

Leistungsbeschreibung

Vergabetitel:	Rahmenvereinbarung Google Ads + Microsoft Bing Agentur
Vergabe-Nr.:	22-006

1. Beschaffungsziel

Ziel dieser Ausschreibung ist die Beauftragung einer Mediaagentur für Planung, Aussteuerung und die Analyse unserer Google Ads und Microsoft Bing Kampagnen.

2. Hintergrundinformationen

2.1. Selbstdarstellung des Roten Kreuzes

Die internationale Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung ist mit 192 Nationalen Gesellschaften die größte humanitäre Hilfsorganisation der Welt. Das Deutsche Rote Kreuz ist Teil dieser weltweiten Gemeinschaft, die seit über 150 Jahren umfassend Hilfe leistet für Menschen in Konfliktsituationen, bei Katastrophen und in gesundheitlichen oder sozialen Notlagen - allein nach dem Maß der Not. Im Zeichen der Menschlichkeit setzen wir uns für das Leben, die Gesundheit, das Wohlergehen, den Schutz, das friedliche Zusammenleben und die Würde aller Menschen ein. Unsere Idee wird weltweit von über 100 Mio. freiwilligen Helfern und Mitgliedern getragen. Allein in Deutschland engagieren sich ca. 2,9 Mio. Mitglieder. Das DRK als nationale Rotkreuzgesellschaft und Spitzenverband der Freien Wohlfahrtspflege bekennt sich zu den sieben Rotkreuzgrundsätzen:

- Menschlichkeit
- Neutralität
- Freiwilligkeit
- Universalität
- Unparteilichkeit
- Unabhängigkeit
- Einheit

Weitere Informationen finden Sie unter: <https://www.drk.de/das-drk/>

2.2. Arbeitsbereiche und föderale Struktur des DRK

Das Deutsche Rote Kreuz ist föderal aufgebaut. Es besteht aus dem Bundesverband (DRKGeneralsekretariat) und seinen Mitgliedsverbänden (19 Landesverbände und der Verband der Schwesternschaften) sowie deren Mitgliedsverbänden (467 Kreisverbände und 32 Schwesternschaften). Die DRK-Weihnachtskampagne wird zentral über das DRKGeneralsekretariat gesteuert.

Nationale Aufgaben: Wohlfahrtsverband und Hilfsorganisation nimmt das DRK umfangreiche nationale Aufgaben wahr. Hierzu zählen unter anderem:

- Rettungsdienst und Erste Hilfe
- Gesundheitsdienste, inkl. Blutspendedienste
- Altenhilfe, inkl. Pflege und Besuchsdienst
- Kinder-, Jugend- und Familienhilfe
- Suchdienst
- Jugendrotkreuz

Internationale Aufgaben: Das DRK ist auch international operativ im Bereich der humanitären Hilfe tätig – sowohl in akuten Notsituationen (Katastrophenhilfe) als auch in der langfristigen Entwicklungszusammenarbeit. Derzeit arbeitet das DRK in ca. 50 Ländern in Afrika, Asien, Nahost und Lateinamerika. Schwerpunkte der Hilfsprojekte im Ausland sind:

- Katastrophenhilfe und -vorsorge
- Trinkwasserversorgung
- Basisgesundheit
- Kampf gegen Epidemien
- Armutsbekämpfung
- Rehabilitation und Wiederaufbau

Weitere Informationen finden Sie unter: <https://www.drk.de/hilfe-weltweit/>

2.3. Positionierung des DRK in der Öffentlichkeit

Das DRK zählt zu den bekanntesten Hilfsorganisationen Deutschlands, nicht zuletzt aufgrund seiner Präsenz in der Gesellschaft als Mitgliederorganisation. Über fünf Prozent der deutschen Bevölkerung steht in unmittelbarer Verbindung zum DRK:

- ca. 425.000 ehrenamtliche Mitarbeiter/-innen
- ca. 164.000 hauptamtliche Mitarbeiter/-innen
- ca. 2,9 Mio. Fördermitglieder
- ca. 1,7 Mio. Blutspender/-innen jährlich

Aufgrund seiner langen Geschichte in Deutschland und den breit gefächerten Einsatzgebieten genießt das DRK die Aufmerksamkeit und das Vertrauen vieler deutscher Spender. Das DRK wird durch die vielen ehrenamtlichen Helfer und Mitglieder getragen. Der Stolz der mit dem DRK verbundenen Menschen soll andere inspirieren, ebenfalls Teil der Rotkreuz-Community zu werden – ob als aktiver Spender, Gelegenheitsspender, Follower der Social Media Kanäle oder engagiert im Ehrenamt. Marktforschungen belegen, dass das DRK von der Altersgruppe 65+ als besonders professionell und vertrauenswürdig, von 20- bis 29-Jährigen als besonders traditionell und unmodern eingestuft wird. Neben nationalen Aufgaben wird das DRK vor allem im Bereich der internationalen Katastrophenhilfe von der Öffentlichkeit wahrgenommen. Das Wissen über weitere Haupttätigkeitsfelder ist rudimentär.

