teil der Bundesregierung verantwortlich für das Gesundheitswesen in Deutschland. Alle Bürgerinnen und Bürger sind insbesondere von den Gesetzgebungsvorhaben in diesem Bereich direkt oder indirekt betroffen. Gesundheit und Krankheit sind für jeden von existenzieller Bedeutung. Das Themenfeld ist daher hoch emotional und nicht immer von rein rationalen Diskussionen geprägt.

Hinzu kommt, dass die Gesundheitswirtschaft eine der wichtigsten Branchen unserer Volkswirtschaft ist, in der viele einander widerstreitende Partialinteressen öffentlich und nichtöffentlich Einfluss zu nehmen versuchen.

Weil es in unserem Gesundheitssystem einerseits um die Verteilung erheblicher finanzieller Mittel und andererseits um die persönliche Betroffenheit der Menschen in unserem Land geht, sind ministerielle Maßnahmen und Vorhaben im Gesundheitswesen häufig konfliktbeladen. Ihre Vermittlung im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeit ist eine der schwierigsten Herausforderungen für die regierungsamtliche Politikvermittlung und deren externe Dienstleister aus der Kommunikationsbranche.

2. Beschreibung der Leistung

Das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) als Auftraggeber (AG) benötigt für den Zeitraum **vom 01.04.2020 bis 31.03.2024** Unterstützung bei der Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit an seinem Dienstsitz Berlin; u.a.

- Beratung, Planung, Durchführung und Weiterentwicklung von Informationsmaßnahmen,
- Abwicklung (einschl. Überwachung) von Mediaschaltungen,
- Gewährleistung der Erfolgskontrolle bei den durchgeführten Maßnahmen,
- Unterstützung bei der Entwicklung einer Kommunikationsstrategie,
- Unterstützung bei der Entwicklung und Realisierung von Evaluationskonzepten,
- Unterstützung bei der Entwicklung, Gestaltung und Realisierung von Anwendungen für mobile Betriebssysteme (z.B. Apps u. E-Books).

Im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit informiert das BMG die Bürgerinnen und Bürger über alle Themen, die zu den von ihm verantworteten Politikbereichen gehören. Der Content wird für die Bürgerinnen und Bürger in geeigneter Form und im geeigneten Medienkanal aufbereitet. Die

Kommunikation erfolgt über Print- und digitale Medien (crossmediale Kommunikationsstrategie). Das BMG erwartet Erfahrungen und umfangreiche Kontakte in der politischen bzw. administrativen Kommunikation; Kompetenz im Umgang mit Printmedien, dem Internet, den Sozialen Medien sowie Kampagnenkompetenz im Bereich der politischen Kommunikation. Ein umfangreiches Fachwissen über das deutsche Gesundheitssystem (Struktur, Akteure, Hintergründe usw.) und Kenntnisse, im internationalen Vergleich sind weitere Voraussetzungen.

Die Ausführung des Auftrages hat unter strenger Beachtung des vom deutschen Presserat veröffentlichten "Pressekodex" und der vom europäischen Dachverband CERP veröffentlichten "Berufsethischen Grundsätze von Public Relations" sowie der geltenden Urheberrechts- und Datenschutzbestimmungen zu erfolgen. Für Interessenten sollte eine entsprechende Arbeitsweise selbstverständlich sein.

3. Rahmenbedingungen

Ihnen überlassene Unterlagen (Dokumente) sind streng vertraulich zu behandeln und dürfen ausschließlich zur internen Angebotserstellung genutzt und nicht an Dritte weitergegeben werden. Verletzt die Agentur, einer ihrer Mitarbeiter oder Erfüllungsgehilfen die Pflicht zur Geheimhaltung, behält sich das Bundesministerium für Gesundheit rechtliche Schritte hinsichtlich der Geltendmachung eines etwaigen Schadensersatzes vor.

3.1 Rechtliche Grundlagen und Vergabeart

Rechtliche Grundlagen dieser Ausschreibung sind¹:

- Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB).
- Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge (Vergabeverordnung – VgV).

