

Arbeitsbereich 2.6

Beratung und Umsetzung von zielgruppen- spezifischen Produkten

Leistungsbeschreibung

1. Hintergrund und Ziel des Auftrags

Der Arbeitsbereich 2.6 begleitet die Einführung der Pflegeberufe nach dem Pflegeberufegesetz. Es werden Aufgaben im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit, der Forschung und der Dauerbeobachtung zu den Pflegeberufen wahrgenommen. Verschiedene Produkte, wie zielgruppenspezifische Informationen, Fachveranstaltungen, Studien und Datenerhebungen unterstützen die Pflegebildung und den Pflegeberuf. Die Ordnungsarbeit wird durch eine vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und vom Bundesministerium für Gesundheit (BMG) einberufenen Fachkommission wahrgenommen. Unterstützt wird die Fachkommission durch die im Arbeitsbereich eingegliederte Geschäftsstelle der Fachkommission nach dem Pflegeberufegesetz. Außerdem übernimmt das BIBB laut Pflegefachassistenteneinführungsgesetz künftig die Aufgabe der Beratung und Information zur Pflegefachassistentenausbildung sowie die Aufgabe des Aufbaus unterstützender Angebote und Strukturen zur Organisation der Pflegefachassistentenausbildung nach Weisung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und des Bundesministeriums für Gesundheit.

Mit der Beauftragung einer Medienagentur verfolgen wir zwei zentrale Ziele:

- 1) **Beratung und Konzeptionierung zielgruppenorientierter öffentlichkeitswirksamer Produkte → hier sollen alle unsere Zielgruppen berücksichtigt werden**
In der Vergangenheit wurden bereits einige öffentlichkeitswirksame Produkte (siehe nächste Seite) für verschiedene Zielgruppen (siehe nächste Seite) entwickelt. Nun soll zunächst ein Ist-Stand herausgearbeitet werden. Darüber hinaus benötigen wir eine umfassende Beratung und Konzeptionierung zu innovativen, zeitgemäßen und besonders zielgruppenspezifischen Produkten/Maßnahmen. Die neuen Produkte und Maßnahmen werden interaktiv mit dem Auftraggeber zusammen entwickelt, ggf. unter Einsatz von agilen Methoden wie Design Thinking.
- 2) **Weiterentwicklung des bereits vorhandenen Factsheets → primär für die Zielgruppe Praxis**
Primär für die Zielgruppe Praxis bieten wir seit einiger Zeit ein Factsheet mit Forschungsergebnissen der Forschungsprojekte an. Dies soll weiterentwickelt und überarbeitet werden. Der Auftraggeber stellt dem Auftragnehmer zum Auftragsbeginn das aktuelle Factsheet zur Verfügung.

Im Angebot ist beispielhaft eine Idee für ein mögliches Produkt im Konzeptteil zu integrieren. Dies ist Teil der Bewertung (siehe Kriterien).

Folgende öffentlichkeitswirksame Produkte bieten wir an/haben wir schon einmal angeboten:

- Website
- Newsletter
- Social Media
 - LinkedIn (BIBB-Kanal)
 - YouTube (3 Fragen an...)
- Veranstaltungen
 - Tagungen
 - Forschungskongress
 - Brownbag
 - Graphic Recording (externe Dienstleister)
 - Lessons Learned Veranstaltung
- Pressearbeit
 - Pressemitteilungen
 - Netzwerkarbeit mit Journalisten
 - Presseanfragen bearbeiten
- Podcast
- Publikationen
 - Factsheets
 - Handreichungen
 - Discussion Paper
 - Flyer
 - Fachartikel
 - Fachbeiträge in Fachliteratur

Zielgruppen:

Pflegewissenschaftler/-innen und Forschende in der Pflege

- mit Interesse an den bisherigen Erkenntnissen des Forschungsprogramms oder des Monitorings.
- auf der Suche nach konkreten Ergebnissen, Daten und Fakten

Praxis

- Pflegepädagog/-innen und Lehrende an Pflegeschulen und Hochschulen
- Träger der praktischen Ausbildung (TdpA), wie z. B. Krankenhäuser, stationäre oder ambulante Pflegeeinrichtungen
- Praxisanleiterinnen und Praxisanleiter

- Auszubildende

Weitere Zielgruppen

- Pflegeverbände
- Partner im Ausbildungsverbund/ Kooperationspartner, Versorgungsbereiche, die nicht im eigenen Unternehmen abgedeckt sind
- Ausbildungsinteressierte (*Verlinkung zu pflegeausbildung.net*)

Die verschiedenen Zielgruppen haben sehr unterschiedliche digitale Kenntnisse und Möglichkeiten, weshalb wir Teile der Zielgruppen ausschließlich mit Print-Produkten erreichen.

