

MÉDECINS DU MONDE 世界医生组织 DOCTORS OF THE WORLD منظمة أطباء العالم LÄKARE I VÄRLDEN
MONDO ΓΙΑΤΡΟΙ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ DOKTERS VAN DE WERELD MÉDICOS DO MUNDO MÉDICOS DEL
医療団 ÄRZTE DER WELT दुनिया के डॉक्टर MÉDECINS DU MONDE 世界医生组织 DOCTORS OF THE WO
منظمة LÄKARE I VÄRLDEN MEDICI DEL MONDO ΓΙΑΤΡΟΙ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ DOKTERS VAN DE WERELD



Ausschreibungsunterlagen für Rahmenvertrag/ Rahmenverträge On- und Offline-Dialogmarketing Ärzte der Welt e.V.

Referenznummer: FR-2020-004



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
A) Allgemeine Hinweise	3
B) Ärzte der Welt e.V und Ausgangssituation Fundraising.....	3
C) Überblick Umfang Rahmenvertrag/ Rahmenverträge.....	4
D) Angebotsumfang	6
E) Weiteres Vorgehen und Timeline	9
F) Vorlage, Änderung und Rücknahme von Angeboten	10
G) Abschluss des Vertrages und Vertragsdauer	10
H) Anlagen	11



A) Allgemeine Hinweise

Die detaillierten Rahmenbedingungen und formalen Anforderungen, die bindend für die Ausschreibung gelten, sind in der Anlage A extra aufgeführt.

B) Ärzte der Welt e.V und Ausgangssituation Fundraising

1) Ärzte der Welt e.V.

Ärzte der Welt Deutschland mit Sitz in München arbeitet seit dem Jahr 2000 als deutscher Zweig der internationalen humanitären Hilfsorganisation Médecins du Monde. Unabhängig ihrer Herkunft behandeln und versorgen wir benachteiligte Bevölkerungsgruppen in Krisensituationen, wie Krieg und Gewalt, Naturkatastrophen, Krankheit, Armut und Ausgrenzung. Neben der Arbeit in weltweiten Projekten engagiert sich Ärzte der Welt darüber hinaus auch in Deutschland, um Menschen ohne Krankenversicherung oder eingeschränkten Zugang zu dem Gesundheitssystem eine medizinische Betreuung zu ermöglichen. Die Schwerpunkte unserer Arbeit liegen neben der akuten medizinischen Nothilfe bei Projekten zum Wiederaufbau, in der mittel- und langfristigen Entwicklungsarbeit und dem Aufzeigen von Menschenrechtsverletzungen. Seit 2006 erhalten wir jährlich das DZI-Spendensiegel.

2) Aktuelle Maßnahmen und Kanäle im Fundraising

Um bereits bestehende Hilfsmaßnahmen weiterführen und ausbauen zu können, ist Ärzte der Welt an Stabilisierung und Wachstum der Spendeneinnahmen durch den Ausbau von Einzel- und Dauerspenden sowie an der Erhöhung der Spender*innenbindung interessiert. Die sich im Aufbau befindende Adressbasis ist darüber hinaus die Grundlage zur Generierung von Spenden im Emergencyfall. Die Dialogmarketingmaßnahmen werden von unserer französischen Mutterorganisation finanziell unterstützt. Im Jahr 2011 weitete Ärzte der Welt die Dialogmarketingmaßnahmen stark aus und startete ein umfassendes Mailingprogramm. Aktuell werden jährlich folgende Aussendungen (Gesamtbudget inkl. Agenturkosten ca. 400-450 Tsd. EUR) postalisch versendet:

- » 10 Hauslistenmailings inkl. 2x Spendermagazinversand mit einer durchschnittlichen Auflage von 12.500
- » 2-3 Reaktivierungsanstöße an bis zu 7.000 Spender*innen
- » 2-3 Neuspendergewinnungsmailings an jährlich insgesamt bis zu 175.000 Fremdadressen
- » 1-2 Emergencymailings im Krisenfall möglich

Seit dem Jahr 2015 wurde das Online-Fundraising bei Ärzte der Welt weiter professionalisiert. Das Budget für das E-Mailmarketing beträgt inkl. Agenturkosten aktuell ca. 15.000 EUR jährlich für folgende Maßnahmen:

- » 5 E-Mailings pro Jahr (zweimonatlich) an ca. 39.000 Abonnent*innen



- » Zusätzlich eine umfangreiche Kampagne in der Weihnachtszeit mit 1-4 E-Mailings- inkl. zugehöriger Landingpage(s)
- » 1-2 Emergency E-Mailings im Krisenfall möglich

Die Online-Kommunikation wird ergänzt durch Spendenaufrufe im Newsletter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit (ebenfalls zweimonatlich, jeweils im Wechsel zu den E-Mailings).

