

Ausschreibung von Dienstleistungen und Beratungsleistungen:

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

Fragen zur Ausschreibung:

Allgemein

Ist die Abgabe des Mini-CD auch erforderlich, insofern die Bewerbung nur für die Lose 2 und/oder 3 stattfindet?

Antwort: Die Abgabe eines Mini-CD ist nur für Los 1 relevant.

Welche Etataufteilungen/Gewichtungen sind für die 3 Bereiche (Lose) vorgesehen?

Antwort: Eine derartige Gewichtung ist nicht vorgesehen.

Wird Ihr Budget monatlich, ähnlich wie bei einem klassischen Werbebudget entrichtet?

Antwort: Nein.

Sind neben dem Angebot noch Referenzprojekte einzureichen (wenn ja, welcher Art?) und welche Vorarbeit ist für Los 1, 2 und 3 gewünscht?

Wie wichtig sind Ihnen Referenzen die mit großen Projekten und Marken entstanden sind?
Sind auch Referenzen interessant die in Kooperationen entstanden sind, teilweise auch durch unser Netzwerk?

Antwort: Hinsichtlich der Referenzprojekte bitten wir um Angaben zu vergleichbaren Projekten (Auftragnehmer mit vergleichbarer Größe und, soweit möglich, vergleichbaren Tätigkeiten (non-profit). Eine stichwortartige Beschreibung des Projektes sowie der erbrachten Leistungen ist ausreichend.

Wir erwarten im Zuge der Ausschreibung nicht, dass uns umsetzungsreife und nahezu vollständige Konzepte vorgelegt werden. Wir erwarten, dass wir aufgrund des Angebotes erkennen können, wie Ihre Vorschläge in etwa aussehen, welche Werkzeuge Sie einsetzen wollen (insbes. bei Los 2) und warum Sie den vorgeschlagenen Entwurf bzw. Lösungsweg für geeignet halten.

Für wie viele Jahre ist die Zusammenarbeit angedacht?

Antwort: Die Zusammenarbeit erstreckt sich auf die Entwicklung des Corporate Design, der Internetseite und der Social Media Strategie. Die Weiterführung und Pflege der jeweiligen Bereiche ist danach a priori innerhalb der IANP angesiedelt.

Ab wann würde die Zusammenarbeit beginnen?

Antwort: Die Zusammenarbeit zur Entwicklung des/der entsprechenden Lose/s erfolgt nach der Auswahl des/der jeweiligen Dienstleister/s und Vertragsabschluss.

Ist eine bestimmte Anzahl an Vor-Ort-Meetings gewünscht und zu berücksichtigen?

Antwort: Die besten Anbieter in der engeren Auswahl präsentieren ihre Ideen vor Ort.

Nach Auswahl des/der Dienstleister/s erfolgt die fortlaufende Abstimmung insbesondere per Mail, Telefon, Videokonferenzen. Es sollten zwei bis drei Vor-Ort-Meetings eingeplant werden. Alle Vor-Ort-Meetings erfolgen selbstverständlich unter Einhaltung der derzeit geltenden Hygienevorschriften.

Gibt es ein Leitbild der „Internationale Akademie Nürnberger Prinzipien“, das Sie uns zusenden können?

Antwort: Es gibt kein schriftlich fixiertes Leitbild der IANP. Das Mandat der Akademie lautet:

„Die Internationale Akademie Nürnberger Prinzipien widmet sich der Förderung des Völkerstrafrechts und der Menschenrechte.

Die Akademie hat ihren Sitz in Nürnberg, dem historischen Geburtsort des modernen Völkerstrafrechts. Im Bewusstsein dieses historischen Erbes unterstützt die Akademie den Kampf gegen die Straflosigkeit von völkerrechtlichen Tatbeständen: Völkermord, Verbrechen gegen die Menschlichkeit, Kriegsverbrechen und Verbrechen der Aggression.

Ziel der Akademie ist es, durch die Stärkung des Rechts, der Nürnberger Prinzipien und des Rechtsstaatsprinzips nachhaltig Frieden zu fördern. Daher unterstützt sie weltweit die Durchsetzung des Völkerstrafrechts durch Wissensverbreitung und gezielte Trainingsmaßnahmen auf nationaler Ebene, um solche Verbrechen strafrechtlich zu untersuchen und zu verfolgen.“

Wurde die Ausschreibung unabhängig von der Veröffentlichung auf der IANP-Website zusätzlich auf einer der einschlägigen Vergabeplattformen veröffentlicht? Auf welcher?

Antwort: Die Ausschreibung wurde auch auf der Internetseite www.bund.de veröffentlicht.

In den Ausschreibungsunterlagen schreiben Sie "Für sämtliche Lieferungen und Leistungen gehen unbegrenzte und alleinige Nutzungsrechte für Produkte, Ideen und Designs auf die IANP über, zuzüglich Übergabe aller offenen Layout-Daten ...". Gehen wir recht in der Annahme, dass dies nicht für die im Rahmen der Bewerbung erwarteten Vorentwürfe gilt?

Bezieht sich dieses Recht auf die Entwürfe, die der Wettbewerbsgewinner im Rahmen des Auftrags erstellt oder auf weitere Arbeiten?

Antwort: Das unbegrenzte und alleinige Nutzungsrechte für Produkte, Ideen und Designs sowie aller offenen noch zu übergebenden Layout-Daten bezieht sich nur auf die Lieferungen und Leistungen nach Auftragserteilung, es bezieht sich nicht auf die im Rahmen der Bewerbung erwarteten Vorentwürfe.

Angebotspreise

Im Allgemeinen wünschen Sie sich die Angabe von Festpreisen zu den einzelnen Losen und ihren Leistungen, ersatzweise die Kombination von Stundensätzen und Schätzungen der Zeitaufwände (was Festpreisen gleichkommt). Gleichzeitig sind die in den Losen 1 und 2 enthaltenen Leistungen weitgehend offen artikuliert und nicht abgegrenzt. • Beispiel Los 1: "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.);" — diese Auflistung enthält die Internetseite

(Los 2?), viele Begriffe sind im Plural ohne Angabe von Motivzahlen, Auflistungen sind nicht abschließend (z.B. Geschäftsausstattung) • Beispiel Los 1: "Erstellung von Imagebroschüren und Flyern zu allgemeinen Werbezwecken" — ein Umfang ist hier nicht abzuleiten • Beispiel Los 2: "Neuerstellung der Website ... Die technische Umsetzung wird nach Vergabe näher besprochen." — es ist unklar, wie die Umsetzung angeboten werden soll, wenn sie erst nach der Vergabe besprochen wird. Bitte präzisieren Sie für die Lose 1 und 2 die konkreten, klar abzugrenzenden Leistungen, die angeboten werden sollen, so dass eine Schätzung und Bepreisung nach einer der beiden Systeme möglich ist.