Der geplante Auftrag umfasst folgende Leistungsbestandteile (bezieht sich auf beide zentralen Ziele):

1. Analyse und Bewertung des bisherigen Angebots (siehe oben)
2. Ausführliche Beratung zu möglichen kreativen, innovativen und zielgruppenorientierten Produkten/Maßnahmen.
3. Konzeptionierung/Umsetzung/Weiterentwicklung des Factsheets
4. Einbindung des BIBB Logos und des AB 2.6 Key Visual
5. Farb- und Textgestaltung nach dem Corporate Design des BIBB

Details werden im Auftragsverlauf zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer abgestimmt

2. Dokumentation

Der Auftrag wird exklusiv für den Auftraggeber BIBB durchgeführt. Die Verwertungs- und Publikationsrechte der erstellten Produkte/Maßnahmen liegen ausschließlich beim Auftraggeber. Die Rechte an Produkten verbleiben beim BIBB als Auftraggeber, d. h. es erfolgt eine vollständige Übergabe des erstellten Produktes. Der Auftragnehmer als Urheber wird genannt.

3. Form der Leistung

Die zu beauftragende Leistung umfasst eine transparente und vollständige Bearbeitung. Alle zu erstellenden Leistungen sind in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber zu gestalten. Am Ende des Auftrags werden alle Ergebnisse an den Auftraggeber übergeben. Der Auftragnehmer steht in regelmäßigem Kontakt mit dem Auftraggeber, um über den Status des Auftrages zu informieren und Feinabstimmungen vorzunehmen. Das Projekt gilt als erfolgreich abgeschlossen, wenn die Projektleistungen des Auftragnehmers schriftlich durch den Auftraggeber abgenommen und bestätigt wurden. Mögliche Unteraufträge sind im Angebot zu

kalkulieren. Der Auftraggeber behält sich gem. UVgO 26 (1) vor, den Namen des Unterauftragnehmers (sofern zumutbar), sowie einen Nachweis über die Mittel des Unterauftrages bis zur Zuschlagserteilung vorgelegt zu bekommen. Der Bieter ist angehalten, das BIBB auf Widersprüche innerhalb dieser Leistungsbeschreibung aufmerksam zu machen. Das BIBB behält sich vor, Unterlagen nachzufordern. Alle Dokumente im Projekt und das Angebot sind in deutscher Sprache nach den Regeln der neuen deutschen Rechtschreibung zu erstellen. Dies beinhaltet eine orthographisch und grammatikalisch korrekte Form und eine konsistente Formatierung. Unzulänglich lektorierte Übermittlungen führen automatisch zu einer nicht-abnahmefähigen Mangelleistung. Alle an den Auftraggeber übermittelten Ergebnisse müssen auch digital nutzbar sein.

Alle Fotos, Illustrationen etc. müssen bezüglich der Rechte Dritter über das Webangebot des BIBB und den YouTube-Kanal des BIBB veröffentlichungsfähig sein. Bei selbst erstelltem Bild- und Videomaterial ist insbesondere darauf zu achten, dass die abgebildeten Personen mit einer Publikation im genannten Rahmen einverstanden sind. Für die Einhaltung des Urheberrechts ist der Auftragnehmer verantwortlich.

Im Arbeitsbereich bestehen folgende Ideen für neue Formate, die mit dem Auftragnehmer beraten werden:

- Imagefilm
- Neue Podcastreihe
- Vorstellung des Teams über Handout/Website

4. Zeitplan

Der vorgesehen Auftrag hat eine Laufzeit von sechs Monaten und startet voraussichtlich im April 2025.

5. Eignungskriterien

Durch Referenzen (= einschlägige Projekte, Dienstleistungsaufträge, Publikationen, Expertisen, Forschungsprojekte, wissenschaftliche Begleitungen, Evaluationen etc., nachzuweisen durch Angaben zu Auftraggeber, Art und Umfang der Leistung, Auftragswert, Zeitraum) weist der Bieter seine einschlägigen, langjährigen Erfahrungen zur Aufgabenwahrnehmung nach. Über den Zeitraum der höchstens

letzten drei Jahre müssen mindestens drei vergleichbare Referenzen erbracht werden. Bei einem Verbund können die Referenzen auch durch unterschiedliche Akteure eingebracht werden.

Eignungskriterium
Das vom Bieter eingesetzte Personal verfügt über methodische Expertise in der Beratung zu öffentlichkeitswirksamen Produkten (z.B. Aufträge, Publikationen, Lehraktivitäten, Projekte, Evaluationen, durchgeführte Begleitforschungen, operative Umsetzung, Forschung). Der Nachweis erfolgt durch die ausgefüllte Eigenerklärung zur beruflichen Leistungsfähigkeit.