Zudem werden kontinuierlich unterschiedliche Maßnahmen zur Leadgenerierung durchgeführt, die dem Ausbau des Online-Verteilers und zur Generierung von Dauerspender dienen (change.org, Leads to Call Kampagnen etc.). Das Budget zur Leadgenerierung beträgt 26.000 EUR jährlich (exkl. Follow-UP-Kosten wie Telefoniekosten).

Durch Telemarketingmaßnahmen wird versucht, Spender*innen zu Dauerspender*innen umzuwandeln, bestehende Dauerspender zu erhöhen oder inaktive Spender*innen zu reaktivieren.

Mithilfe des Streetfundraisings/F2F werden seit 2015 gezielt Dauerspender eingeworben. Die gewonnenen Dauerspender*innen werden auch im Rahmen der Online- und Offlinekommunikation kanalübergreifend angesprochen.

Aktuell werden Spender*innen stark in ihrem Gewinnungskanal (Mailing oder Online) adressiert. Zukünftig soll hier eine stärker kanalübergreifende und durch Donor Journeys unterstützte Kommunikation stattfinden, welche auch positiven Einfluss auf die Spender*innenbindung haben soll

Neben den Dialogmarketing-Maßnahmen werden zusätzliche Einnahmen durch den Bereich Philanthropie & (Unternehmens-)Partnerschaften, Stiftungen, institutionelle Gelder und Erbschaftsmarketing generiert.

C) Überblick Umfang Rahmenvertrag/ Rahmenverträge

Im Folgenden wird ein Überblick über die Maßnahmen gegeben, die zukünftig in Zusammenarbeit mit einem oder mehreren Dienstleistern bestmöglich kanalübergreifend und spender*innenzentriert durchgeführt werden sollen. Ziel der vorliegenden Ausschreibung ist ein neuer Rahmenvertrag oder mehrere neue Rahmenverträge, welche/r die beschriebenen Aktivitäten abdecken und langfristig ausbauen sollen.

Die Arbeitssprache ist Deutsch, die Kommunikation erfolgt generell per E-Mail und Telefon. Pro Jahr wird mindestens ein persönlicher Termin angestrebt.

1. Direct Mail

Auf Basis eines gemeinsam erstellten Kampagnenplans sollen durch den Dienstleister verschiedene offline Mailingprodukte umgesetzt werden. In enger Abstimmung mit Ärzten der Welt erfolgt die Konzeption und Kreation dieser Maßnahmen. Der Dienstleister übernimmt



zudem die Koordination und tatsächliche Umsetzung, bis hin zur Aussendung durch den Lettershop.

- a) Direct Mail-Programm
 - » Konzeption, Kreation, Texterstellung, Dateiaufbereitung und Koordination und Kontrolle von Druck und Versand von bis zu zwölf Hauslisten-Mailings (z.T. zielgruppenadaptiert und mit Incentives, inklusive jährliche Sammel-Zuwendungsbestätigung und zwei Spendermagazinen) pro Jahr.
 - » Konzeption, Kreation, Texterstellung und Dateiaufbereitung für den Druck von geplanten zwei bis drei Fremdlisten-Mailings (aktuell mit Incentives) und Adaptionen für die Reaktivierung
 - » Unterstützung bei der Anmietung der Fremdadressen
 - » Rufbereitschaft für evtl. anfallende Nothilfemailings
- b) Strategische Beratung und Unterstützung bei Budgetplanung & Reporting
 - » Durchführung von einzelnen Workshops/Austauschterminen zur Weiterentwicklung des kanalübergreifenden und spender*innenzentrierten Fundraisings oder problemspezifische Beratung (bspw. Neuspendergewinnung)
 - » Optimierung des Direct Mailings-Bereichs (Identifizierung von geeigneten neuen Maßnahmen/Entwicklungen)
 - » Unterstützung bei der Budget- und Kampagnenplanung und -Kalkulation

2. Online Marketing

Im Bereich Online Marketing suchen wir einen Partner für die digitale Spender*innenkommunikation. Anhand des gemeinsam erstellten Kampagnenplans werden im Laufe des Jahres diverse E-Mailings und Kampagnen durchgeführt und der Verteiler durch Leads erweitert.