3.2 Ausschreibende Stelle, Auftraggeber und Ansprechpartner

Bundesministerium für Gesundheit
Z15-ZVS
Rochusstraße 1
53123 Bonn

¹ Es gilt jeweils die aktuelle Fassung.

Diese Stelle erteilt den Zuschlag und ist Auftraggeber.

3.3 Zuschlag und Bindefrist

Zuschlags- und Bindefrist entnehmen Sie bitte dem Zeitplan (Punkt 6.5).

Der Bieter ist bis zum Ablauf der Bindefrist an sein Angebot gebunden.

3.4 Veröffentlichung oder Weitergabe von Ausschreibungsunterlagen

Die Vergabeunterlagen nebst Anlagen dürfen nur zur Erstellung des Angebotes verwendet werden. Jede Veröffentlichung oder Weitergabe (auch auszugsweise), ob vor oder nach Vertragsabschluss, ist ohne ausdrückliche schriftliche Einwilligung (vorherige Zustimmung) der ausschreibenden Stelle nicht statthaft.

3.5 Verschwiegenheit und Datenschutz

Der Bieter hat – auch nach Beendigung der Angebotsphase – über die ihm bei seiner Tätigkeit bekannt gewordenen dienstlichen Angelegenheiten des BMG Verschwiegenheit zu bewahren. Der Schutz personenbezogener Daten ist zu beachten.

Insbesondere dürfen personenbezogene Daten nicht ohne Einwilligung des BMG zu anderen Zwecken als denen der Angebotserstellung und ggf. Vertragsdurchführung verwendet werden. Er hat hierzu auch die an der Erstellung des Angebotes beteiligten Personen zu verpflichten.

3.6 Vertragsabschluss

Es gilt deutsches Recht. AGB der Bieter sind ausgeschlossen. Die Rahmenvereinbarung wird nach dem dieser Ausschreibung beigefügten Muster abgeschlossen.

Ergänzend kommen die Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B) in der geltenden Fassung (veröffentlicht im Bundesanzeiger Nr. 178a vom 23. September 2003) zur Anwendung.

3.7 Vergütung für die Erstellung des Angebotes

Für die Erstellung des Angebotes wird keine Vergütung gewährt.

Für die Ausarbeitung der Lösungen und Konzepte sowie deren Präsentation im Vergabeverfahren wird ein Honorar in Höhe von 2.000 € gezahlt. Die Agentur, der nach Abschluss der Vergabesitzung der Zuschlag erteilt wird, erhält kein Honorar.

Reisekosten werden nicht übernommen.

3.8 Fragen zum Angebot

Alle Fragen, die mit dem Angebot und dem Ablauf des Vergabeverfahrens im Zusammenhang stehen, sind an die E-Vergabeplattform zu richten. Telefonische Auskünfte werden grundsätzlich nicht erteilt.

Fragen sowie die Antworten werden, soweit sie wichtige Informationen enthalten, gleichzeitig allen Interessenten über die e-Vergabeplattform in anonymisierter Form zur Verfügung gestellt.

Bieterfragen werden grundsätzlich nur beantwortet, wenn sie bis eine Woche vor Ablauf der Angebotsfrist gestellt werden. Die Beantwortung später eingehender Bieterfragen liegt im Ermessen des Auftraggebers.

3.9 Übertragung von Nutzungsrechten

Mit der Abgabe seines Angebots räumt der Bieter dem Bundesministerium für Gesundheit das ausschließliche, räumlich und zeitlich und inhaltlich unbeschränkte Recht ein, die von ihm im Rahmen des Vergabeverfahrens geschaffenen Werke und erbrachten Leistungen in unveränderter, bearbeiteter oder umgestalteter Form in sämtlichen zum Zeitpunkt des Vergabeverfahrens bekannten Nutzungsarten zu nutzen.