Antwort: Gegenstand des Loses 1 ist die Weiterentwicklung des (eines) einheitlichen Corporate Designs der Akademie, das sodann in den danach aufgezählten Produkten Verwendung finden soll. Daher sind diese Produkte in der Mehrzahl aufgeführt. Die Internetseite muss dieses einheitliche Design reflektieren, daher wird sie im Los 1 erwähnt – die technische Umsetzung ist dagegen ausschließlich im Rahmen von Los 2 zu realisieren. Der Begriff der Geschäftsausstattung ist im Detail definiert (Briefpapier, Visitenkarten, Mappen, Pressemeldungen, Stempel, Türschilder etc.).

Die technische Umsetzung, also die Realisierung und die Implementierung der neuen Website wird erst nach Vertragsschluss im Detail festgelegt werden können. Innerhalb des Angebotes zu Los 2 erwarten wir daher das technische Konzept, die Beschreibung der Funktionen der neuen Website, das „look and feel“ der Website (z. B. Menüsteuerung), die Art und Weise der Pflege der Inhalte (soll später durch die Mitarbeitenden der Akademie erfolgen).

Wertung der Angebote, Zuschlagskriterien

Qualifikation und Erfahrung der Projektmitarbeiter_innen, Qualität der Referenzprojekte, Organisation des Anbieters, Kommunikation, Ressourcenplanung und Abrechnung (insges. 15 %)

Müssen die Mitarbeiter alle aufgelistet werden? Wir arbeiten viel mit Freien Mitarbeitern (Experten aus den Top Werbeagenturen), mit denen wir Rahmenverträge abschließen.

Was genau ist mit „Organisation des Anbieters“, sowie „Kommunikation“ und Ressourcenplan gemeint“?

Antwort: Angaben zu den Profilen sollten zu möglichst vielen der vorgesehenen Mitarbeiter_innen gemacht werden. Sofern das nicht möglich ist, erwarten wir mindestens Angaben zur Qualifikation und der ungefähren Berufserfahrung der für das Projekt vorgesehenen Personen.

Im Abschnitt "Wertung der Angebote, Zuschlagskriterien", erster Listenpunkt, erwähnen Sie eine Reihe offenbar relevanter Angaben, die jedoch an keiner Stelle in den Unterlagen formal gefordert oder in ihrer Art detailliert werden. Bitte spezifizieren Sie vor diesem Hintergrund Ihre Erwartungen (Anzahl, Merkmale, Darstellungsumfang, etc.) für alle aufgeführten Bewertungskriterien, darunter:

- Profile zu Mitarbeitenden
- Referenzprojekte
- Angaben zur Organisation
- Kommunikation (was ist gemeint?)
- Ressourcenplanung und Abrechnung

Antwort: Wir erwarten, dass die Profile der Mitarbeiter_innen mindestens die absolvierte Ausbildung, die Anzahl der Berufsjahre sowie die Schwerpunkte der Tätigkeiten im Hause des Anbieters enthalten.

Wir bitten um Angaben zu vergleichbaren Projekten (Auftragnehmer mit vergleichbarer Größe und soweit möglich, vergleichbaren Tätigkeiten (non-profit)). Eine stichwortartige Beschreibung des Projektes sowie der erbrachten Leistungen ist ausreichend.

Wir bitten Sie, die Organisation von Projekten in Ihrem Hause kurz zu skizzieren (z. B. Benennung eines festen Projektleiters_in (single point of contact) für die Auftragnehmer, interne Aufgabenverteilung („eine/r macht alles“ oder spezialisierte Aufgabenteilung etc.)

Wir bitten uns mitzuteilen, wie mit uns kommuniziert würde (z.B. ein einziger Kontakt oder direkte Kontakte mit mehreren/allen Projektmitarbeitern/innen, Kommunikationswege (nur schriftlich, nur mündlich, gemischt etc.)

Schriftliches Angebot/Konzept und Präsentation, inhaltlich präzise Umsetzung unter Berücksichtigung der Aufgabenstellung, Schwerpunktsetzung und Überzeugungskraft, technische Handhabbarkeit (insgesamt 45 %)

Gibt es eine ungefähre Hausnummer für das gesamte Projektvolumen?

Gibt es ein von Ihnen geplantes Budget?

Gibt es für die einzelnen Lose bzw. das Gesamtprojekt einen groben finanziellen Rahmen und können Sie uns diesen mitteilen?

Antwort: Es gibt kein spezielles Projektbudget, die Ausgaben müssen aber in einem angemessenen Verhältnis zur Größe der Akademie (12 Mitarbeitende), deren Aufgaben im nichtkommerziellen Bereich und dem Gesamtbudget der Akademie im Jahr (ca. 1,9 Mio. €) stehen.

Im Abschnitt "Wertung der Angebote, Zuschlagskriterien", zweiter Listenpunkt, geben Sie an, dass die "inhaltlich präzise Umsetzung unter der Berücksichtigung der Aufgabenstellung" einen signifikanten Teil der Gesamtbewertung ausmachen soll. Dabei erschließt es sich uns nicht, von welcher "Aufgabenstellung" hier die Rede ist. Gehen wir recht in der Annahme, dass diese Aufgabenstellung den jeweiligen Anforderungsdokumenten zu den Los 1 und 2 zu entnehmen ist?

Welche Teile dieser Dokumente sind als Aufgabenstellung zu interpretieren? Unserem Verständnis nach beschreiben beide Dokument den jeweiligen Ausschreibungsgegenstand als Gesamtprojekt — also potenziell viele Monate Arbeit, zu leisten im Anschluss an die Zuschlagserteilung. Bitte spezifizieren Sie, welche "Aufgabenstellung" der Angebotswertung zugrunde gelegt werden soll (ggf. gesondert für die Lose 1 und 2), und konkretisieren Sie diese Aufgabenstellungen.

Antwort: Die Aufgabenstellung ergibt sich insbesondere aus den Vorbemerkungen zur Ausschreibung – wir erwarten kein komplett neues Design, das mit dem derzeit verwendeten Design nichts mehr zu tun hat, sondern eine Überarbeitung. Dieses Design soll gleichmäßig für möglichst viele Produkte verwendbar sein, die im Los 1 aufgezählt sind. Mit Ausnahme der Jubiläumspublikation erwarten wir ebenfalls keine vollständig ausformulierten und druckreif gestalteten Printprodukte, sondern Vorlagen für die jeweiligen Produkte die dann von der Akademie weiterverwendet werden können. Die Aufgabenstellung umfasst auch ein Konzept, das der Größe und dem Tätigkeitsfeld der Akademie angemessen ist. Dabei soll der gestalterische Input vom Dienstleister kommen, die Texte werden von der IANP geliefert.

Für die Jubiläumsbroschüre erwarten wir ein gestalterisches und inhaltliches Konzept.

Die Internetseite muss dieses einheitliche Design reflektieren, daher wird sie im Los 1 erwähnt – die technische Umsetzung ist dagegen ausschließlich im Rahmen von Los 2 zu realisieren.