- a) E-Mail-Marketing
 - » Konzeption, Kreation und Texterstellung von 5 E-Mailings im Jahr und optionaler Versand durch Dienstleister
 - » Konzeption, Kreation und Texterstellung der Weihnachtskampagne (1-4 E-Mailings) inklusive der potentiellen Erstellung der Landingpages
 - » Rufbereitschaft für evtl. anfallende Nothilfe E-Mailings
- b) Leadgenerierung
 - » Unterstützung bei der strategischen Leadgenerierung zur Erweiterung des Online-Verteilers um jährlich mindestens 8.000 Leads
- c) Strategische Beratung und Unterstützung bei Budgetplanung & Reporting



- » Durchführung von einzelnen Workshops/Austauschterminen zur Weiterentwicklung des kanalübergreifenden und spender*innenzentrierten Fundraisings oder problemspezifische Beratung (bspw. Neuspendergewinnung)
- » Optimierung des Online-Bereichs (Identifizierung von geeigneten neuen Maßnahmen/Entwicklungen)
- » Unterstützung bei der Budget- und Kampagnenplanung und -Kalkulation

D) Angebotsumfang

Für Ihr Angebot sind die Nettopreise sowie Bruttopreise für die einzelnen Pakete sowie Stundensätze etc. anzugeben, jeweils gegliedert nach Bestandteilen bzw. Verarbeitungsschritten. Die Kosten für die Produktion, Porto, sonstige Kosten wie das Mediabudget und Agenturleistungen müssen getrennt ausgewiesen werden.

Falls es Rabatte oder Nachlässe bei Beauftragung von mehreren Dienstleistungen gibt, sind diese extra auszuweisen. Beispielsweise soll klar dargestellt werden, inwieweit die potenzielle Nutzung der strategischen Beratung Einfluss auf die Kosten der einzelnen Maßnahmen haben kann.

1. Übersicht Angebotsumfang:

- » Pakete bestehend aus einzelnen Beispielmaßnahmen zur konkreten Angebotserstellung in den Bereichen Direct Mail und/oder E-Mail-Marketing und/oder Leadgenerierung
- » Auflistung Stundensätze/Fullservice-Angebote
- » Kurzvorstellung Agentur und Referenzbeispiele

2. Pakete mit Beispielmaßnahmen zur Angebotserstellung

In einem ersten Schritt der Ausschreibung bitten wir Sie bei Interesse ein detailliertes Angebot für eines oder mehrere der unten aufgeführten Pakete abzugeben. Angebote sind für einzelne Pakete möglich und gewünscht, Kombinationen oder Komplettangebote werden positiv berücksichtigt, wenn es der Zielsetzung einer spenderzentrierten und kanalübergreifenden Kommunikation dienlich sein kann.

Bitte beachten: Aus den Bereichen Direct Mail und/ oder E-Mailmarketing bitten wir nur um eine Angebotsabgabe jeweils in Kombination mit strategischer Beratung. Ein individuelles Angebot nur für den Bereich Leadgenerierung ohne strategische Beratungskomponente ist zudem möglich. Das Paket der Leadgenerierung ist zudem bewusst offener gehalten, um den Bietern ein Höchstmaß an kreativen Spielraum zulassen. Bietergemeinschaften sind möglich.

Im Folgenden werden die Pakete mit den entsprechenden (Beispiel-)Maßnahmen, für welche Detailangebote vorgelegt werden sollen, ausführlich vorgestellt.



Paket Direct Mailings:

1) Reguläres Hauslistenmailing ohne Incentives (Auflage 12.000 Aussendungen)

- » Briefingtermin und grobe Timeline für PAL Ende Mai 2021
- » Erstellung und Abstimmung eines Terminplanes
- » Erarbeitung eines Mailingkonzeptes auf Basis der gebrieften Projektinformationen
- » Bei Bedarf zusätzliche eigenständige Informations- und Bildrecherche durch Agentur z.B. im Internet, falls Informationen und Bilder nicht ausreichend
- » Grafische und textliche Erstellung des Mailings nach Freigabe des Konzeptes mit 2 Korrekturschleifen

Inhalte Package für Kalkulation:

Brief, Zahlschein, Versandhülle und Folder (für Kostenkalkulation: Format Folder z.B. Din lang gefalzt, offen DinA4, 6-Seiter 2-seitig bedruckt, Versandhülle DIN lang 2-seitig bedruckt)

- » Koordination oder Durchführung der Produktion
- » Adressdatenaufbereitung für/an Lettershop, Personalisierung von Anschreiben und Response-Element, Kuvertierung (3 Teile) und Versand einschl. aller Listen (Datenselektion und -bereitstellung an Dienstleister läuft über Ärzte der Welt)

2) Spendermagazin (Auflage 19.000 Aussendungen)