6. Zuschlagskriterien mit Bewertungsmatrix

Kriterium	Gewichtung	Bewertungskriterien
Gesamtpreis	40 %	Der Bestpreis wird mit 10 Punkten bewertet. Für alle weiteren Bieter ermittelt sich die Punktzahl nach der Formel: $\text{Bestpreis} \times 10 / \text{Preis des jeweiligen Angebotes}$. Es wird nach den kaufmännischen Regeln auf zwei Stellen hinter dem Komma gerundet.
Konzept für ein zielgruppenorientiertes Produkt Unterkriterien • Arbeits- und Zeitplanung • Methodisches Vorgehen • Projektmanagement • Produktvielfalt	60 %	Zielerreichungsgrad siehe Wertungsgrundlagen

Kriterium	Gewichtung	Bewertungskriterien
Kommunikationsplanung		

Wertungsgrundlagen

Die Entscheidung über das für den Vertragsschluss vorgesehene Angebot wird auf Basis der nachfolgenden Wertungsgrundlagen fallen.

1) Preis (Max. 10 Punkte, Gewichtung: 40 %)

Das Angebot mit dem niedrigsten Preis erhält die höchste Bepunktung (10 Wertungspunkte).

Alle höheren Preisangebote werden nach der Formel: $\text{Bestpreis} \times 10 / \text{Preis des jeweiligen Angebotes}$ berechnet. Es werden mindestens 0 Punkte vergeben, negative Punktevergaben sind ausgeschlossen.

2) Konzept für ein zielgruppenorientiertes Produkt: (10 Punkte, Gewichtung: 60 %)

- Für jedes erfüllte Unterkriterium werden zwei Punkte vergeben
- 10 Punkte (sehr gutes Konzept):**
 - Alle Unterkriterien (Arbeits- und Zeitplanung, methodisches Vorgehen, Projektmanagement, Produktvielfalt, Kommunikationsplanung) werden vollständig erfüllt.
 - Das Konzept zeigt besondere Kreativität, Innovationskraft und Praxisnähe.
- 8 Punkte (gutes Konzept):**

- Gute Ansätze bei der Zielgruppenorientierung, jedoch mit geringem Optimierungspotenzial.
- **6 Punkte (befriedigendes Konzept):**
 - Teilweise Schwächen bei der Zielgruppenansprache oder der Produktvielfalt.
- **4 Punkte (ausreichendes Konzept):**
 - Deutliche Schwächen in der Planung oder der Zielgruppenansprache.
- **2 Punkte (ungenügendes Konzept):**
 - Wesentliche Anforderungen bleiben unbeachtet, die ordnungsgemäße Auftragserfüllung ist fraglich.
- **0 Punkte:**
 - Angebote ohne Konzept werden von der Wertung ausgeschlossen gem. UVgO § 42 Abs. 1 Nr. 2)

Zusätzliche Hinweise:

- Die Konzepte werden durch mindestens zwei Vertreter des Auftraggebers bewertet.
- Bei Punktgleichheit erhält das Angebot mit dem günstigeren Preis den Zuschlag.

Allgemeine Informationen zur Bewertung:

Die Bewertung des Konzeptes erfolgt im Vergleich zu den eingegangenen Konzepten.

7. Zahlungsbedingungen

Die Rechnung ist gemäß §14 ff. Umsatzsteuergesetz zu erstellen. Geben Sie im Angebot Bruttosummen an.

8. Zahlungsplan

Projektmonat	Meilenstein	Anteil Gesamtsumme
1	Erster Entwurf eines Produktes	50 %
6	Abgeschlossene Beratung, neue Maßnahmen, Produkte und das überarbeitete Factsheet liegen vor	50 %

Nach dem ersten Projektmonat erfolgt die Zahlung von 50 % der Gesamtsumme für einen Entwurf des Produktes. Die abschließende Zahlung der übrigen 50 % erfolgt nach 6 Projektmonaten für die abgeschlossene Beratung und die Entwürfe der neuen Produkte und Maßnahmen.

9. Datenschutz

Der Auftragnehmer (einschließlich etwaige Unterauftragnehmer) ist für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen verantwortlich. Daten dürfen ausschließlich zweckgebunden für diesen Auftrag und nicht anderweitig verwendet werden. Alle bei der Durchführung des Auftrages eingesetzten Personen sind zur Verschwiegenheit über alle ihnen bei der Durchführung des Auftrages bekannt gewordenen Tatsachen zu verpflichten.