Dies umfasst auch die Veröffentlichung, Vervielfältigung und Verwertung der in diesem Vergabeverfahren gewährten Leistungen und erstellten Werke des Bieters einschließlich aller denkbaren Rechtspositionen an Ideen, Entwürfen und Gestaltungen und schließt das Recht zur (auch eingeschränkten) Weiterübertragung dieser Urhebernutzungsrechte an Institutionen des Bundes und im Rahmen der Medien- und Pressearbeit ein.

Mit der Abgabe des Angebots versichert der Bieter, dass er berechtigt ist, über die Rechte sämtlicher von ihm verwendeter Texte, Bilder, Skizzen und dergleichen zu verfügen und dem Bundesministerium für Gesundheit die hier genannten Rechte einzuräumen. Der Bieter versichert ferner, dass durch diese Maßnahmen keine Rechte Dritter verletzt werden. Er stellt das

Bundesministerium für Gesundheit von sämtlichen Ansprüchen Dritter frei, die bei der Wahrnehmung der übertragenen Rechte erhoben werden können.

4. Inhalt des einzureichenden Angebotes

Mit dem Angebot sind die Ergebnisse der zu bearbeitenden Aufgaben in schriftlicher Form (mit ausformulierten Texten) vorzulegen. Sämtliche geforderte Unterlagen sind dem Angebot beizufügen. Angebote, die diese Anforderung nicht erfüllen, werden von der Wertung ausgeschlossen. Die Ausführungen im Angebot sind Grundlage für die Bewertungen.

Die nachstehend genannten Erklärungen und Unterlagen sind Formerfordernisse für den einzureichenden Antrag.

- Angebotsvordruck (Anlage 1)
- Bei einer Bewerbung als Bietergemeinschaft: Eigenerklärung Bietergemeinschaft (Anlage 2)
- Angabe zur „Registernummer und Name der registerführenden Behörde“ (Anlage 3)
- Liste der A-Kriterien (Anlage 6)
- Kern- und Ersatzpersonen des BMG-Teams (Anlage 7)
- Kenntnisse des BMG-Teams (Anlage 7.1)
- Erklärungen zur fachlichen „Eignungs- und Leistungsfähigkeit“ des BMG-Teams (Anlage 7.2)
- Preisblatt (Anlage 9)
- Bietererklärung über das nichtvorliegen von Ausschlussgründen (Anlage 10)
- Beantwortung der Anforderungen gemäß dem Kriterienkatalog (Anlage 5) in der dort jeweils vorgegebenen Struktur

5. Vorstellung des Kamagnenentwurfs

Im Rahmen der Präsentation (Dauer 30 Minuten) sollen die im Angebot erfolgten schriftlichen Ausarbeitungen zu den gestellten Aufgaben audiovisuell präsentiert werden. Von ihrer Zielsetzung ist die Präsentation darauf auszurichten, Entscheidungsträgern die wesentlichen Aspekte und Inhalte so zu präsentieren, dass sie einen realistischen Eindruck erhalten und ihnen auch ohne Kenntnisse der schriftlichen Ausarbeitung alle entscheidungsrelevanten Angaben zur Verfügung stehen.

Zur Dokumentation Ihrer Präsentation ist beim Präsentationstermin zusätzlich ein gedrucktes Handout in sechsfacher Ausfertigung zu übergeben. Außerdem sind dieses Handout wie auch Ihre Präsentation in elektronischer Form zur Verfügung zu stellen.

6. Zu bearbeitende Aufgaben

Um einen qualifizierten Eindruck zu erhalten, bitten wir Sie die nachfolgenden Aufgaben zu bearbeiten. Bitte beachten Sie, dass es sich um reale Aufgaben handelt. Daraus ergibt sich, dass Ihre Vorschläge und Entwürfe so weit ausgearbeitet sein müssen, dass sie zeitnah umgesetzt werden können.

6.1 Vorbemerkungen

Das Bundesministerium für Gesundheit verfolgt bei seinen Informationsmaßnahmen eine crossmediale Kommunikationsstrategie.

Informationen für die allgemeine Bevölkerung werden ebenso angeboten, wie zielgruppenspezifische (Fach-) Informationen zum Beispiel für die Fachöffentlichkeit und für Journalistinnen und Journalisten.

