

Plakataktion

zur Förderung des Radfahrens mit Helm

Leistungsbeschreibung

1. Ausgangslage und Zielsetzung

Die Deutsche Verkehrswacht e. V. ist eine gemeinnützige Organisation, die sich für die Verbesserung der Verkehrssicherheit einsetzt. Mit Kampagnen, Maßnahmen und Aktionen motiviert sie Verkehrsteilnehmende zu einem verkehrssicheren Verhalten.

Ziel der bundesweiten Plakatkampagne ist es, für das Tragen eines Fahrradhelms zu sensibilisieren und zum freiwilligen Helmtragen beim Radfahren zu motivieren. Fahrradhelme können bei einem Sturz dazu beitragen, Kopfverletzungen zu verhindern oder deren Schwere zu verringern.

Für die Kampagne sind zwei Plakatsmotive vorgesehen. Diese befinden sich derzeit in der Abstimmung. Der Auftraggeber stellt dem Auftragnehmer die freigegebenen Druckvorlagen nach der Abstimmung zur Verfügung. Die Gestaltung der Motive ist nicht Bestandteil der ausgeschriebenen Leistung.

2. Gegenstand und Umfang der Leistung

Gegenstand der Leistung sind die Herstellung, die bundesweite Platzierung und der Aushang von 18/1-Großflächenplakaten mit zwei vierfarbigen Motiven sowie die Dokumentation der durchgeführten Aushänge.

Es sind zwei gesondert kalkulierte Angebote einzureichen, die den jeweils angebotenen Leistungsumfang für ein Gesamtbudget von maximal **180.000 Euro** beziehungsweise maximal **230.000 Euro**, jeweils einschließlich der gesetzlichen Mehrwertsteuer, darstellen. Sämtliche zur ordnungsgemäßen Leistungserbringung erforderlichen Kosten sind in den Angeboten zu berücksichtigen. Dazu gehören insbesondere Druck, Transport, Flächenbelegung, Plakatierung und Dokumentation.

Innerhalb des jeweiligen Budgets ist eine möglichst große Anzahl von Plakaten mit der unter Ziffer 4 festgelegten Mindestdauer zu belegen. Die Anforderungen an die regionale Verteilung und die Ausführungsqualität sind dabei einzuhalten.

a. Herstellung der Plakate

Die Plakate sind im Format 18/1 auf Grundlage der freigegebenen Druckvorlagen herzustellen. Beide Motive sind vierfarbig zu drucken.

Die Aufteilung der herzustellenden Plakate und der belegten Aushangstellen auf die beiden Motive soll möglichst gleichmäßig erfolgen.

Für den Druck sind ein für die Art der Plakatierung handelsübliches Material und eine entsprechende Papierqualität zu verwenden. Die Plakate müssen für den vorgesehenen Aushang und die vereinbarte Aushangdauer geeignet sein.

Vor Beginn der Produktion legt der Auftragnehmer dem Auftraggeber einen Korrekturabzug zur Freigabe vor. Die Produktion erfolgt erst nach Freigabe durch den Auftraggeber.

b. Planung und Durchführung des Aushangs

Der Auftragnehmer übernimmt die Planung, Buchung und Belegung der Aushangstellen sowie die ordnungsgemäße Plakatierung.

In den Angeboten sind folgende Angaben getrennt auszuweisen:

- Anzahl der herzustellenden Plakate;
- Anzahl der Aushangstellen;
- Anzahl und Dauer der vorgesehenen Belegungen;
- Verteilung der beiden Motive.

c. Dokumentation und Mediawert

Nach Abschluss der Kampagne dokumentiert der Auftragnehmer die tatsächlich durchgeführten Aushänge durch Belegungslisten je Stadt beziehungsweise Ort.

Die Belegungslisten enthalten mindestens:

- Stadt beziehungsweise Ort und Bundesland;
- Adresse oder eindeutige Standortkennung der Aushangstelle;
- tatsächlichen Aushangbeginn und tatsächliches Aushangende;
- Anzahl der Belegungstage.

Die Dokumentation ist spätestens 30 Kalendertage nach Abschluss des letzten Aushangs elektronisch vorzulegen.

Der Mediawert der Kampagne ist auf Grundlage der tatsächlich durchgeführten Belegungen zu berechnen. Als Berechnungsgrundlage dienen handelsübliche Marktpreise. Preisquelle, Belegungstage und Berechnungsweg sind nachvollziehbar auszuweisen. Der Mediawert ist getrennt von den tatsächlichen Kosten der Leistung darzustellen.

3. Allgemeine Leistungsanforderungen

Die Plakate sind fachgerecht und während der vereinbarten Aushangdauer anzubringen.

4. Leistungszeitraum und Leistungsorte

a. Leistungszeitraum

Der erste Aushang soll ab Ende des Jahres 2026 beginnen.

Die Aushangdauer je Belegung beträgt mindestens 10 aufeinanderfolgende Kalendertage.

Sämtliche Aushänge müssen spätestens am 30. April 2027 abgeschlossen sein.

b. Leistungsorte und regionale Verteilung

Die Aushangstellen sind möglichst bundesweit zu verteilen. Regionale Schwerpunkte sind Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz sowie die Städte Berlin, Bremen, Dresden, Hamburg, Hannover, Kiel, Leipzig und Magdeburg.

Mindestens 50 Prozent der Aushangstellen müssen in Städten mit mehr als 50.000 Einwohnenden liegen.

5. Angaben in den Angeboten

Die Angebote müssen die angebotene Leistung so darstellen, dass Umfang, Qualität, zeitliche Durchführung und regionale Verteilung nachvollziehbar geprüft werden können.

Neben den unter Ziffer 2 genannten Mengenangaben sind der Gesamtpreis einschließlich der gesetzlichen Mehrwertsteuer sowie die Kosten für Druck, Flächenbelegung, Plakatierung und sonstige Leistungen getrennt auszuweisen.

Für jedes Angebot ist darzustellen, dass sämtliche Anforderungen dieser Leistungsbeschreibung innerhalb der jeweiligen Budgetobergrenze erfüllt werden.