Angebotspreis gemäß Preisblatt (in EUR brutto) (40 %)

Worauf bezieht sich das? Bekommt das preiswertere Angebot den Zuschlag? Wie wichtig ist Ihnen Qualität?

Antwort: Der Angebotspreis geht mit einem Anteil von 40% in die Gesamtbewertung ein. Bei gleicher Bewertung in den übrigen Kriterien würde das Angebot mit dem niedrigeren Preis den Zuschlag erhalten.

Zu den Preismodalitäten

In der Regel bekommen wir eine Anzahlung auf das Projekt. Ist das bei Ihnen auch so?

Antwort: Anzahlungen und Abschlagszahlungen sind möglich und werden im Zuge des Vertragsabschlusses vereinbart.

Sonstige Hinweise

Im Abschnitt "Sonstige Hinweise" weisen Sie darauf hin, dass allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftragnehmers ausgeschlossen sind. Bitte spezifizieren Sie, auf welcher rechtlichen Grundlage ein Vertrag zustande kommen soll: VOL/B, EVB-IT, etc.?

Antwort: Der Vertrag wird als Individualvertrag mit dem ausgewählten Bieter vereinbart werden und wird sich generell an den Vorschriften der VOL/B orientieren, wobei nur für die hier in Rede stehenden Arbeiten sinnvolle Vorschriften einbezogen werden.

Angebotsfrist und Form

Bestehen konkrete Anforderungen an die genaue Form (Dateianzahl, -format, -umfang, etc.) des per EMail einzureichenden Angebots, und wenn ja, welche?

Antwort: Die Angebotsdateien sind in der Anzahl nicht beschränkt, was die Dateigrößen betrifft sollte ein regulär konfiguriertes Postfach unter MS Exchange die Sendung verarbeiten können.

Während der Ausschreibung als auch in der Realisierung legen wir Wert auf die Verwendung von Standardprodukten – ein Angebot zu dessen Visualisierung wir eine spezielle Software benötigen die nicht im Standardpaket von Microsoft Office enthalten ist bzw. von diesem dargestellt werden kann, können wir nicht bewerten.

Los 1 Corporate Design

Bekommen wir noch ein genaueres Briefing / Mitbewerberanalyse / Statistiken?

Antwort: Dies ist vor der Angebotsabgabe nicht vorgesehen. Nach Auftragserteilung erhält der Dienstleister soweit vorhanden weitere Unterlagen.

Wie ist das Timing für die Entwicklung des Corporate Design der IANP? Wann ist der Start? Gibt es einen Schulterblick? Wieviel Korrekturrunden sind erwünscht? Sind Präsentationen erwünscht oder erfolgt dies über Zoom/Skype/Telefon?

Antwort: Die Zusammenarbeit zur Entwicklung des/der entsprechenden Lose/s erfolgt nach der Auswahl des/der jeweiligen Dienstleister/s und Vertragsabschluss. Es wäre wünschenswert, wenn das Corporate Design bis Ende 2020 fertiggestellt wäre. Die Korrekturrunden werden je nach Angebot festgelegt. Es sollten zwei bis drei Vor-Ort-Meetings eingeplant werden.

Bestimmen wir alle Deadlines im Vorfeld?

Antwort: Soweit möglich werden alle Deadlines zu Projektbeginn zusammen mit dem Dienstleister gemeinsam festgelegt.

Wie ist das mit den Nutzungsrechten? Sind Sie Rahmenverträge dazu gewohnt die über eine bestimmte Zeit laufen (2-5 Jahre, einfaches nationales Nutzungsrecht auf alle entwickelten Kommunikationsmaßnahmen).

Bei den Printerzeugnissen ist eine Genehmigung wegen dem Nutzungsrecht zu erfragen.

Antwort: Nach der Auftragserteilung gehen für sämtliche Lieferungen und Leistungen zeitlich und geografisch unbegrenzte und alleinige Nutzungsrechte für Produkte, Ideen und Designs auf die IANP über. Das beinhaltet die Übergabe aller offenen Layout-Daten (inklusive Dokumente und Bilder) nach Projektende. Alle Nutzungsrechte (auch für Printerzeugnisse) sind vollständig an die IANP zu übertragen.

Können Sie uns das IANP-Logo in einer hochauflösenden Version zur Verfügung stellen?

Antwort: Das Logo der IANP kann in einer hochauflösenden Version zur Verfügung gestellt werden.

Ist das Logo „Internationale Akademie Nürnberger Prinzipien“ bereits als Marke geschützt?

Antwort: Das Logo „International Nuremberg Principles Academy“ ist eine eingetragene Wort-/Bildmarke.

Soll es eine Logovariante mit Claim geben? Zum Beispiel für Taschen und Regenschirme?

Ist die Entwicklung eines Claims angedacht, der den Anspruch und das Handlungsfeld der IANP beschreibt?

Antwort: Bisher wird „Peace Through Justice“ verwendet, jedoch nicht aktiv-strategisch genutzt. Die Erstellung einer Logovariante mit Claim hängt vom Ergebnis der Beratung in der Frage nach der Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit eines Claims für die Akademie ab, welche ein Teil der Abstimmung des Corporate Design sein sollte.

Welche Schriften und Farben verwenden Sie aktuell bzw. gibt es einen aktuellen Corporate Design-Guide?

Antwort: Es gibt aktuell kein formuliertes Corporate Design der IANP. Die derzeit verwendeten Schrifttypen sind Calibri, Arial (Newsletter) und Vista Sans in den Schnitten Book und Bold (Konferenzprogramme, Jahresberichte etc.). Die derzeit verwendete Primärfarbe ist grau (PANTONE Cool Gray 5 C)

Sollen wir auch eine eigene Schrift dazu entwerfen? Reicht eine zu bestimmende Hausschrift mit Headline, Subline und für den Fliesstext?

Antwort: Die im neuen Corporate Design zu verwendende Schrifttype soll gut lesbar, international verwendbar (Sonderzeichen!), auf PCs frei verfügbar, für die Internetseite verwendbar und visuell in Bezug zum bestehenden Logo definiert sein.

Gibt es einheitliche Vorgaben zur aktuellen Bildwelt?

Antwort: Zur aktuellen Bildwelt gibt es keine einheitlichen Vorgaben.

Gibt es eventuell auch Bildwelten mit Vorgaben für ein Shooting? (unverwechselbarer Look für Plakate, Imagebroschüren oder sonstige Kommunikationsmittel).

Antwort: Bisher finden insbesondere Fotos von Veranstaltungen der Akademie Verwendung, die von einem professionellen Fotografen gemacht werden, jedoch ohne feste Vorgaben. Für Symbolbilder o.ä. gibt es bisher ebenfalls keine Vorgaben.

Ein Shooting durch den Fotografen der IANP kann in Betracht gezogen werden.

Falls wir mit Stockbilder arbeiten, gibt es ein Preislimit pro Bild?

Antwort: Es gibt kein festgelegtes Preislimit, dies würde nach Absprache entschieden werden.

Können Fotos des Schwurgerichtssaales zugesandt werden?