6.2 Aufgaben

6.2.1 Aufgabe 1

Ein zentraler Bereich der regierungsamtlichen Öffentlichkeitsarbeit ist die Information der Bevölkerung über (neue) rechtliche Regelungen und ihre konkreten Auswirkungen.

Mit dem Terminservice- und Versorgungsgesetz (TSVG) wurden zahlreiche wichtige Verbesserungen für die Patientinnen und Patienten erreicht.

Das Bundesministerium für Gesundheit beabsichtigt in der ersten Jahreshälfte 2020 eine Informationskampagne zu den aktuellen und für die Bevölkerung wichtigen Verbesserungen des TSVG durchzuführen.

Erarbeiten Sie einen entsprechenden Vorschlag!

6.2.2 Aufgabe 2

Neben der Information über rechtliche Regelungen sind fachbezogene Informationsmaßnahmen ein weiterer wichtiger Bereich der Aufklärungs- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Gesundheit. Oftmals aus aktuellem Anlass sind dabei Informations- und Aufklärungsmaßnahmen zu Infektionskrankheiten angezeigt. Hier geht es meist nicht nur um bloße Information. Vielmehr ist es dabei auch ein Ziel, spezielle Hygiene-Themen zu adressieren, um eine Bewusstseins- und Verhaltensänderung bei den Menschen herbeizuführen.

Erarbeiten Sie einen entsprechenden Vorschlag!

6.3 Bearbeitungshinweise

Die zu jeder Aufgabe von Ihnen gemachten Ausführungen sowie die Präsentation werden unter Heranziehung der in den KHG 2 +3 dargestellten Kriterien bewertet. Ihre Ausarbeitungen sollen daher die in den Bewertungskriterien (KHG 2) enthaltene Gliederung (Analyse, Konzeption und Kreation (Gestaltungslinie) aufnehmen.

Zudem erwarten wir von Ihnen eine ausführliche Begründung des von Ihnen bei der jeweiligen Aufgabe auf der Grundlage des erarbeiteten Analyseergebnisses ausgearbeiteten Vorschlags. Sie soll u.a. auf die folgenden Punkte eingehen:

- | | | |
|--|---|-----------------------------------|
| 1. Die Philosophie und die daraus abgeleiteten Botschaften | → | Was kommunizieren? |
| 2. Die Kampagnenziele und Zielgruppen | → | Wen informieren? |
| 3. Den vorgeschlagenen Kampagnen- und Kommunikationsansatz | → | Wie vorgehen; mit welchen Medien? |

6.3.1 Analyse

Analysieren Sie auch, ob und ggf. wie es einem Akteur im Gesundheitswesen besonders gut gelungen ist, das Thema, das Gegenstand der jeweiligen Aufgabe ist, in der öffentlichen Wahrnehmung zu platzieren.

6.3.2 Konzeption

Entwickeln Sie ein Konzept und eine Gestaltungslinie zur Kommunikation des Themas, das Gegenstand der jeweiligen Aufgabe ist; einschließlich eines Maßnahmen-, Kosten- und Zeitplans.

6.3.3 Gestaltungslinie

Wir erwarten hier eine konkrete Umsetzung der Kommunikationsideen (z. B. Mediamotive, PR-Idee o.ä.) für die verschiedenen Kommunikationskanäle. Die gestalteten Kommunikationsideen müssen nicht produktionsreif ausgearbeitet, aber im Falle einer Realisierungsabsicht schnell umsetzbar sein. Die Vorgaben zum Corporate Design der Bundesregierung sollen grundsätzlich berücksichtigt werden. Informationen zum Corporate Design der Bundesregierung finden Sie im Internet unter <https://styleguide.bundesregierung.de/sg-de>.

