

Ausschreibung von Dienstleistungen und Beratungsleistungen:

**Erarbeitung einer Brand Strategie / Markenstrategie;
Überarbeitung des Corporate Design, Erstellung von Imagematerialien;
Re-Design und Relaunch des Internetauftritts sowie
Erstellung einer Social Media Strategy
für die Internationale Akademie Nürnberger Prinzipien**

Vorbemerkungen

Die im November 2014 vom Bund, dem Land Bayern und der Stadt Nürnberg gegründete Internationale Akademie Nürnberger Prinzipien (IANP) ist eine Stiftung des bürgerlichen Rechts mit Sitz am historischen Ort der Nürnberger Prozesse, dem Geburtsort des modernen Völkerstrafrechts. Die Stiftung versteht sich als internationales und interdisziplinäres Forum zu Fragen des Völkerstrafrechts. Sie veranstaltet internationale Konferenzen, betreibt interdisziplinäre Forschung und arbeitet im Bereich der Aus- und Fortbildung für Praktiker_innen im Völkerstrafrecht (insbes. für Richter_innen, Staatsanwälte_innen sowie Verteidiger_innen, die in Konfliktstaaten und/oder bei regionalen und internationalen Gerichten auf dem Gebiet des Völkerstrafrechts tätig sind).

Voraussichtlich im September 2020 wird die IANP in ihre endgültigen Büroräume im Erdgeschoss des Ostflügels des Nürnberger Justizpalastes umziehen. Mit diesem Umzug ist die Aufbauphase der IANP abgeschlossen.

Dieser Zeitpunkt ist ideal, um das Erscheinungsbild der IANP, das Corporate Design und den Internetauftritt der Akademie zu überarbeiten und zu modernisieren, idealerweise bis Ende 2020. Hier hat seit der Zeit des Gründungsbüros, das im Jahre 2011 seine Arbeit aufgenommen hatte, eine eher spontane Entwicklung und Weiterentwicklung stattgefunden. Jedoch sind in dieser Zeit auch markenbildende Elemente, vor allem das Logo der IANP, entwickelt und bekannt gemacht worden; insoweit soll Bewährtes, vor allem das Logo, erhalten bleiben und in das zu entwickelnde Gesamtkonzept eingebunden werden.

Die Ausschreibung hat das Ziel, einen oder mehrere leistungsstarke Partner als Dienstleister sowie als Berater für die folgenden Bereiche zu gewinnen:

Los 1:

(Weiter-) Entwicklung des Corporate Design der IANP im Bereich von Korrespondenz, Publikationen (vor allem Printpublikationen) und Neuerstellung von Imagematerialien

- Grundlagen wie Positionsbestimmung, Mitbewerberanalyse (z.B. NGOs, Institutionen, Hochschulen) und erste, anwendungsbezogene Layoutskizzen zur Veranschaulichung der Konzeptidee / visueller Strategie zum besseren Verständnis und zur Greifbarkeit der Marke IANP;
- Graphische Präsentation der Akademie einschließlich Logo, Farben und Farbklima, Typographie mit Gestaltungsrastern, eine Bilderwelt, Bilderweltauswahl, PR-Material, Internetseite, PowerPoint-Vorlagen, Newsletter, mobile Displays, Werbeträger, Bannerwerbung, sowie der Geschäftsausstattung (Briefpapier, Visitenkarten, Mappen, Pressemeldungen, Stempel, Türschilder etc.);
- Erstellung eines Corporate-Design-Manuals auf der Basis des abgestimmten Grundkonzepts als Grundlage für weitere Arbeiten;
- Print: Erstellung von Imagebroschüren und Flyern zu allgemeinen Werbezwecken in deutscher, englischer und französischer Sprache sowie von Layouts für regelmäßig erscheinende Publikationen der IANP (z. B. Konferenzberichte, Jahresberichte, Unterrichtung der Gremien);
- Print: Erstellung einer Jubiläumspublikation (40 Seiten) zur Dokumentation der Arbeit der ersten fünf Jahre der IANP (2014-2019) in deutscher und englischer Sprache (Grunddesign, Korrekturphasen, Reinzeichnung, Druckvorlage, Web PDF)
- Abhängig vom Ergebnis der Beratung zu Los 3: Präsentation der IANP auf Twitter, LinkedIn, Xing und weiteren für die Arbeit der IANP sinnvollen sozialen Medien
- weitere Aufgaben nach Absprache in diesen Bereichen.

Los 2:

Re-Design und technische Realisierung des Internetauftrittes der IANP

- Neuerstellung der Website der Akademie in deutscher und englischer Sprache in allen Bereichen sowie einem statischen Basisangebot in französischer Sprache (mit der Option weitere Sprachen zum Basisangebot hinzuzufügen) unter Berücksichtigung der internationalen Zielgruppe, d.h. Konzept, Design mit Bezug auf das überarbeitete Corporate Design der IANP, Usability, Programmierung; Die technische Umsetzung wird nach Vergabe näher besprochen.
- Erarbeitung und Realisierung der Struktur, Funktionalitäten, SEO-Optimierung (Sitemap, Keyword-Analyse, Usability-Prüfung), Auswahl und Integration des CMS, Einbindung bereits vorhandener Informationen und Angebote, insbes. der bereits betriebenen Datenbanken, Back-End Werkzeuge zur Pflege der Inhalte durch die Mitarbeiter_innen der Akademie, User Manual;
- weitere Aufgaben im Bereich des Internetauftrittes nach Absprache.