Weitere Informationen finden Sie auf der Webseite unter <https://www.drk.de/>

2.4. Online Fundraising

Egal ob bei Überschwemmungen, Erdbeben, Hungersnöten, Epidemien oder bewaffneten Konflikten - wenn Menschen in Not geraten, werden wir aktiv. Wie den Bedürftigsten vor Ort am besten geholfen werden kann, ermitteln wir hierbei in enger Zusammenarbeit mit der Rotkreuz- bzw. Rothalbmondgesellschaft des jeweiligen Landes.

Um die so ausgewählten Hilfsmaßnahmen erfolgreich finanzieren zu können, generieren wir Spenden mittels Performance-getriebener B2C und B2B Kampagnen.

3. Leistungsbeschreibung

3.1. Leistungen

Die Leistungen des Auftragnehmers belaufen sich im Auftragsfall auf:

- Betreuung des DRK Google Ads Accounts + Microsoft Bing Accounts
 - **Search:** Managen der Suchkampagnen und kontinuierliche Kontopflege:
 - Selbstständige Gebotsanpassungen um ROI Ziele zu erreichen, die Resultate werden monatlich innerhalb eines schriftlichen Reportings per Mail (inkl. klarer Einschätzung der Ergebnisse, Begründung und Handlungsempfehlung) für den Auftraggeber zusammengefasst
 - Weiterentwicklung der Kampagnenstruktur (nach Freigabe des Auftraggebers per Email) - Ausbau qualitativer Keywords, Anzeigen Erweiterungen, Gebotsstrategien, Texte - Empfehlungen sollen vom Auftragnehmer mindestens 1x im Quartal schriftlich zusammengefasst und an den Auftraggeber geschickt werden
 - Reporting über kundenspezifisches Dashboard (Beispiel: Adverity) + innerhalb von zweiwöchentlichen Jour Fixes
 - **Weitere:** Aufsetzen und managen anderer Adwords Kampagnen (z.B. YouTube, GDN Kampagnen)*
 - Dies beinhaltet die schriftliche Ausarbeitung eines Excel Mediaplanes (inkl. Prognose Werte, Targeting + Werbeformat-Empfehlung), sowie Optimierung und wöchentliches (Montags-)Reporting während einer laufenden Kampagne (ebenfalls in Excel Format).

*Das DRK verpflichtet sich nicht die unter "Weitere" aufgeführten Adwords Kampagnen über den hier erfolgreichen Bieter auszusteuern.

3.2. Ziele und KPI's

Google Search

- Conversions (Online Spenden)

Weitere

- *Kampagnenspezifisch, daher je nach Absprache*

Microsoft Bing

- Conversions (Online Spenden)

3.3. Fallbeispiel

Der Auftraggeber übernimmt die bestehenden Google Ads und Bing Accounts des DRK und pflegt diese im Hinblick auf die zu erzielenden KPIs und Maximalbudgets. Weiterhin berät der Auftragnehmer den Auftraggeber hinsichtlich der Wahl geeigneter Google Ads Online Platzierungen, sollte eine zusätzliche Kampagne vom Auftraggeber eingebriefed worden sein (dabei spielen die Kampagnenziele, das Budget, Timings, nutzerfreundliche Werbeformate und zielführende Targetings eine Rolle).

Der Dienstleister hält die Performance der Google Ads + Microsoft Bing Kampagnen wie vereinbart fest und nimmt entsprechende Optimierungen vor. Zusätzliche Google Ads Kampagnen skizziert er vorab innerhalb eines Mediaplanes und reicht diesen an den Auftraggeber weiter. Sofern das Angebot durch den Auftraggeber geprüft und bestätigt wurde, werden die Mediaanzeigen durch den Dienstleister gebucht bzw. ausgesteuert. Die Abrechnung erfolgt hierbei nach dem Beispiel:

Formel: $\text{Kosten (Google Adwords exkl. Google Grants + Microsoft Bing Account Media Ausgaben in EUR) * (Honorar in \%)} = \text{Kundenpreis Netto} + \text{Mwst} = \text{Kundenpreis Brutto}$

Beispielrechnung: $10.000,00 \text{ EUR (Kosten)} \times 6,00 \% \text{ (Honorar)} = 600,00 \text{ EUR Kundenpreis Netto} + \text{Mwst} = \text{Kundenpreis Brutto}$

4. Rahmenbedingungen

4.1. Vertragsbedingungen

Die Vertragsbedingungen sind in dem beigefügten Rahmenvertrag (Muster) geregelt. Es werden keine abweichenden Vertragsbedingungen akzeptiert.

4.2. Auftragsverarbeitungsvereinbarung

Nach Auftragserteilung (bzw. Vertragsunterzeichnung) ist zwischen dem Auftraggeber und dem Auftragnehmer eine Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV) zu vereinbaren. Ein Muster ist den Vergabeunterlagen beigefügt.