6.4 Maßnahmen-, Zeit- und Kostenpläne

6.4.1 Maßnahmen- und Zeitplan

Für beide Aufgaben ist jeweils ein Maßnahmen- und Zeitplan zu erstellen. Er muss in Kalenderwochen angelegt sein. In der Darstellung der Angaben sind Sie frei (Gesamtplan, getrennte Einzelpläne, Format DIN A4, DIN A3, Querformat u. s. w.).

6.4.2 Kostenplan

Für beide Aufgaben ist jeweils ein Kostenvoranschlag vorzulegen. Die Kostenangaben für Fremdkosten zu einzelnen Maßnahmen können dabei mit einer Toleranz von +/- 10 % geschätzt werden. Eigenleistungen müssen konkret und verbindlich benannt werden. Alle Kostenangaben müssen in Netto **und** Bruttobeträgen angegeben werden. In der Darstellung der Kostenangaben sind Sie frei.

Für die Bewertung der Kosten (KHG 2, Kriterium 10) werden die für die beiden Aufgaben kalkulierten Gesamtkosten (Nettokosten) addiert.

6.5 Zeitplan

Aktion	Termin
Schlusstermin für Fragen	05.03.2020
Ablauf der Angebotsfrist	12.03.2020 00:00 Uhr
Einladung zur Präsentation	13.03.2020
Zeitraum für die Präsentation	16.03. bis 17.03.2020
Wertung der Angebote (bis spätestens)	20.03.2020
Vorabinformation gemäß § 134 Abs. 2 Satz 2 GWB (Absendung)	20.03.2020
Geplanter Vertragsabschluss durch Zuschlag	31.03.2020
Beginn der Vertragslaufzeit	02.04.2020
Bindefrist	30.04.2020

7. Prüfung und Bewertung der Angebote

Ihrer Art nach unterscheiden sich die Kriterien in

- **A – Kriterien (Ausschlusskriterien)**

Die Nichterfüllung einer als Ausschlusskriterium gekennzeichneten Anforderung führt zum Ausschluss des Angebots (KO-Kriterium)

- **B – Kriterien (Bewertungskriterien)**

Die mit einem „B“ gekennzeichneten Anforderungen stellen die innerhalb der Bewertungsskala mit Punkten zu bewertenden Kriterien dar und erhalten eine Gewichtung.

Für die Bewertung wurden die B-Kriterien mit Gewichtungspunkten versehen, die der Anlage 5 zu entnehmen sind. Die Summen der Gewichtungspunkte betragen

- 550 Punkte für die zu bewertenden Kriterien der Kriterienhauptgruppe 2
- 150 Punkte für die zu bewertenden Kriterien der Kriterienhauptgruppe 3.

Die Bewertung der B-Kriterien fließt mit 70% in die Gesamtbewertung ein.

7.1 Gliederung des Kriterienkatalogs (Anlage 5)

Kriterienhauptgruppen (KHG)	Kriteriengruppen (KG)	Gewichtung
1 Eignung		
2 Wertung	<ul style="list-style-type: none"> - Fachkunde und Qualifikation des Personals - Analyse - Konzeption und Kreation - Kosten 	550
3 Wertung	Vorstellung des Kampagnenentwurfs	150

Bewertet werden die in den Kriterienhauptgruppen 2 und 3 mit B (=Bewertung) gekennzeichneten Kriterien.

7.2 Eignung – KHG 1

Sämtliche Kriterien der KHG 1 sind A-Kriterien. Die gestellten Fragen müssen mit ja oder nein beantwortet werden; die geforderten Anforderungen und Referenzen müssen erfüllt bzw. vorgelegt werden. Bei negativer Beantwortung oder nicht erfüllten Anforderungen/Referenzen wird das Angebot vom weiteren Verfahren ausgeschlossen.

7.3 Bewertung nach dem Kriterienkatalog

Vergabe von Bewertungspunkten (0 bis 5) für jedes Einzelkriterium.