Antwort: Fotos des Schwurgerichtssaals können zugesandt werden.

Gibt es einen bestehenden Styleguide?

Antwort: Es gibt keinen bestehenden Styleguide oder schriftliches Designkonzept. Bisherige Designbeispiele (Konferenzprogramme, Flyer, Jahresbericht etc.) können, wie in der Ausschreibung erwähnt, zugesandt werden.

Ist es gewünscht den aktuellen Content für die Gestaltung unseres Präsentationsvorschlags heranzuziehen oder können wir völlig frei denken (exklusive Logo)?

Antwort: Für die Gestaltung des Präsentationsvorschlags können Sie völlig frei denken.

Sind wir grundsätzlich für alle Kommunikationsmittel verantwortlich oder gibt es bei Ihnen Grafiker die nach Styleguide auch Umsetzungen machen?

Antwort: Die Umsetzung des neuen Corporate Design erfolgt gemäß dem Styleguide durch den Grafiker der IANP.

Haben wir den Lead auf das komplette neue CD und sind wir für den Zeitraum der Ansprechpartner?

Antwort: Die Entwicklung des CD erfolgt in Absprache mit der IANP, der Dienstleister hat dabei den Lead.

Muss unser Werbetexter / Kreativtexter Übersetzungen selbst ins englische und französische erstellen oder können wir Übersetzer dafür engagieren? Ist Lektorieren im Preis inbegriffen? Gibt es bei den Sprachversionen schon "preferred partner", mit der die Agentur zusammenarbeiten würde? Oder können wir auf unser Netzwerk zurückgreifen? Erfolgt die Texterstellung der Printmaterialien durch die Agentur oder werden diese von Ihnen geliefert?

Antwort: Es ist vorgesehen, dass die Texte (Ausnahme Jubiläumsbroschüre) von der IANP in allen Sprachfassungen geliefert werden.

Wird eine Vergütung für den Ministyleguide (Farben, Schriften, Bilder, Bilder / Farbwelt) Recherche Logo etc. gewährt?

Verstehen wir es richtig, dass mit der Aufforderung zur Abgabe eines Angebots für dieses Los gleichzeitig die Aufforderung ergeht, bereits im Vorfeld des Zuschlags unentgeltlich einen "Mini-CD-Guide (Farben, Schriften, Bilder, Bilder / Farbwelt)" zu erarbeiten?

Antwort: Mit der Angebotsabgabe ist ein Mini-CD-Guide (Farben, Schriften, Bilder, Bilder / Farbwelt) einzureichen. Für die Erstellung dieser Angebotsunterlagen wird keine Vergütung gewährt. Nach Sichtung aller Angebote wird eine Shortlist erstellt werden, Bieter die auf der Shortlist sind, werden eingeladen werden ihre Vorschläge in Nürnberg zu präsentieren und weiter zu erläutern. Der Auftraggeber kann hierzu weitere Details hinsichtlich der Angebote verlangen. Alle Bieter, die gelistet sind und an der weiteren Auswahl teilnehmen, erhalten eine pauschale Vergütung von € 1.500,--. Zusätzlich wird für bis zu drei Teilnehmer eine Erstattung der Reisekosten zum Sitz des Auftraggebers nach den Vorschriften des BRKG erfolgen.

Bitte konkretisieren Sie ihre diesbezügliche Erwartungshaltung (Mini-CD-Guide) und stellen Sie insbesondere dar, inwieweit sich dieser Vorentwurf vom eigentlichen Ausschreibungsgegenstand bzw. dem nach Zuschlag zu erarbeitenden Corporate-Design-Update unterscheiden lässt. Benötigen Sie bereits einen ersten Layoutvorschlag? Bitte zählen Sie uns alle nötigen Unterlagen auf.

Antwort: 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.

Für die graphische Präsentation würden wir die gesamte Fertigungskette – vom Layout bis zur reproduktionsfähigen Vorlage, egal ob analoge oder digitale Werbemittel – kalkulieren. Ist das korrekt?

Sollen die Print- und sonstigen Produktionen zukünftig auch von der Agentur umgesetzt, abgewickelt und abgerechnet werden?

Antwort: Nein, die Ausschreibung beinhaltet nur die Erstellung des Layouts und Gestaltungsrasters, auf deren Grundlage die Druckvorlage etc. durch den Grafiker der IANP erstellt wird.

Zu "Erstellung CD-Manual...": Hier würden alle unter Punkt "Grafische Präsentation ..." genannten Mittel und Themen berücksichtigt werden – sprich konkrete Angaben zur Ausführung erstellt werden. Ist das korrekt?

Antwort: Das zu erstellende Corporate-Design-Manual enthält konkrete Design-Vorgaben, die die verschiedenen Ausprägungen des Erscheinungsbilds so aufbereitet, dass die Mitarbeiter_innen der Akademie sie bei der Erstellung von Kommunikationsmitteln nutzen oder auch externe Dienstleister Medien reproduzieren bzw. gestalten können. Das Manual berücksichtigt die verschiedenen Anwendungsbereiche, die insbesondere aber nicht abschließend unter dem Punkt „Graphische Präsentation“ in der Ausschreibung aufgeführt sind.

Mit wie vielen Imagebroschüre und Flyern etc. ist pro Jahr zu rechnen?

Antwort: Die Ausschreibung beinhaltet nur die Erstellung eines Grundkonzepts für die Gestaltung.

Von welchem Umfang und Formaten soll ausgegangen werden?

Antwort: Die Imagebroschüre der IANP soll übersichtlich und kompakt Grundinformationen über die Akademie, ihr Mandat, die Aktivitäten, Gremien etc. enthalten. Sie kann, je nach Format, mehrere Seiten umfassen (ggf. auch abhängig vom Einsatz von Fotos).

Flyer sollen Ein-Blatt-Formate haben, DIN lang (einseitig, Duplex), DIN A4 gefalzt, etc.

Das Format von Broschüre und Flyern soll sich sowohl an gedruckter als auch elektronischer

Verwendung orientieren und den üblichen DIN-Formaten sowie Standards für den postalischen Versand entsprechen (keine Sonderformate).

Es wurde von sehr geringen Auflagen in der Produktion von Printmaterialien gesprochen. Von welchen Auflagen sprechen wir hier konkret?

Antwort: *Die Auflagen von Printmaterialien belaufen sich in der Regel auf 200-650 Stück, Beispiele Jahresbericht Englisch 650 Stück, Imagebroschüre pro Jahr 500 Stück, Konferenzprogramme 300 Stück.*

Bei der Erstellung von Printmaterialien würden wir die gesamte Fertigungskette – vom Layout bis zur reproduktionsfähigen Vorlage (exkl. Bildbearbeitung/Retusche) kalkulieren ("Grunddesign bis Web PDF"). Ist das korrekt?

