

Printkampagne 2014 Kroatische Zentrale für Tourismus Zürich

1. Einführende Bestimmungen

Aufgrund des strategischen Marketingplans für den Tourismus in Kroatien für den Zeitraum 2014 – 2020 und des Arbeitsprogramms des Kroatischen Tourismusverbands für das Jahr 2014 muss die Offline-Kommunikation des Tourismus in Kroatien der Verwirklichung der strategischen Marketingziele dienen, diese sind namentlich :

- a) Vergrößerung der Tourismusaufkommens in der Vor- und Nachsaison
- b) Vergrößerung der Anzahl Gäste in den kontinentalen Zielorten
- c) Steigerung der Tagesausgaben durch die Touristen
- d) Stärkung des nationalen Markenimages Kroatiens

Abgesehen davon sollen folgende Punkte beachtet werden :

- a) Marktpositionierung Kroatiens als unberührte, naturbelassene Destination mit folgenden Eigenschaften :
 - schöne und facettenreiche Natur
 - Schönheit der Adria und der Küste
 - reichhaltige Kultur und Geschichte
 - abwechslungsreiche und reichhaltige Gastronomie
- b) Entwicklung und Anwendung von neuen Marketingmodellen welche sich auf Erfahrungswerte und Gefühlseindrücke der Touristen stützt,
- c) zusätzliche strukturierte Ausarbeitung von Anzeigenkampagnen zwecks marktbezogener Effektivitätssteigerung
- d) Einsatz von modernen Kommunikationsmitteln
- e) Anwendung der Geo-Marketingstrategie

Die aufgeführten Ziele sind bei Ausschreibung und Konzepterstellung für die Offline-Werbetätigkeit in 2014 zu berücksichtigen.

2. Zielgruppen

Die Zielgruppen werden wie folgt definiert :

Paare :	Altersgruppen 30-39, 40-54, 55+, mittlere und hohe Einkommen
Familien :	Altersgruppen 30-39, 40-54, mittelhohe und hohe Einkommen
Freundesgruppen :	Altresgruppe 18-29, mittelhohe und hohe Einkommen
Geschlechter :	Frauen und Männer gleichermaßen
Domizilkriterium :	europäische Grosstädte mit 100.000 Einwohnern und grösser
Bildungsprofil :	mindestens mittlere Reife, bzw. Hochqualifizierte
Reisemotivation :	Entspannung, Exploration und Entdeckergeist, Genusserfahrungen
Reisefrequenz :	Personen die mindesten einmal jährlich bzw. mehrere Urlaubsreisen pro Jahr unternehmen, diejenigen die schon Reiseerfahrung haben und vertraut sind mit vergleichbaren Destinationen
Internetaffinität :	Personen welche im Umgang mit Internet Erfahrung haben und das Web als Medium für Buchungen nutzen.

Die Ausschreibung soll genaue Quellenangaben beinhalten, damit der Anbieter die verfügbaren Informationen über die Zielgruppen verwenden kann, aufgrund dieser werden die Parameter Reach1+, Reach5+ und GRP eingesetzt bzw. durchgeführt.

5. Presse

A)

Das Budget ist fix vorgegeben, die Medienpublikationsbedingungen und das Zeitfenster sind ebenfalls fix definiert, - Angebote müssen innerhalb des ausgewiesenen Nettobetrags und der Medienpublikation- und Zeitfensterbedingungen verfasst werden – Angebote mit variablen Gesamtpreisen, variablen Medienpublikations- und Zeitrahmenbedingungen werden nicht beachtet. Das Mindestformat für das Angebot darf 1/3 einer Seite nicht unterschreiten.

Die Angebote müssen in der Sprache des Ziellandes und in Englisch oder nur in Englisch eingereicht werden.

B)

Im Angebot sind obligatorisch folgende Parameter zu nennen :

- a) Reach 1+ für die anvisierte Zielgruppe
- b) Reach 5+ für die anvisierte Zielgruppe
- c) Gesamt-GRP (Gross Rating Point)
- d) Medienplan

Angebote welche einen oder mehrere der genannten Parameter auslassen werden nicht beachtet.

C)

Angebote müssen eine sog. „Post-Buy-Analyse“ beinhalten, die Agentur ist verpflichtet bei Kampagnendurchführung eine solche zu erstellen und selbige vor Schlussrechnungsstellung einzureichen. Die Kosten für diese Analyse müssen im Gesamtpreis enthalten sein und dürfen nicht als eigenständiger Kostenpunkt erscheinen, der Anbieter ist verpflichtet nach Kampagnenabschluss die Post-Buy-Analyse zuzustellen als Vorbedingung zur Rechnungsbegleichung seitens des Auftraggebers (zu beachten bei Vertragsabschlüssen !).

Genauso sind alle allfälligen Nebenkosten (z. B. Plakatdruckkosten, Annoncenadaptationen, Provisionskosten von Zuträgern und anderweitig Assoziierten, Agenturkosten usw.) im Angebot aufzuführen.

