

Bewertungsbogen für das Zuschlagskriterium Kreativ-Konzept Los 1  
Zuschlagskriterium Kreativ-Konzept (Bestandteile sind die Unterkriterien Nr. 1 bis 19)

Das vom Bieter als Angebotsbestandteil einzureichende Kreativ-Konzept ist auf Grundlage des Dokuments "Anlage 20 - Briefing Kreativaufgabe Los 1 Leadagentur" zu erstellen

Beurteilungsskala:

1	100	sehr gut: Die Leistung entspricht den Anforderungen in allen Belangen. Die Ausführungen sind vollständig, ausreichend konkret, vollumfänglich nachvollziehbar und widerspruchsfrei. Sie lassen eine qualitativ, funktional und wirtschaftlich sehr gute Leistung erwarten.
2	75	gut: Die Leistung entspricht in nahezu allen Belangen den Anforderungen. Die Ausführungen sind nahezu vollständig, ausreichend konkret, nachvollziehbar und widerspruchsfrei. Sie lassen eine qualitativ, funktional und wirtschaftlich gute Leistung erwarten.
3	50	befriedigend: Die Leistung entspricht überwiegend den Anforderungen, hat aber einzelne Schwächen. Die Ausführungen sind überwiegend vollständig, weitgehend konkret und nachvollziehbar sowie größtenteils widerspruchsfrei. Sie lassen eine überwiegend qualitativ, funktional und wirtschaftlich befriedigende Leistung erwarten.
4	25	ausreichend: Die Leistung entspricht im Allgemeinen den Anforderungen des Auftraggebers, hat aber mehrere erkennbare Mängel. Die Ausführungen sind nicht vollständig, nicht ausreichend konkret oder sie enthalten Widersprüche. Die angebotene Leistung lässt nur eine eingeschränkt qualitativ, funktional und wirtschaftlich brauchbare Leistung erwarten.
5	10	mangelhaft: Die Leistung entspricht überwiegend nicht den Anforderungen; auch wenn notwendige Grundkenntnisse vorhanden sind. Die Ausführungen sind unvollständig, wenig nachvollziehbar und unkonkret. Diese Mängel lassen sich ggf. absehbarer Zeit beheben. Insgesamt ist überwiegend keine qualitativ, funktional und wirtschaftlich brauchbare Leistung zu erwarten.
6	0	ungenügend: Die Leistung entspricht nicht den Anforderungen und weist erhebliche Mängel auf. Selbst die Grundkenntnisse sind so lückenhaft, dass die offensichtlichen Mängel in absehbarer Zeit nicht behoben werden können. Die Ausführungen sind gravierend unvollständig, nicht nachvollziehbar, nicht ausreichend konkret und/oder nicht widerspruchsfrei. Die angebotene Leistung lässt keine qualitativ, funktional und wirtschaftlich brauchbare Leistung erwarten.

Punktevergabe bei Ja-/Nein-Fragen:

Ja	100
Nein	0

Nr.	Beurteilungskriterien Konzept	1	2	3	4	5	6	Erreichte Punkte	Bewertung
1	<b>Bewertung der Qualität:</b>  Inwieweit zeigt die Agentur Verständnis für die Aufgabe?								
2	<b>Bewertung der Qualität:</b>  Inwieweit hat die Agentur die Briefing-Vorgaben beim Konzept berücksichtigt?								
3	<b>Bewertung der Qualität:</b>  Wie ist die verbale Kommunikation und die Aufbereitung der Präsentation hinsichtlich - Gliederung / Aufbau des Konzepts - Darstellung der Gestaltung der Kampagne und - Schlussfolgerungen für die Umsetzung?								
4	<b>Think Stromnetz Berlin - Bewertung der Stärke der Berücksichtigung:</b>  Inwieweit hat sich die Agentur mit der Geschäftstätigkeit / Marktsituation von Stromnetz Berlin vertraut gemacht und dies bei der Erstellung des Konzepts berücksichtigt?								
5	<b>Bewertung der Qualität der Zusammenarbeit:</b>  Wie detailliert hat die Agentur die Zusammenarbeit mit Stromnetz Berlin dargelegt? (siehe Anlage 20 - Los 1 Leadagentur_Briefing-Kreativ-Konzept_Stromnetz-Berlin, Abschnitt: 4. Erwartungen an die Ausarbeitung der Aufgabe, 1. Inhalte des Konzepts)								