Antwort: *Nein, die Ausschreibung beinhaltet nur die Erstellung des Layouts und Gestaltungsrasters, auf deren Grundlage die Druckvorlage etc. durch den Grafiker der IANP erstellt wird.*

Wie viele Layout-Ansätze/Alternativen der Printmaterialien sind in der Konzeptphase gewünscht? Wie viele Korrekturschleifen sind in der Layoutphase, wie viele in der Reinzeichungsphase, wie viele bei den Sprachadaptationen zu berücksichtigen?

Antwort: *Dies wird in Absprache gemeinsam festgelegt. Die Ausschreibung beinhaltet nicht die Reinzeichnung oder Sprachadaptationen.*

Ist eine Produktionsteuerung etc. einzupreisen?

Antwort: *Nein, die Ausschreibung beinhaltet nur die Erstellung des Layouts und Gestaltungsrasters.*

Sollen die Print- und sonstigen Produktionen zukünftig auch von der Agentur umgesetzt, abgewickelt und abgerechnet werden?

Antwort: *Die Umsetzung des neuen Corporate Design erfolgt durch den Grafiker der IANP.*

Soll die Vorlage für die Pressemeldung ebenfalls in Microsoft Word erstellt werden?

Antwort: *Die Gestaltungsvorlage für Pressemeldungen soll in Microsoft Word erstellt werden.*

Existiert einer Liste aller Werbe- und Kommunikationsmedien, die Sie uns senden können?

Antwort: *Nein. Der Dienstleister erhält nach der Beauftragung entsprechende Informationen.*

Los 2 Internetseite

Reicht bei Angebotsabgabe auf Los 2 die Abgabe einer ersten Startseite bzw. bezieht sich Ihre Anforderung der Abgabe eines MINI-CD-Guides, Startseite und Twitterseite jeweils auf die drei Lose?

Antwort: Bei Angebotsabgabe auf Los 2 genügt die Abgabe einer ersten Startseite, es muss kein Mini-CD oder Twitterseite erstellt werden.

Ist eine Vergütung für die ersten Layoutentwürfe der Startseite vorgesehen?

Antwort: Für die Erstellung dieser Angebotsunterlagen wird keine Vergütung gewährt.

Nach Sichtung aller Angebote wird eine Shortlist erstellt werden, Bieter die auf der Shortlist sind, werden eingeladen werden ihre Vorschläge in Nürnberg zu präsentieren und weiter zu erläutern. Der Auftraggeber kann hierzu weitere Details hinsichtlich der Angebote verlangen. Alle Bieter, die gelistet sind und an der weiteren Auswahl teilnehmen, erhalten eine pauschale Vergütung von € 1.500,--. Zusätzlich wird für bis zu drei Teilnehmer eine Erstattung der Reisekosten zum Sitz des Auftraggebers nach den Vorschriften des BRKG erfolgen.

Wird das Los 2 mit den gleichen Agentur-Partnern umgesetzt?

Antwort: Die Umsetzung der Lose kann durch einen oder mehrere Dienstleister erfolgen.

Wer erstellt die Texte für die Webseite hauptsächlich? Werden Stichpunkte geliefert oder fertige Texte? Sollen die Texte noch korrekturgelesen werden?

Antwort: Die Texte für die Internetseite werden von der IANP in den angebotenen Sprachfassungen fertig geliefert.

Ist Bildmaterial vorhanden oder soll hier auf Stock-Fotos zurückgegriffen werden?

Haben Sie eine Bilddatenbank oder müssen wir die Erstellung von Bild-/Filmmaterial bei der Kalkulation mit berücksichtigen?

Antwort: Es ist ein Pool an eigenem Bildmaterial vorhanden, das bevorzugt verwendet werden sollte. Je nach Definition der Bildwelt im Rahmen des Corporate Design müssten ggf. zum Teil auf Stock-Fotos verwendet werden. Ein Shooting durch den Fotografen der IANP kann in Betracht gezogen werden.

Wer übersetzt die User Manuals ins Englische (und Französische)? Wird das intern übernommen oder übernimmt das die Agentur?

Antwort: Die Übersetzung des User Manuals ins Englische wird durch den Dienstleister erbracht, der die Internetseite konzipiert und erstellt hat. Eine Übersetzung ins Französische ist nicht erforderlich.

Soll eine persönliche Übergabe der Webseite (Workshop mit verantwortlichen Personen) stattfinden?

Antwort: Es soll eine persönliche Übergabe der Internetseite in Form eines Workshops mit der/den verantwortlichen Person/en stattfinden.

Wir sind es gewohnt unter strenger Betreuung die technische Umsetzung an Partner-Agenturen nach unserer Auswahl weiter zu geben. Ist dies möglich?

Antwort: Dies ist in Absprache mit der IANP grundsätzlich möglich.

Wie ist es mit der Website-Pflege? Sollen wir von der Agentur uns darum kümmern?

Antwort: Die Pflege der Website erfolgt primär durch die Mitarbeiter_innen der IANP. Punktuelle Unterstützung und Support müssen gewährleistet sein. Dazu würde ggf. eine gesonderte Beauftragung erfolgen.

Wer ist der aktuelle Hostinganbieter? Soll dieser beibehalten werden?

Welcher Dienstleister hostet aktuell Ihre Website? Werden Sie auch zukünftig auf diesen Dienstleister setzen oder können wir Ihnen im Rahmen des Konzeptes einen Vorschlag für einen anderen Hostingpartner machen (bspw. aufgrund technischer Voraussetzungen des CMS)?

Antwort: Die Entscheidung über die Beibehaltung des aktuellen Hostinganbieters wird nach der Beauftragung des Dienstleisters erfolgen.

Grundsätzlich werden Dienstleistungen, die auf Dauer durchgeführt werden, von der IANP regelmäßig ausgeschrieben.

Verstehen wir es richtig, dass mit der Aufforderung zur Abgabe eines Angebots für dieses Los gleichzeitig die Aufforderung ergeht, bereits im Vorfeld des Zuschlags unentgeltlich eine "erste Startseite der Internetseite" zu erarbeiten? Bitte konkretisieren Sie ihre diesbezügliche Erwartungshaltung und stellen Sie insbesondere dar, inwieweit sich dieser Vorentwurf vom eigentlichen Ausschreibungsgegenstand bzw. dem nach Zuschlag zu erarbeitenden Konzept und Screen-Design unterscheiden lässt.

Antwort: Eine erste visualisierte Seite ohne technische Funktionalität muss vorgelegt werden und der Dienstleister muss das zugrundeliegende Konzept erklären können.

Können alternativ auch Beispiele unserer Referenzen mit Anmerkungen eingereicht werden?

Antwort: Eine erste visualisierte Seite ohne technische Funktionalität muss vorgelegt werden und der Dienstleister muss das zugrundeliegende Konzept erklären können.

Bitte präzisieren Sie, inwieweit die Übertragung / Migration von Inhalten aus der bestehenden in die neue Website Leistungsbestandteil sein soll.

Antwort: Vorhandene Inhalte sollen zum Teil in die neue Seitenstruktur übertragen werden, zum Teil durch neue, von der IANP gelieferte Inhalte ersetzt werden.