Die Agentur mit welcher ein Vertrag geschlossen wird muss die Rechnungen und die Post-Buy-Analyse in englischer Sprache zustellen.

6. Durchführungsbestimmungen der Ausschreibung

1. Im Rahmen der Offline-Werbetätigkeit ist es wichtig, dass die Werbung in Einklang mit dem angenommenen Angebot sowie der Bedingungen des Medienplans steht.

2. Der Anbieter verpflichtet sich während der Kampagnendauer auf Verlangen des Kroatischen Tourismusverbands Einischt in die Kampagne und die bis dahin eingesetzten Mittel im Rahmen der Post-Buy-Analyse und der bezahlten Faktura der Zuträger vom schon realisierten Teils des Medienplans zu gewähren.

3. Richtlinien in der Kommunikation mit dem Auftraggeber :

Nachfolglich der allfällig eingereichten Bewerbungsdokumentationen und erfolgter Vertragsunterschriften nimmt der Anbieter zu folgenden Pflichten Kenntnis :

mindestens eine Person wird zu täglich verfügbaren Kommunikationszwecken mit dem Dienst des Hauptbüros des Kroatischen Tourismusverbands für Offline-Werbemassnahmen und einzelner Aussenstellen abdelegiert. Die Kontaktdaten dieser Verbindungsperson sind vorgängig mitzuteilen.

Auf jede Anfrage die elektronisch vom Kroatischen Tourismusverband ausgeht verpflichtet sich der Anbieter binnen 48 Stunden zu antworten.

7. Art der Analyse und Überprüfung der Tätigkeiten durch den Kroatischen Tourismusverband

Während der Kampagne sowie nach deren Abschluss wird der Anbieter dem Kroatischen Tourismusverband die Aufsicht über die Tätigkeiten und die erfolgten Kosten ermöglichen, nach Abschluss werden dem Kroatischen Tourismusverband die vollständigen Unterlagen überreicht und der Auftragnehmer akzeptiert vertragsrechtlich, dass bei Nicht- und/oder unvollständiger Erbringung von projektbezogenen Unterlagen auf Auszahlung für diesen nichterbrachten Teil verzichtet wird.

8. Rechnungsstellung

Dem Hauptsitz des Kroatischen Tourismusverbands wurde offiziell die **Mehrwertsteuernummer HR72501368180** zugeteilt. Geschäftspartner aus dem Ausland können diese Nummer in der internationalen VIES-Datenbank überprüfen und somit selbige mit dem Vermerk „**Reverse charge**“ zur Rechnungsstellung für erbrachte Dienstleistungen ohne Verrechnung der Mehrwertsteuer benutzen.

Zur Rechnung mit dem Zahlungsvermerk „**Rechnung für Dienstleistungen im Bereich Offline-Werbemassnahmen**“ muss eine Spezifikation über die realisierten Ausgaben sowie eine vollständige und ordentliche Dokumentation beiliegen. Ohne vollständige Berichte und Unterlagen welche monatlich zu erfolgen haben wird der Kroatische Tourismusverband keine Zahlungen im Folgemonat tätigen.

Der Begriff vollständige und ordentliche Dokumentation beinhaltet folgende Punkte :

der unterschriebene gültige Vertrag in dessen Rahmen der genehmigte Medienplan enthalten ist, dieser wiederum enthält eine Spezifikationsliste über die einzelnen eingesetzten Medien und der dazugehörigen Termine, sowie eine Spezifikationsliste über die einzelnen finanziellen Ausgabepositionen und einer Gesamtaufstellung über die getätigten Ausgaben.

Beweismittel über getätigte Anzeigen in Printmedien bzw. originale Exemplare dieser Printmedien in welchen die Anzeigen gemäss bewilligtem Medienplan veröffentlicht wurden.

Fotodokumentation über verwendete Plakatwerbeflächen gemäss bewilligtem Medienplan sowie eine Liste der Orte welche mit Plakatwerbung ausgestattet wurde, diese Liste muss vom ausführenden Unternehmen mit Unterschrift und Stempel beglaubigt sein.

Audio/Videoaufnahmen welche im Rundfunk ausgestrahlt wurden müssen in Kopie auf CD oder DVD geliefert werden, dazu gehört eine von der ausstrahlenden Anstalt verifizierte Liste über verwendete Programmkanäle und Termine in diesem Zusammenhang.

Post-by-Analysis für den bereits realisierten Teil des Medienplans welcher in Rechnung gestellt wird.

Post-by-Analysis der Gesamtkampagne nach Abschluss des Auftrags im Rahmen der finalen Rechnungsstellung.

Positionen die auf der Rechnung enthalten sein müssen :

Zeitangaben über die Dauer der Werbetätigkeit

Der Vermerk „Rechnung für Dienstleistungen im Bereich Offline-Werbung in Printmedien und/oder Werbung auf Plakatwerbeflächen und/oder Werbung im Radio und TV“

Der Landesname in welchem die Anzeige getätigt wurde – für jeden Staat verpflichtet sich der Anbieter eine separate Rechnung zu erstellen.