6	<b>Bewertung der Transparenz:</b>  Hat die Agentur die Nutzung von Künstlicher Intelligenz bei der Lösung der Kreativaufgabe plausibel und nachvollziehbar dargestellt? Die Nutzung von KI ist bei der Lösung der Kreativaufgabe grundsätzlich zulässig.								
7	<b>Bewertung der Variabilität:</b>  Inwieweit lässt der von der Agentur skizzierte Vorschlag weitere Gestaltungsoptionen oder -alternativen zu?								

Nr.	Beurteilungskriterien Konzept	1	2	3	4	5	6	Erreichte Punkte	Bewertung
8	<b>Bewertung der Variabilität hinsichtlich Ausgestaltung des Konzepts:</b>  In welchem Umfang lässt die Agentur, unter Berücksichtigung der Zielgruppe, Marktwissen, Umfeld und Fakten (z. B. Forschungsergebnisse) in das Konzept und die Ausgestaltung der Kampagne einfließen?								
9	<b>Bewertung der Kreativität:</b>  Hat die Agentur über das in der Aufgabe geforderte Leistungsspektrum hinaus kreative Vorschläge und Ideen zusammengestellt und erläutert?								
10	<b>Bewertung des Grads der Problemlösungsorientierung:</b>  Inwieweit zeigen die Vorschläge der Agentur konkrete Lösungen für die Realisierung der Aufgabe und die Erreichung der Zielgruppe auf?								
11	<b>Bewertung der Umsetzbarkeit:</b>  Inwieweit hat die Agentur ein Konzept für die Kampagne erstellt, das umsetzbar ist?  Inwieweit zeigen die Vorschläge der Agentur konkrete Lösungen für die Realisierung der Aufgabe und die Erreichung der Zielgruppe auf?								
12	<b>Bewertung der Umsetzungsstärke Corporate Design:</b>  Inwieweit hat sich die Agentur in die CI/CD-Richtlinien eingearbeitet und diese im Konzept und in der Kampagne umgesetzt?								

Ausschlusskriterium: Wird das Kreativ-Konzept des Bieters bei den Unterkriterien Nr. 1 bis 12 in mehr als drei Unterkriterien mit weniger als 25 Punkten bewertet, wird das Angebot ausgeschlossen.

Nr.	Beurteilungskriterien Budget	ja	nein	Erreichte Punkte	Bewertung
13	Liegt ein an den Prozessschritten orientierter Zeitplan vor?				
14	Lieget ein an den Prozessschritten orientierter Kostenplan vor, der auf den im Preisblatt genannten Preisen basiert?				
15	Liegt ein Mediaplan inklusive Erläuterungen vor?				
16	Ist das Mediabudget in Höhe von maximal 400.000 Euro eingehalten?				

Nr.	Beurteilungskriterien Bieterpräsentation des Kreativ-Konzepts*	1	2	3	4	5	6	Erreichte Punkte	Bewertung
17	Wie ist der Gesamteindruck der Bieterpräsentation?								
18	Hat die Agentur im Rahmen der Bieterpräsentation zusätzliche Inhalte oder Ideen gezeigt, die das eingereichte Kampagnenkonzept sinnvoll ergänzen und aufwerten?								



19	Wie souverän reagiert die Agentur im Rahmen der Bieterpräsentation auf neue Anforderungen, die zu Änderungen der Aufgabenstellungen für die Kampagne führen?									
----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

\* Die Bieter, die ein Angebot eingereicht haben, werden im Rahmen der Verhandlung aufgefordert, das mit dem Angebot eingereichte Kampagnen-Konzept zu präsentieren.

Gesamtpunktzahl (Summe aus Nr. 1 bis 19)	0
--	---