Die Bewertungspunkte werden nach folgendem System vergeben:

0 Punkte	Die Anforderungen hinsichtlich des Kriteriums werden nicht erfüllt.
1 Punkt	Die Anforderungen hinsichtlich des Kriteriums werden nur mit erheblichen Einschränkungen erfüllt.
2 Punkte	Die Anforderungen hinsichtlich des Kriteriums werden nur mit Einschränkungen erfüllt.
3 Punkte	Die Anforderungen hinsichtlich des Kriteriums werden im Wesentlichen erfüllt.
4 Punkte	Die Anforderungen hinsichtlich des Kriteriums werden vollumfänglich erfüllt.
5 Punkte	Die Anforderungen hinsichtlich des Kriteriums werden übertroffen.

Die erreichte Punktzahl wird mit dem Faktor 2 multipliziert und anschließend mit der Gewichtung des jeweiligen Kriteriums multipliziert. Die so ermittelten Punktwerte bei den einzelnen Kriterien werden addiert und ergeben die Punktzahl für das jeweilige Kriterium.

7.3.1 KHG 2

Bewertungsmaßstab für die Vergabe der Bewertungspunkte

Kriterium Nummer und Beschreibung		Maßgebende Faktoren für die Bewertung
1	Beschreiben Sie die Berufserfahrung des für das BMG-Team vorgesehenen Personals. Verwenden Sie dazu bitte die Anlage 7.2 Teil A. „Qualifikation der benannten Personen für die spätere Leistungsausführung“.	Maßgebend für die Bewertung sind folgende Faktoren: 1. Einschlägigkeit und Umfang der für jedes Teammitglied angegebenen Erfahrungen/Kenntnisse 2. Praxisbezug der angegebenen Erfahrungen/Kenntnisse 3. Aktualität der angegebenen Erfahrungen/Kenntnisse Hinweis: Keine Einschlägigkeit der für ein Teammitglied angegebenen Erfahrungen/Kenntnisse oder keine praktischen Erfahrungen, bezogen auf die für das Teammitglied vorgesehene Funktion = 0 Punkte
2	Stellen Sie dar, welche Kreativauszeichnungen das für das BMG-Team vorgesehene Personal für Mitarbeiterprojekte erhalten hat. Verwenden Sie dazu bitte die Anlage 7.2 Teil B. „Nachweis der Fachkunde und Leistungsfähigkeit (Zertifikate, Auszeichnungen u.ä.)“	Maßgebend für die Bewertung sind folgende Faktoren: 1. Anzahl der Auszeichnungen/Zertifizierungen 2. Aktualität der Auszeichnungen/Zertifizierungen 3. Bedeutung der Auszeichnung (national, international, staatlich, Berufsverband,) 4. Auszeichnung aufgrund individueller Leistung oder als Mitglied eines Teams Hinweis: Keine Angaben zu Auszeichnungen/Zertifizierung = 0 Punkte

Kriterium Nummer und Beschreibung		Maßgebende Faktoren für die Bewertung
3	Akteuranalyse	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alle maßgebenden Akteure erkannt? 2. Güte der ausgewählten Akteure, u.a. Einschlägigkeit hinsichtlich des Themas oder der Rolle/Stellung im Gesundheitswesen sowie Bewertung hinsichtlich der politischen Bedeutung? 3. Verfolgte Ziele der ausgewählten Akteure zutreffend analysiert? 4. Güte der vorgenommen Einordnung, u.a. Definition der Gruppen und gewählte Kriterien für die Zuordnung zu den Gruppen? 5. Güte der Identifizierung möglicher Einflussgrößen, u.a. Einschlägigkeit in fachlicher und politischer Hinsicht; Wertung und Einordnung hinsichtlich 6. Qualität der Folgerungen, u.a. Folgerungen führen zu einem eindeutigen Ergebnis; Plausibilität der Ergebnisbegründung? 7. Qualität der Darstellung, u.a. verständlich in der Sprache, nachvollziehbar in der Argumentation, plausibel in der Begründung <p>Hinweis: Keine Angaben oder eine in allen Punkten ungenügende Darstellung = 0 Punkte</p>
4	Analyse der Rolle des BMG	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alle maßgebenden Faktoren bezüglich der Rolle des BMG erkannt? 2. Güte der Darstellung, bezogen auf die jeweilige Aufgabe, u.a. Einschlägigkeit in fachlicher und politischer Hinsicht; Wertung und Einordnung hinsichtlich der gesundheitspolitischen Bedeutung? 3. Ziele (der Kampagne) vollständig erkannt und zutreffend beschrieben? 4. Maßnahmen anderer Akteure mit identischen/ ähnlichen Zielen erkannt und zutreffend analysiert? 5. Güte der Beschreibung, u.a. methodischer Ansatz, Vollständigkeit und Messbarkeit der definierten Erfolgsfaktoren? 6. Folgerungen, u.a. Folgerungen sind zutreffend und führen zu einem eindeutigen Ergebnis?



