

# Angebots-Abfrage für ein Innenstadt-Marketingkonzept für die Stadt Mayen

## Hintergrundinformation

In der vulkanischen Osteifel zwischen Rhein, Mosel und Ahr gelegen befindet sich die als Mittelzentrum klassifizierte Stadt Mayen, die aufgrund ihrer geographischen Lage auch als „Tor zur Eifel“ bezeichnet wird. Mayen zählt zum Landkreis Mayen-Koblenz und beheimatet rund 20.000 Einwohner.

In der Innenstadt Mayens, welche geprägt ist durch überwiegend inhabergeführte Geschäfte, werden bereits zahlreiche Veranstaltungen durchgeführt. Auf vielen verschiedenen Wegen wird auf die Attraktivität Mayens für Bewohner und Besucher aufmerksam gemacht. Dabei ist jedoch ein Herausarbeiten der Identität und der Alleinstellungsmerkmale Mayens unerlässlich. Gerade die Akteure der Innenstadt wie u.a. die MY-Gemeinschaft, der Bereich der Burgfestspiele und der Bereich Märkte sollten durch einen abgestimmten, einheitlichen Außenauftritt die Wirkung von einzelnen Maßnahmen erhöhen.

## Ziel

Die Zielsetzung eines Innenstadtmarketingkonzeptes wird es sein, die Relevanz von Projekten für ein erfolgreiches Innenstadtmarketing zu ermitteln und davon abhängig eine mehrstufige Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Beim Innenstadtmarketing geht es darum, die innerstädtischen Akteure an einen Tisch zu bringen, um gemeinsam für die Belebung des Stadtkerns zu sorgen und mehr Kaufkraft zu generieren. Es soll herausgearbeitet werden, welche Vorteile die Stadt Mayen den relevanten Zielgruppen bietet. Dafür sind die relevanten Zielgruppen für ein Innenstadtmarketing zu ermitteln und die Zielgruppenkontaktpunkte, über die die Zielgruppe auf Mayen trifft. Weiterhin sind Synergieeffekte und Skaleneffekte aus bestehenden oder potentiellen Kooperationen zu identifizieren bzw. zu initiieren. Hierzu kann auf das bestehende Standortkonzept zurückgegriffen werden. Ebenso existiert ein bewährtes Corporate Design, das gleichermaßen für die Erarbeitung eines Innenstadtmarketingkonzeptes herangezogen werden kann.

## Ausführungsfrist

Das Innenstadtmarketingkonzept ist bis zum 31.12.2023 abzuschließen. Die letzte Abrechnung hat am 15.11.2024 zu erfolgen.

## Gegenstand der Ausschreibung:

Mit dieser Angebots-Abfrage werden zu nachfolgenden Leistungen Kostenangebote erbeten:

1. Analyse der von den Akteuren der Innenstadt (MY-Gemeinschaft, Märkte, Wirtschaftsförderung, Burgfestspiele) bisher verwendeten Kommunikationsmittel, Slogans und Gestaltungselemente

2. Sichtung aller Konzepte, Pläne und Initiativen und daraus resultierend Zusammenfassung zu Kernaussagen
3. Identifikation und Analyse der Zielgruppen der „Marke Mayen“
4. Erarbeiten der Zielgruppenkontaktpunkte sowie ein Management für die Zielgruppenkontaktpunkte
5. Erarbeitung eines Kommunikationskonzepts für die Innenstadt, insbesondere für den Bereich Social Media
6. Erarbeitung von Meilensteinen und Erfolgskennzahlen für das Standortmarketing
7. Erarbeitung von Umsetzungsregeln für die künftige Organisation
8. Begleitung des Innenstadtmarketings für 6 Monate
9. Darlegung des Gesamtkonzepts in schriftlicher Form, ausgedruckt als Booklet in zweifacher Ausfertigung
10. Erstellung eines Endberichtes
11. Sämtliche Portokosten
12. Reisekosten

Für die Angabe des Preises ist das Preisblatt zu nutzen. Es handelt sich um ein Festpreisangebot, das alle Nebenkosten (z. B. Reisekosten, Büro- und Materialaufwand sowie weitere Aufwendungen) bereits enthält.

### **Weiterführende Inhalte des Angebots zur Feststellung der Eignung des Bewerbers**

13. Vorstellung des Unternehmens
14. Qualifikation und Erfahrung der zur Leistungserbringung vorgesehenen Personen:
  - a. Bearbeitungsteam, das für die Bearbeitung des Auftrages vorgesehen ist
  - b. Darstellung der beruflichen Expertise des Bearbeitungsteams

15. Darstellung der Referenzen über mindestens drei vergleichbar erbrachte Leistungen aus den letzten drei Jahren, die in Art und Umfang vergleichbar sind mit den in der Leistungsbeschreibung gestellten Anforderungen. Sofern der Bieter (noch) nicht über hinreichende Referenzen verfügt, kann er darlegen, warum er / sein Unternehmen sich trotzdem für ausreichend fachkundig und leistungsfähig für die Erbringung der ausgeschriebenen Leistung hält. Dazu können als Anlagen weitere geeignete Unterlagen beigelegt werden. Der Auftraggeber wird dann prüfen, ob z. B. vorgelegte persönliche Referenzen für die Personen, die für die Durchführung des Auftrags verantwortlich sein sollen, geeignet sind, die unternehmensbezogenen Referenzen zu ergänzen und zu ersetzen.
16. Detaillierter Zeit- und Ablaufplan zur Erstellung Begleitung des Standortmarketings im Sinne eines kraftvollen Anschubs des Innenstadtmarketings.
17. In den Gesamtangebotspreisen sind auch alle Aufwendungen für Abstimmungsgespräche mit dem Auftraggeber sowie Fremdkosten für eventuelle Subunternehmer enthalten.

Mit der Erbringung der Leistungen soll unmittelbar nach Leistungsvergabe (es ist geplant, dass die Vergabe innerhalb eines Monats nach Abgabe des Angebots erfolgt) begonnen werden.

Alle an dem Projekt beteiligten Mitarbeiter:innen müssen zum Zeitpunkt der Auftragsvergabe dem Auftraggeber genannt werden. Personelle Veränderungen sind nur nach Rücksprache mit dem Auftraggeber möglich.

Der Auftragnehmer stellt sicher, dass der Abschluss des Projektes bis zum 31.12.2024 gewährleistet ist. Die letzte Abrechnung kann am 15.11.2024 erfolgen.

### **Leistungen des Auftraggebers**

Der Auftraggeber unterstützt die Erarbeitung des Innenstadt-Marketingkonzepts durch die Bereitstellung von Daten und Informationen.

### **Zuschlagskriterien**

Entsprechend der den Vergabeunterlagen beigelegten Bewertungsmatrix werden die Angebote nach den folgenden Kriterien bewertet:

- Schlüssigkeit der Projektdarstellung (Überblick, Ziele und Details) 30 %
- Qualifikation und Erfahrung des Bearbeitungsteams 30 %
- Referenzen der Fachagentur 10 %
- Zeit- und Ablaufplan 10 %
- Preis 20 %

Der Zuschlag erfolgt auf das wirtschaftlichste Angebot, d. h. auf jenes mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis.