Die Anforderungsbeschreibung weist darauf hin, dass bereits eine Microsite existiert (Moot Court) und dass eine weitere Microsite entstehen soll (Nuremberg Summer Academy for Young Professionals). Gehen wir recht in der Annahme, dass die Gestaltung und Umsetzung der beiden Microsites Bestandteil des Angebots sein soll? Falls ja, gehen wir Recht in der Annahme, dass sich die Microsites Design und Technik mit der Haupt-IANP-Website teilen sollen, und dass beide Seiten in Umfang und Funktion der heutigen Moot-Court-Microsite entsprechen? Falls dies nicht zutrifft, konkretisieren Sie bitte die Aufgaben und gewünschten Funktionsweisen der beiden Microsites.

Antwort: Die Gestaltung und Umsetzung der Microsites für den Nuremberg Moot Court und die Nuremberg Summer Academy sind Bestandteil des Angebots.

Die Microsite des Nuremberg Moot Court wird in Umfang und Funktion der derzeitigen Seite entsprechen. Besonderheiten: 1. Überarbeitung des auf der Seite integrierten mehrstufigen Bewerbungsformulars, 2. Die visuelle Gestaltung muss die Zusammenarbeit mit der Forschungsstelle Völkerstrafrecht der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen Nürnberg spiegeln.

Die Microsite der Nuremberg Summer Academy wird in Umfang und Funktionalität der des Moot Court ähneln. Hier wird neben dem online-Bewerbungsformular insbesondere Wert auf einen zugangsgeschützten Bereich für die Bereitstellung und den Austausch von Unterlagen gelegt.

Ihre Website basiert auf dem Contentmanagement-System Typo 3. Soll die neue Website auch zukünftig über Typo 3 administriert werden oder können stattdessen auch andere CMS-Systeme zum Einsatz kommen z.B. WordPress?

Verstehen wir es richtig, dass es Ihrerseits noch keinen konkreten Wunsch gibt, welches CMS Sie künftig nutzen möchten?

Ist eine spezielle Programmiersprache für die Technische Umsetzung vorgesehen?

Antwort: Die Internetseite der IANP basiert derzeit auf dem CMS Typo 3. Grundsätzlich können künftig andere CMS-Systeme zum Einsatz kommen. Es gibt derzeit keine konkreten Präferenzen.

Unter "Funktionalitäten" sprechen Sie von "CRS für Veranstaltungsmanagement". Die Abkürzung "CRS" ist uns nicht geläufig und lässt sich nicht eindeutig auflösen ("Common Reporting Standard"?). Handelt es sich hierbei möglicherweise um einen Tippfehler und es ist "CRM" ("Customer Relationship Management") gemeint?

Antwort: Im Dokument „Anforderungen an den Relaunch der Internetseite“ gibt es einen Tippfehler unter „6. Funktionalitäten“: Hier handelt es sich um das "Customer Relationship Management" und es müsste richtig heißen „CRM für Veranstaltungsmanagement (perspektivisch)“ anstelle von „CRS“.

Welche Anforderungen gibt es an das CMS System? (Blog-Funktion, News-Bereich, Veranstaltungskalender, leichte Handhabung, usw.). Hier wären weitere Infos zu einer Empfehlung hilfreich.

Antwort: Die genauen Anforderungen an das CMS-System ergeben sich aus der zu entwickelnden Struktur und den Funktionalitäten. Die Pflege und Verwaltung muss weitestgehend eigenständig durch die Mitarbeiter_innen der IANP möglich sein. Alle Teile der Internetseite sollen 1:1 in der alternativen Sprache aufrufbar sein. Es soll kein proprietäres System verwendet werden.

Sollen Anmeldungen für Veranstaltungen auf der Webseite möglich sein?

Unter "Funktionalitäten" erwähnen Sie, dass die Anmeldung zu Veranstaltungen Funktionsmerkmal der Website sein soll. Bitte spezifizieren Sie, welche Prozesse von der Website übernommen werden sollen: Von "Einfacher Versand einer Benachrichtigungs-E-Mail" über "Teilnehmenden-Management, Vergabe individueller Tickets, Stornierungen, Wartelisten-Management, Online-Bezahlung etc." bis zu "Echtzeitintegration eines CRM-Systems von einem Drittanbieter". Die Bandbreite der möglichen Integrationen ist hier enorm, und damit einhergehend der Konzeptions-, Design- und Umsetzungsaufwand.

Gibt es schon ein CRM-System, das benutzt wird und integriert werden soll (für Anmeldungen jetzt, nach dem Relaunch dann für Online-Anmeldungen)?

Antwort: Anmeldungen zu den Veranstaltungen der IANP sollen weiterhin über die Internetseite möglich sein. Derzeit geschieht dies über Formulare, nach der Anmeldung erhält der Nutzer eine automatisch generierte Bestätigungsmail. Die Anmelde Daten werden über csv-Dateien exportiert. Es ist zu unterscheiden zwischen einfachen Anmeldeformularen für Konferenzen und kleinere Veranstaltungen und komplexen maßgeschneiderten Bewerbungsformularen wie z.B. für den Nuremberg Moot Court und die Nuremberg Summer Academies.

Es besteht grundsätzlich die Überlegung, ein CRM-System einzusetzen, das die komplexe Verwaltung von Veranstaltungsteilnahmen ermöglicht: Registrierung von Anmeldungen und Absagen, individualisierte Sammelmails, Filtern und Verwaltung von Teilgruppen, Generieren von Teilnehmendenlisten, Bereitstellung von Unterlagen für angemeldete Teilnehmer_innen, etc.

Welche Datenbanken werden im Hintergrund geführt/sollen geführt werden?

Sollen die bereits betriebenen Datenbanken mit einer Schnittstelle an die Website angebunden werden?

Antwort: Derzeit werden folgende Datenbanken auf der Internetseite bereitgestellt: Sexual Crimes in Conflict Database, Acceptance Online Platform, Complementarity Resource Center (derzeit nicht online), Hate Speech Database (derzeit nicht online), Lexisus (nur Verlinkung, keine Einbindung). Die bereits betriebenen Datenbanken sollen mit einer Schnittstelle weiterhin an die Website angebunden werden. Die Entwicklung weiterer Datenbanken ist geplant.

Gibt es einen Newsletter-Versand für die Personen, die sich für Veranstaltungen registriert haben und wenn ja, soll dieser ebenso wie die NL-Registrierung in die Website integriert sein?

Antwort: Derzeit erfolgt die Newsletter-Registrierung entweder über das entsprechende Newsletter-Formular (Mailchimp signup form) oder als Teil der Veranstaltungsanmeldung. Im Rahmen der Veranstaltungsanmeldung besteht derzeit keine automatisierte Verbindung zur Newsletter-Datenbank, die Newsletter-Registrierungen werden manuell übertragen. Hierzu sind Vorschläge des Anbieters zur event. geeigneteren Umsetzung willkommen.

