

Leistungsbeschreibung

Vergabetitel:	Rahmenvereinbarung Online Mediaagentur
Vergabe-Nr.:	21-057

1. Beschaffungsziel

Ziel dieser Ausschreibung ist die Beauftragung einer Mediaagentur für Planung, Aussteuerung und die Analyse unserer bezahlten online Werbemaßnahmen.

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. Ziele und KPI's

- Qualitativer Website Traffic (Awareness Kampagnen)
- Conversions
 - Online Spenden (Auslandsprojekte)
 - Lead Generierung (z.B. Newsletter Sign-ups, Social Follower, etc)

3.2. Leistungen

Die Leistungen des Auftragnehmers belaufen sich im Auftragsfall auf:

- Beratung innerhalb der Kampagnenplanung (pro Kampagne)
 - Empfehlungen zu Zielgruppen/ Kanälen/ Werbeformaten (B2C und B2B), bei Bedarf in Powerpoint Format mit Zielgruppen Insights, Markttrends und Performance Benchmarks
 - Erstellung eines Mediaplanes mit Infos zu Platzierungen, Werbeformaten, Targetings und Leistungsprognosen,
 - Einholung von Angeboten für Mediaanzeigen, Vorlage bei dem Auftraggeber, Buchung nach Zustimmung durch den Auftraggeber
- Aussteuerung und Reporting
 - Regelmäßige Optimierungen um vorab festgelegte Kampagnenziele zu erreichen,
 - Reportings inkl. schriftliche Einschätzung und Kampagnenübergreifendes Benchmarking,
 - Klare Handlungsempfehlungen (short + long term),

Regelmäßige Jour Fixes sollten innerhalb von Kampagnenzeiträumen eingeplant werden.

Hinweis: Die Umsetzung der SEA Kampagnen und SEO-Optimierung wird in Zusammenarbeit mit langjährigen Partneragenturen gesteuert, und wird daher nicht Bestandteil dieser Ausschreibung sein!

3.3. Fallbeispiel

Das folgende Beispiel soll die Leistungserbringung verdeutlichen:

Der Auftraggeber möchte neue Spender für die DRK Auslandsprojekte gewinnen. Der Auftraggeber wendet sich mit den entsprechenden Kampagnenzielen an den Dienstleister des hier abzuschließenden Vertrages. Der Dienstleister berät den Auftraggeber hinsichtlich der Wahl optimaler Online Platzierungen (dabei spielen die Kampagnenziele, das Budget, Timings, nutzerfreundliche Werbeformate, die Zielgruppe und deren Medianutzungsverhalten eine Rolle).

Der Dienstleister hält seine Empfehlungen innerhalb eines Mediaplanes fest 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: $\text{Kosten Mediaanzeige in EUR (Agenturnetto)} + (\text{Kosten Mediaanzeige in EUR Agenturnetto} \times \text{Honorar in \%}) = \text{Kundenpreis Netto} + \text{Mwst} = \text{Kundenpreis Brutto}$

Beispielrechnung: $10.000,00 \text{ EUR (Agenturnetto)} + (10.000,00 \text{ EUR (Agenturnetto)} \times 8,00 \% (\text{Honorar})) = 10.800,00 \text{ EUR Kundenpreis Netto} + \text{Mwst} = \text{Kundenpreis Brutto}$

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.