- » Briefingtermin und grobe Timeline für PAL Ende April 2021
- » Erstellung und Abstimmung eines Terminplanes
- » Erarbeitung eines Mailingkonzeptes auf Basis der gebrieften Projektinformationen
- » Bei Bedarf zusätzliche eigenständige Informations- und Bildrecherche durch Agentur z.B. im Internet, falls Informationen und Bilder nicht ausreichend
- » Grafische und textliche Erstellung des Mailings nach Freigabe des Konzeptes mit 2 Korrekturschleifen

Inhalte Package für Kalkulation:

Briefzahlscheinkombination, Versandhülle und Magazin (für Kostenkalkulation: Format Magazin geschlossen Din A4, 12-Seiter 2-seitig bedruckt; Versandhülle DIN A5 2-seitig bedruckt + Briefzahlscheinkombination DinA4, 2-seitig bedruckt)

- » Koordination oder Durchführung der Produktion



- » Adressdatenaufbereitung für/an Lettershop, Personalisierung von Anschreiben und Response-Element, Kuvertierung (2 Teile) und Versand einschl. aller Listen (Datenselektion und -bereitstellung an Dienstleister läuft über Ärzte der Welt)

3) Strategieberatung Mailings

Honorar/Stundensätze für strategische Beratung und Unterstützung bei Budget- und Kampagnenplanung & Reporting im Bereich Direct Mailings

Paket E-Mail-Marketing:

1) E-Mailing regulär

- » Briefingtermin und grobe Timeline für Versand Mitte September 2021
- » Erarbeitung eines E-Mailingkonzeptes mit ca. 1.600 Zeichen auf Basis gebrieftener Projektinformationen
- » Bei Bedarf zusätzliche eigenständige Informations- und Bildrecherche durch Agentur z.B. im Internet, falls Informationen und Bilder nicht ausreichend
- » Erstellung des E-Mailings nach Freigabe des Konzeptes mit zwei Korrekturschleifen
- » Optional: Anlage des E-Mail-Templates sowie Vorbereitung des Versands mit E-Mail-Marketingtool Mailjet

2) Online Weihnachtskampagne

- » Briefingtermin und grobe Timeline für Kampagnenstart Ende November 2021
- » Erarbeitung eines Kampagnenkonzeptes auf Basis gebrieftener Projektinformationen
- » Nach Freigabe des Konzepts Erstellung der Kampagneninhalte:
- » E-Mailings (wöchentlicher Versand), 4 Landingpage(s) und weitere Werbematerialien (wie z.B. passendes Overlay für die Website) inkl. zwei Korrekturschleifen.
- » Anlage der E-Mail Templates sowie Vorbereitung des Versands mit E-Mail-Marketingtool Mailjet
- » Setup der Landingpage(s) auf unserem Server sowie Einsetzen der abgestimmten Inhalte
- » Optional: Versand aus Mailjet

3) Strategieberatung Online

Honorar/Stundensätze für strategische Beratung und Unterstützung bei Budget- und Kampagnenplanung & Reporting im Bereich E-Mailings/Online Marketing



Paket Leadgenerierung:

Leadgenerierung (Zielsetzung 8.000 Leads)

- » Briefingtermin und grobe Timeline für Kampagnenstart März 2021
- » Erarbeitung eines Konzepts zu Leadgenerierung auf Basis gebriefteter Projektinformationen
- » Erstellung des Funnels inkl. Landingpage, Werbematerialien sowie der Welcome Journey per E-Mail. Ein hoher Automatisierungsgrad ist gewünscht.
- » Anlage der E-Mail-Templates sowie Vorbereitung des Automatisierungsprozesses zum Versand der Welcome Journey
- » Setup der Landingpage auf unserem Server sowie Einsetzen der abgestimmten Inhalte
- » Laufendes Kampagnenmanagement wie Aussteuerung und Optimierung von Werbeanzeigen und des Mediabudgets (z.B. auf SocialMedia)

3. Stundensätze oder Fullservice-Angebote:

Es werden auch weitere individuelle Aufträge vergeben, die hier nicht gelistet sind. Bitte nennen Sie uns das Stundenhonorar sowie die Tagessätze eines Projektmanagers/Art Directors sowie eines Texters/Layouters oder für die Produktion von Printprodukten. Falls vorhanden, können Informationen zu Komplettpreisen für spezielle Produkte, wie z.B. Nachproduktionen von Mailings, auch eingereicht werden.