Sie schreiben in der Ausschreibung, dass „die technische Umsetzung nach Vergabe näher besprochen wird“. Um Ihnen hier eine konkrete Kostenabschätzung anhand der technischen Vorgaben unterbreiten zu können, benötigen wir im Bestfall eine kleine Aufstellung der gewünschten Features & Funktionen die vom „TYPO3-Standard“ abweichen. Können Sie uns hierzu noch Auskunft geben?

Sollen alle vorhandenen Inhalte übernommen werden? Welche bestehenden Angebote müssen bei einem Relaunch übernommen werden?

Sollen die Neuigkeiten von der bisherigen Webseite übernommen werden?

Antwort: Der Relaunch der Internetseite beinhaltet, die angebotenen Inhalte neu zu überdenken und zu strukturieren. Vorhandene Inhalte sollen zum Teil in die neue Seitenstruktur übertragen werden, zum Teil durch neue, von der IANP gelieferte Inhalte ersetzt werden. Die bestehenden Inhalte sollten grundsätzlich weiterhin angeboten werden, da sie die Aktivitäten der IANP abbilden (Grundlage ist hierfür die umfassendere englischsprachige Internetseite). Die Aufbereitung, Gliederung, Erweiterung oder Reduzierung sollen in Diskussion mit der IANP neu definiert werden. Die benötigten Features und Funktionen werden in Abhängigkeit der neuen Struktur festgelegt, hierzu sind Vorschläge des Anbieters willkommen.

Welche neuen Inhalte und Funktionen sollen zwingend in die neue Website integriert werden? Haben Sie hierzu weitere Vorgaben und Wünsche bezüglich technischer Anforderungen und Funktionen?

Antwort: Es werden künftig verstärkt Webinare und ähnliche videobasierte Inhalte eingestellt werden. Hierfür soll die Möglichkeit bestehen, Videos auch ohne Verknüpfung zum YouTube-Channel auf der Internetseite einbinden zu können. Verbindungen zu Social Media Angeboten und Sharing-Funktionalitäten von Inhalt/Seiten sollen gegeben sein. Hierzu sind Vorschläge des Anbieters zur Umsetzung willkommen.

Gibt es Anbindungen / Schnittstellen, die zu berücksichtigen sind? Gibt es im Backend bestimmte Funktionen?

Antwort: Anbindungen und Schnittstellen auf der Internetseite mit vorhandenen und künftigen Datenbanken müssen weiterhin bestehen ebenso wie zu Anmeldeformularen (perspektivisch evtl. zu externem Veranstaltungsmanagement CRM-System).

In den Anforderungen zum Website-Relaunch findet sich der Satz: "Die Internetseite muss die gängigen Anforderungen an Usability und Accessibility erfüllen." Inwieweit gilt die IANP als "öffentliche Stelle" im Sinne der EU-Richtlinie 2016/2102 und ist demnach gesetzlich verpflichtet, ihre digitalen Angebote — Website, Download-PDFs, sonstige digitale Anwendungen — barrierefrei im Sinne des Behindertengleichstellungsgesetzes (BGG bzw. BayBGG) bzw. der Barrierefreie-Informationstechnikverordnung (BITV 2.0 bzw. BayBITV 2.0 / WCAG 2.1) zu gestalten? Wenn nicht die BITV 2.0 der herzustellende Standard hinsichtlich Barrierefreiheit ist, wie ist dann der Grad der herzustellenden Barrierefreiheit definiert?

Antwort: Nein, die IANP erfüllt nicht die Definition einer „öffentlichen Stelle“.

Unter "Funktionalitäten" gehen Sie flüchtig auf den "geschützten Bereich für Dokumenten- und Informationsaustausch" ein und weisen auf "komplexe Anmeldeformulare und interaktive Verwaltungsfunktionalitäten" hin. Bitte konkretisieren Sie die erwähnten Prozesse, um eine Schätzung möglich zu machen.

Antwort: Es handelt sich um Extranet-Funktionen sowie wie bereits erwähnt Anmelde- oder Bewerbungsformulare.

Wie viele Redakteure / Gruppen sollen mit dem CMS arbeiten?

Antwort: Die IANP hat 12 Mitarbeitende, die potenziell mit dem CMS arbeiten.

Planen Sie Ads auf Google zu schalten?

Antwort: Es ist nicht geplant, Ads auf Google zu schalten.

Dürfen für die Keyword-Analyse Vertragspartner der Agentur eingesetzt werden?

Antwort: Ja, dies ist in Absprache mit der IANP möglich.

Werden die Usability Checks auch extra vergütet?

Antwort: Nein, Usability Checks sind Teil des Angebots.

Wir gehen davon aus das die Seite Responsive ausgespielt werden soll? Ist das auch in Ihrem Interesse?

Antwort: Die Internetseite soll durch Responsive Web Design für alle Endgeräte optimiert sein.

Ist SEO Optimierung ein Extraposten? Wird das langfristig von der Lead-Agentur betreut?

Antwort: Die SEO-Optimierung ist Teil des Angebots. Eine langfristige Betreuung wäre ggf. Teil einer gesonderten Beauftragung.

Soll bezüglich der Trackingcodes auch Google Analytics eingebunden werden?

Antwort: Das Analyse-Tool für den Website-Traffic soll datenschutzkonform, einfach zu handhaben und kostenfrei/günstig sein, es muss sich nicht um Google Analytics handeln. Derzeit wird Matomo a.k.a. Piwik genutzt. Hierzu sind Vorschläge des Anbieters zur Umsetzung willkommen.

Gibt es einen Budgetrahmen?

Antwort: Es gibt kein spezielles Projektbudget, die Ausgaben müssen aber in einem angemessenen Verhältnis zur Größe der Akademie (12 Mitarbeitende), deren Aufgaben im nichtkommerziellen Bereich und dem Gesamtbudget der Akademie im Jahr (ca. 1,9 Mio. €) stehen.

Los 3 Social Media

Gibt es bereits Erfahrungen im Bereich Social Media und wenn ja welche?

Antwort: Social Media, insbesondere Twitter, werden derzeit vor allem für institutionelle Informationen genutzt: Ankündigungen und Begleitungen von Veranstaltungen, Buchveröffentlichungen, Stellenausschreibungen etc.

Sind sie bereits in Social Media Kanälen aktiv, wenn ja in welchen?

Existieren für die Socialmedia-Channels bereits registrierte Accounts?

Gibt es alle relevanten Plattformen, Xing, LinkedIn aber auch Facebook und Twitter Kanäle?

Antwort: Die Social Media Beiträge werden von der IANP erstellt und gepflegt.