		<p>7. Qualität der Darstellung, u.a. verständlich in der Sprache, nachvollziehbar in der Argumentation, plausibel in der Begründung?</p> <p>Hinweis: Keine Angaben oder eine in allen Punkten ungenügende Darstellung = 0 Punkte</p>
5	Kampagnenanalyse	<p>1. Zielgruppen vollständig erkannt und zutreffend beschrieben?</p> <p>2. Vollständigkeit der Medienanalyse?</p> <p>3. Güte der Medienanalyse?</p> <p>4. Einflussgrößen für die Kosten-/Nutzenanalyse, u.a. Vollständigkeit, Gewichtung?</p> <p>5. Güte der Beschreibung, u.a. methodischer Ansatz, korrekte Anwendung?</p> <p>6. Güte der Identifizierung möglicher Einflussgrößen, u.a. Einschlägigkeit in fachlicher und politischer Hinsicht; Wertung und Einordnung hinsichtlich des Grades einer möglichen Beeinflussung?</p> <p>8. Qualität der Darstellung, u.a. verständlich in der Sprache, nachvollziehbar in der Argumentation, plausibel in der Begründung?</p> <p>Hinweis: Keine Angaben oder eine in allen Punkten ungenügende Darstellung = 0 Punkte</p>
6	Konzeption	<p>1. Qualität der Folgerungen/Botschaften, u.a. Folgerungen führen zu einem eindeutigen Ergebnis; Plausibilität der Ergebnisbegründung/der abgeleiteten Botschaften?</p> <p>2. Qualität der Folgerungen/Ziele und Zielgruppenansprache?</p> <p>3. Qualität des Vorschlags, u.a. Eignung, Bezug zu den Kommunikationszielen, Berücksichtigung übergreifender Strategien?</p> <p>4. Mögliche Kooperationspartner vollständig erkannt?</p> <p>5. Güte der Beschreibung, u.a. Zielanalyse, Einfluss- und Erfolgsfaktoren, Vor- und Nachteile?</p>

Kriterium Nummer und Beschreibung		Maßgebende Faktoren für die Bewertung
		<p>6. Konzeptionelle Basis, u.a. Ansatz, Vorgehen?</p> <p>7. Bezug zur Analyse?</p> <p>8. Qualität der Darstellung, u.a. verständlich in der Sprache, nachvollziehbar in der Argumentation, plausibel in der Begründung?</p> <p>Hinweis: Keine Angaben oder eine in allen Punkten ungenügende Darstellung = 0 Punkte</p>
7	Kreation	<p>1. Zielorientierung?</p> <p>2. Aussagekraft?</p> <p>3. Kreativität?</p> <p>4. Modernität/Innovation?</p> <p>5. Zielgruppengerecht?</p> <p>6. Politische Schwerpunkte und Ziele typografisch und/oder visuell zielgruppengerecht dargestellt?</p> <p>7. Mediengerechte Umsetzung?</p> <p>8. Einhaltung der Corporate Design Vorgaben der Bundesregierung?</p> <p>9. Umsetzung aller vorgeschlagenen Maßnahmen?</p> <p>10. Verständlichkeit, bürgernahe/zielgruppengerechte Sprache?</p> <p>11. Qualität der Darstellung, u.a. verständlich in der Sprache, nachvollziehbar in der Argumentation, plausibel in der Begründung?</p> <p>Hinweis: Keine Angaben oder eine in allen Punkten ungenügende Darstellung = 0 Punkte</p>
8	Kosten	<p>Bezugsgröße für die Benotung in diesem Punkt ist das eingereichte Angebot mit dem niedrigsten Kostenansatz. Es wird mit der Note sehr gut (10 Punkte) bewertet. 0 Punkte erhält ein fiktives Angebot mit dem zweifachen des niedrigsten Preises. Die Punktermittlung zwischen dem niedrigsten und dem zweifachen Preis erfolgt durch lineare Interpolation mit bis zu einer Nachkommastelle.</p>