Los 3:

Entwicklung einer Performance Marketing / Social Media Strategie unter Einbeziehung der Mitarbeiter_innen der IANP zur eigenständigen Weiterführung

- Erstellung eines Social Media Konzeptes für die IANP einschließlich einer Performance Marketing Strategie für eine Non-Profit Einrichtung;
- Konzeption der digitalen Marke IANP, Auswahl von für die Arbeit der IANP sinnvollen sozialen Medien z.B. Twitter, LinkedIn, YouTube, und anderen Plattformen, ggf. Aufsetzen von Werbekonten, Mediaplan für 1 Jahr.

Die Vergabe des/der Aufträge erfolgt im Wege der öffentlichen Ausschreibung. Es wird ausdrücklich zugelassen für alle drei Lose oder auch nur für ein oder zwei Lose anzubieten, insoweit erfolgt keinerlei Einschränkung.

Angebotsabgabe

Die Angebotsabgabe hat schriftlich und in deutscher Sprache zu erfolgen. Jedes Angebot muss eindeutig gekennzeichnet, mit Datum versehen und von einer dazu berechtigten Person unterschrieben sein. Angebote von Bietergemeinschaften müssen von allen Mitgliedern der Bietergemeinschaft unterschrieben sein, es sei denn die Bietergemeinschaft bestimmt eine/n Vertreter_in, der/die in ihrem Namen unterschreibt. Hierfür ist dem Angebot eine entsprechende schriftliche Vollmacht – von allen Mitgliedern der Bietergemeinschaft unterschrieben – beizulegen.

Ein Mini-CD-Guide (Farben, Schriften, Bilder, Bilder / Farbwelt) sowie eine erste Startseite der Internetseite und der Twitterseite der IANP ist mit der Angebotsabgabe einzureichen (in englischer Sprache). Eine detaillierte Ausarbeitung wird erst im Rahmen der Finalentscheidung für die geladenen ausgewählten Anbieter_innen erbeten.

Nach der Auftragserteilung gehen für sämtliche Lieferungen und Leistungen unbegrenzte und alleinige Nutzungsrechte für Produkte, Ideen und Designs auf die IANP über, zuzüglich Übergabe aller offenen Layout-Daten (inklusive Dokumente und Bilder) nach Projektende.

Unvollständige oder nach der Frist eingehende Angebote werden nicht berücksichtigt.

Für die Erstellung der Angebotsunterlagen wird keine Vergütung gewährt.

Angebotspreise

Alle Angebotspreise sind in Euro anzugeben, die Mehrwertsteuer ist separat auszuweisen, der Bruttogesamtpreis ist anzugeben.

Soweit möglich sollen die Dienstleistungen zum Festpreis angeboten werden. Sofern das nicht möglich oder sinnvoll ist, sind die Preise pro Stunde anzugeben; in diesen Fällen ist der Bieter verpflichtet, eine Schätzung des Zeitaufwandes und der beteiligten Personen (Seniors, Juniors, Onlineexperte_in, etc.) für das jeweilige Produkt / die Dienstleistung vorzunehmen und auf dieser Basis einen Angebotspreis und ein Gesamtbudget zu ermitteln.

Alle Preise sind auf einem Preisblatt zusammenzufassen, welches den Gesamtpreis pro Los sowie die Preise für die in den Losen einzeln aufgeführten Leistungen bzw. Produkte ausweisen.

Wertung der Angebote, Zuschlagskriterien

Die folgenden Kriterien (anteilige Gewichtung in Klammern in Prozent angegeben) bilden die Grundlage der Zuschlagsentscheidung:

- Qualifikation und Erfahrung der Projektmitarbeiter_innen, Qualität der Referenzprojekte, Organisation des Anbieters, Kommunikation, Ressourcenplanung und Abrechnung (insges. 15 %)
- Schriftliches Angebot / Konzept und Präsentation, inhaltlich präzise Umsetzung unter Berücksichtigung der Aufgabenstellung, Schwerpunktsetzung und Überzeugungskraft, technische Handhabbarkeit (insgesamt 45 %)
- Angebotspreis gemäß Preisblatt (in EUR brutto) (40 %)

Sonstige Hinweise

Allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers sind ausgeschlossen.

Interessierte Bieter_innen können auf Anfrage die Anforderungen zu den Losen 1 (Corporate Design) und/oder 2 (Internetseite) und Muster der bisher verwendeten markenbildenden Elemente erhalten.

Angebotsfrist und Form

Angebote sind ausschließlich per E-Mail an die Adresse admin@nurembergacademy.org einzureichen.

Die Angebotsfrist endet am 10.08.2020 um 24 Uhr MESZ.

Fragen können schriftlich per E-Mail an admin@nurembergacademy.org bis einschließlich 20.07.2020 gestellt werden. Antworten erhalten die Fragenstellenden gesammelt bis 23.07.2020. Eine zweite Fragerunde ist nicht vorgesehen.

Internationale Akademie Nürnberger Prinzipien
Egidienplatz 23
90403 Nürnberg
www.nurembergacademy.org