4. Kurzvorstellung Agentur und Referenzbeispiele:

Zusätzlich zu Ihrem Angebot freuen wir uns über eine Kurzvorstellung Ihrer Agentur, sowie nach Möglichkeit ggf. anonymisierte, aussagekräftige Referenzbeispiele. Die Kurzvorstellung des Unternehmens sollte enthalten:

- » Selbstdarstellung, Leistungsprofil und (ggf. anonymisierte) Arbeitsproben erfolgreicher Dialogmarketingkampagnen (online/offline/kanalübergreifend)
- » Referenzliste aktueller Kunden aus dem Non-Profit-Sektor (Deutschland)
- » Name und Rechtsform der Firma
- » Anschrift, Kontaktdaten, Ansprechpartner, Name des Geschäftsführers
- » Gründungsdatum der Firma, Zahl der festangestellten Mitarbeiter

E) Weiteres Vorgehen und Timeline

Nach Prüfung der finanziellen Angebote werden in einem zweiten Schritt der Ausschreibung eine Auswahl an Angebotseinreichenden dazu eingeladen, uns in einem Pitch anhand einer kleinen beispielhaften Kreativaufgabe von ihrem Können zu überzeugen (z.B. Entwurf Neuspendermailingpackage oder E-Mailing) und ihr Portfolio vor Ort in München vorzustellen. Weitere Detail-Kalkulationen können zudem angefragt werden. Details und



Rahmenbedingungen (wie bspw. die angedachte Vergütung) für den nächsten Schritt bzw. die exakte Aufgabenstellung folgen mit der Einladung nach Prüfung der Angebotsunterlagen.

Im dritten Schritt wird eine reale Testkampagne zum Vergleich von mindestens zwei Angeboten durchgeführt. Mithilfe von verschiedenen Kennzahlen wie dem ROI oder der Responsequote, aber auch anhand der Qualität der Zusammenarbeit, soll dieser Test bewertet werden.

Vorläufige Planung und Rückmeldefristen (Kalenderwochenangaben beziehen sich alle auf das Jahr 2020):

- » Angebot 1. Schritt: Abgabe eines Angebots: 20.04.2020
- » Rückmeldung zu den Angeboten und ggf. Einladung zum Pitch: KW 18
- » Briefing Kreativaufgabe: KW 18
- » Angebot 2. Schritt: Persönliches Kennenlernen mit Kurzvorstellung der Agentur/Leistungsportfolio und einer beispielhaften Kreativaufgabe KW 22
- » Rückmeldung zum Angebot 2.Schritt und ggf. Einladung zur Teilnahme an der Testkampagne KW 25
- » Angebot 3. Schritt: Durchführung einer Testkampagne (z.B. Konzeption und Versand eines Neuspendermailingpackage) KW 27 (Briefing) bis KW 39 (PAL)
- » Auftragserteilung und Rückmeldung zu den Angeboten: voraussichtlich KW 43
- » Angestrebt wird ein zunächst zweijähriger Vertrag für eine Zusammenarbeit ab dem 01.01.2021. Eine längerfristige Fortführung der Zusammenarbeit bei Erfolg ist gewünscht.

F) Vorlage, Änderung und Rücknahme von Angeboten

Senden Sie bitte Ihre Angebote bis zum 20.04.2020 in einem verschlossenen Umschlag an:

Ärzte der Welt e.V.
z.H. Ausschreibungskomitee
Landsberger Str.428
81241 München

Bitte beachten Sie alle weiteren Anforderungen und Angaben zur Änderung und Rücknahme von Angeboten in Anhang A.

G) Abschluss des Vertrages und Vertragsdauer

Auswahl eines Vertragspartners erfolgt nicht allein zwingend nach dem günstigsten Angebotspreis, sondern nach insgesamt bestem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Der Vertrag wird zum 01.01.2021 befristet abgeschlossen mit einer Vertragsdauer bis zum 31.12.2022. Für diesen Zeitraum garantiert der Vertragspartner die angebotenen Preise. Maßnahmen, die bereits im Jahr 2020 geplant wurden und diesen Zeitraum betreffen, werden noch mit bestehenden Dienstleistern durchgeführt.

MÉDECINS DU MONDE 世界医生组织 DOCTORS OF THE WORLD منظمة أطباء العالم LÄKARE I VÄRLDEN
MONDO ΓΙΑΤΡΟΙ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ DOKTERS VAN DE WERELD MÉDICOS DO MUNDO MÉDICOS DEL
医療団 ÄRZTE DER WELT दुनिया के डॉक्टर MÉDECINS DU MONDE 世界医生组织 DOCTORS OF THE WO
منظمة LÄKARE I VÄRLDEN MEDICI DEL MONDO ΓΙΑΤΡΟΙ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ DOKTERS VAN DE WERELD



H) Anlagen

- Anlage A: Rahmenbedingungen Ausschreibungen
- Anlage B: Good Business Regulations