7.3.2 KHG 3

Bewertungsmaßstab für die Vergabe der Bewertungspunkte

Kriterium Nummer und Beschreibung		Maßgebende Faktoren für die Bewertung
1	Wird der ausgearbeitete Kampagnenentwurf vollständig dargestellt; werden dabei insbesondere die entscheidungserheblichen Faktoren deutlich herausgearbeitet.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vollständigkeit? 2. Güte der Darstellung und Präsentation, u.a. vorgabengerecht, zielorientiert? 3. Eingesetzte Medien, u.a. aufgabenorientiert, kreativ und innovativ? <p>Hinweis: Ist das Angebot hinsichtlich der hier genannten Punkte als ungenügend zu bewerten = 0 Punkte</p>
2	Ist der Kampagnenentwurf strukturiert und nachvollziehbar?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qualität der Darstellung und des Vortrags, u.a. Gliederung, grafische Aufbereitung, Zeitmanagement? 2. Qualität der Vorstellung, u.a. verständlich in der Sprache, nachvollziehbar in der Argumentation, plausibel in der Begründung <p>Hinweis: Ist das Angebot hinsichtlich der hier genannten Punkte als ungenügend zu bewerten = 0 Punkte</p>
3	Wird auf die Fragestellungen, Argumente und Erfahrungen des Bundesministeriums für Gesundheit eingegangen und werden diese im Diskussionsprozess aufgegriffen?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Problemerkennung? 2. Analysefähigkeit? 3. Transferleistung, u.a. Problemlösungsansatz, Umsetzung? <p>Hinweis: Ist das Angebot hinsichtlich der hier genannten Punkte als ungenügend zu bewerten = 0 Punkte</p>

Das Produkt aus Gewichtungspunktzahl und Bewertungspunktzahl ergibt die Leistungspunktzahl für jedes Kriterium.

Beispiel:

KHG 2				
Kriterium Nummer und Beschreibung		Gewichtungs- punktzahl	Bewertungs- Punktzahl x 2	Leistungs- punktzahl
3	Akteuranalyse	40	8	320

Die Summe der bei den einzelnen Kriterien erreichten Leistungspunkte ergibt die (erreichte) Leistungspunktzahl je Angebot.

7.3.3 Angebotspreis

Die Preiszusammenstellung ist unter Verwendung eines Formblatts (Anlage 9) vorzunehmen und zusammen mit dem Angebot einzureichen. Der ermittelte Angebotspreis fließt mit 30% in die Gesamtwertung ein.

Die Angebotspreise werden wie folgt in Wertungspunkte umgerechnet:

Das niedrigste bewertbare Angebot erhält 10 Punkte. 0 Punkte erhält ein fiktives Angebot mit dem zweifachen des niedrigsten Preises.

Die Punktermittlung zwischen dem niedrigsten und dem zweifachen Preis erfolgt durch lineare Interpolation mit bis zu einer Nachkommastelle. Ein Angebot, dessen Preis höher liegt als das Zweifache des niedrigsten Preises, erhält 0 Punkte.

Die Gewichtung dieses Kriteriums beträgt 300. Dies ergibt eine Höchstpunktzahl von 3.000 Punkten.

Zu guter Letzt

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung und hoffen, dass wir Ihnen verständliche und sachdienliche Unterlagen zur Verfügung gestellt haben.