- *Twitter @NurembergAcadem;*
- *YouTube Kanal „Nuremberg Academy“ (https://www.youtube.com/channel/UCM-RbEBik99LCqXKORc7oGA?view_as=subscriber);*
- *Facebook (nur für Nuremberg Moot Court)*
<https://www.facebook.com/NurembergMootCourt/>
- *LinkedIn “International Nuremberg Principles Academy”*
https://www.linkedin.com/organization-quest/company/international-nuremberg-principles-academy?challengeId=AQFIDcn4Hk_qMAAAAXN1ywzqfNOTNqget2oPJL_d90NZmbECVo2fppC057RLtxp678xiSu0-WCzwZ15w5XFDpppQk8ORFbLJEg&submissionId=bb57a984-2108-2416-140e-654b222c8000

Welche Ziele haben Sie bzgl. der Social Media Aktivitäten?

Gibt es konkrete Zielvorstellungen, was Social Media für die INPA leisten soll? Z.B. Awareness für das Thema Völkerstrafrecht, oder bestimmte Veranstaltungen, die zum Thema aufklären.

Antwort: Die Social Media Aktivitäten sollen die Sichtbarkeit der IANP, ihres Themengebietes und ihrer Aktivitäten stärken, potenzielle Teilnehmer_innen für ihre Angebote sowie Interessierte für die „Produkte“ Publikationen und Datenbanken erreichen.

Können Sie konkretisieren, was Sie unter „Konzeption der digitalen Marke IANP“ verstehen und uns ein paar Beispiele an die Hand geben um die Aufgabe besser einzuordnen? Z.B. möglich Plattform Inhalte und Ausrichtung, Beratung bei Bildmaterial, eigentliche Konzeption z.B. einer FB Seite, etc.

Antwort: Die Konzeption der digitalen Marke zielt auf einen ganzheitlichen Ansatz zur Positionierung der Akademie im digitalen Raum inklusive Analyse, Strategie, Konzeption, digitalen Tools, Organisation und Umsetzung. Dies umfasst u.a. eine strategische Prüfung und ggf. Anpassung und Erneuerung von digitaler Vermarktung, Onlinemarketing, aktiver Kommunikationsstrategie, Platzierung relevanter Themen, Auswahl von Content, Zielgruppen und Kommunikationskanälen (was soll über welchen Kanal angeboten werden), Auswahl von für die Arbeit der IANP sinnvollen sozialen Medien z.B. Twitter, LinkedIn, YouTube, Facebook und anderen Plattformen (z.B. Blogs), etc. Zur Konzeption und Umsetzung erwartet sich die IANP eine Beratung durch den Dienstleister.

Welche Ziele werden mit dem Ansatz des Performance Marketings verfolgt? Aus welchen Gründen wurde Performance Marketing als sinnvoller Ansatz evaluiert?

Antwort: Ziel ist die Erhöhung des Bekanntheitsgrads der IANP und eine intensivere Nutzung der Produkte der IANP.

Können Sie spezifische Maßnahmen/Aktionen benennen, die durch Performance Marketing unterstützt werden sollen? Sind dafür bereits KPIs ausgearbeitet?

Gibt es Zielwerte für die „Performance Marketing Strategie“?

Antwort: *Nein, es gibt noch keine spezifischen Maßnahmen/Aktionen, hierzu erwartet sich die IANP eine Beratung durch den Dienstleister.*

Besteht eine Beschreibung der digitalen Zielgruppe(n) und können Sie diese bereits vor Angebotsabgabe zur Verfügung stellen?

Antwort: *Bisher besteht keine Beschreibung der digitalen Zielgruppe, sie soll im Rahmen der Strategie definiert werden.*

Grundsätzlich besteht die Zielgruppe der IANP aus Praktiker_innen, Wissenschaftler_innen, Expert_innen, Jurist_innen, Jurastudierende, insbesondere im Bereich Völkerstrafrecht und verwandten Menschenrechten. Es handelt sich um eine weltweite Zielgruppe, insbesondere auch Personen aus Konflikt- und Post-Konfliktländern und Vertreter_innen internationaler Gerichtshöfe. Ziele sind hierbei Expert_innenaustausch, Weiterbildung für Jurist_innen und Praktiker_innen, Teilnahme am internationalen Gerichtswettbewerb für Jurastudierende „Nuremberg Moot Court“, etc.

Soll auch die Social Media-Kommunikation auf Englisch & Deutsch sowie perspektivisch auf Französisch stattfinden?

Antwort: *Die Social Media-Kommunikation soll grundsätzlich auf Englisch stattfinden.*

Welcher Zeitraum ist für die Social Media Strategie vorgesehen?

Antwort: *Wenn möglich, ist dies bis Ende 2020 geplant.*

Soll dafür eine eigene Kernidee /Social Media Idee entwickelt werden?

Ist dies die Aufgabe der Lead-Agentur oder Partner?

Antwort: *Diese orientiert sich am Leitbild der IANP, eine genauere Entwicklung ist Aufgabe des Dienstleisters.*

Wieviel Ressourcen bzw. welche Rollen stehen für die Weiterführung zur Verfügung?

Antwort: *Die Referentin für Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungsmanagement ist unter anderem mit den Social Media Aktivitäten betraut.*

Soll die Weiterführung zu 100% eigenständig ablaufen?

Werden Inhalte gemeinsam erarbeitet oder obliegt das der Redaktion des IANP?

Werden Social Media Beiträge vom Dienstleister erstellt und gepflegt oder wie ist die Aufteilung dafür vorgesehen?

Antwort: *Aktuell erfolgt die Erstellung der Social Media Beiträge durch die IANP, es gibt aber noch kein abschließendes Konzept. Ein Outsourcing an einen Dienstleister ist nicht ausgeschlossen.*

Sie wünschen eine Online-Marketing-Strategie, die eigenständig fortgeführt werden kann. Welche (technischen) Möglichkeiten werden Ihnen dafür zur Verfügung stehen (Kamera, Tonaufnahmegerät, Grafiker, etc.)?

Antwort: *Foto-/Video-Kamera, Tonaufnahmegerät, Grafiker, professioneller Fotograf und ein professionelles Videofilmteam.*

Soll die Steuerung der Performance Marketing Kampagnen automatisiert oder manuell vorgenommen werden?

In welchen Ländern und Regionen soll Performance Marketing betrieben werden?

Antwort: *Dies ist abhängig von den strategischen Entscheidungen zum Performance Marketing.*

Welches Media-Budget ist für das Performance Marketing (im Zeitraum von 12 Monaten) vorgesehen?

Gibt es Ihrerseits bereits ein festgelegtes Mediabudget, das für die Werbung in den ausgewählten sozialen Medien verwendet werden soll?

Gibt es schon ein geplantes Werbebudget bzw. der angepeilte Budgetrahmen für Werbeanzeigen? (z. B. Google Ads, Social Media, Banner Werbung usw.)?

Gibt es bereits Vorstellungen zum (Media)budget für die Social Media Kanäle (kann die Auswahl beeinflussen)?

Antwort: Es gibt kein spezielles Projektbudget, die Ausgaben müssen aber in einem angemessenen Verhältnis zur Größe der Akademie (12 Mitarbeitende), deren Aufgaben im nichtkommerziellen Bereich und dem Gesamtbudget der Akademie im Jahr (ca. 1,9 Mio. €) stehen.