Alle durch das Gesetz gegebenen Vorschriften müssen eingehalten werden.

9. Zahlungsmodalitäten

Der Anbieter verpflichtet sich monatliche Berichte in Form einer Post-Buy-Analyse über die realisierten Tätigkeiten im Rahmen der Offline-Werbedienstleistungen in Printmedien, auf freistehenden Werbeflächen, sowie Werbung im TV und Radio einzureichen.

Zahlungen werden monatlich für den jeweils vorangegangenen Monat getätigt. Die eingereichten Rechnungen müssen mit begleitenden ordentlichen Unterlagen versehen sein wie beschrieben. Ohne diese Unterlagen wird der Kroatische Tourismusverband keine Rechnungen begleichen. Für jedes Marktgebiet sind separate Rechnungen zu erstellen.

Die Zahlungstermine betragen 30 Tage nach Rechnungsstellung durch den Anbieter. Die Rechnungen sind inklusive dazugehöriger Unterlagen wie unten beschrieben zuzustellen.

10. Zustellung des Angebots

1. Zustellungsort :

Zu senden an :

Geschäftssitz des Kroatischen Tourismusverbands in der Schweiz, Seestrasse 160, 8002 Zürich.

2. Datum und Einsendefristen :

Die Frist dauert bis 14. März 2014 bis 12.00 h.

Vertragsdauer :

Ab Unterschriftsdatum bis 30. Mai 2014.

3. Beschrieb und Bezeichnung des Angebotsgegenstands oder Teile davon unter der Bedingung dass eine solche Offertenstellung zulässig ist.

Der Anbieter kann sich für einzelne oder mehrere Marktgebiete bewerben.

4. Handlungsfähigkeitsnachweise der Anbieter, Benennung der Handlungsfähigkeiten und Wertenachweise der Handlungsfähigkeit, falls verfügbar

a) Beweise über rechtliche und wirtschaftliche Handlungsfähigkeit :

Titel des Handlungsfähigkeitszeugnisses : Auszug aus dem Geschäftsregister oder der Handelskammer oder –gerichte, aus dem Branchenverband oder andere entsprechende Handelsregisterauszüge, ein entsprechender Nachweis wird benötigt,

Titel des Handlungsfähigkeitszeugnisses : Bestätigung der Steuerbehörde über den Schuldenstand bzw. eine entsprechende Bestätigung der zuständigen Behörde des jeweiligen Staates

Betriebsbewilligungen oder –zulassungen wenn diese dem anbietenden Unternehmen im jeweiligen Staat im Zusammenhang der beschriebenen Tätigkeit vorgeschrieben sind,

Name der ausstellenden Behörde über die Handlungsfähigkeit : Zuständiges Handelsgericht, Unternehmerverzeichnisdienst bzw. entsprechender Branchen- oder Geschäftsverbandsregister.

Der Anbieter ist verpflichtet zu beweisen, dass er für die beschriebenen Tätigkeiten über entsprechende Betriebsbewilligungen verfügt.

Falls diese Handlungsfähigkeitsnachweise nicht im Domizilstaat des Unternehmens erstellt werden, wird eine beglaubigte eidesstattliche Erklärung in diesem Zusammenhang benötigt.

b) Garantien für die ordentliche Vertragserfüllung

Die „Post-Buy-Analyse“ ist vertraglicher Bestandteil und muss vom Anbieter nach Kampagnenabschluss als Bestandteil der Rechnungsstellung verfasst werden, selbige darf nicht als separater Kostenpunkt aufgeführt werden. Der Anbieter verpflichtet sich die Post-Buy-Analyse nach Durchführung des Auftrags zuzustellen als Voraussetzung für ein Zahlungsbegehren vom Auftragnehmer.

Der Anbieter verpflichtet sich monatliche Berichte in Form von Post-Buy-Analysen über die realisierten Handlungen im Rahmen der Offline-Werbetätigkeit in Printmedien, Werbung auf freistehenden Flächen sowie in Radio und TV zu erstellen und diese einzureichen.

c) Aktivierung von Garantien in folgenden Fällen :

Falls der Anbieter keine vollständigen und ordentlichen Unterlagen einreicht wie unter Punkt 8 beschrieben, wird der Kroatische Tourismusverband ausser Stande sein gestellte Rechnungen zu begleichen.

Falls nach Abschluss der Kampagne mittels Post-Buy-Analyse und finaler Rechnungsstellung festgestellt werden sollte, dass die kumulativ erzielten GRP-Resultate kleiner ausfallen als im GRP budgetmässig vorgesehen, wird der Kroatische Tourismusverband Rechnungen prozentuell anteilmässig in Höhe des effektiv erreichten GRP im Verhältnis zum budgetierten GRP begleichen

5. Form, Erstellungsart, Inhalt und Zustellung des Angebots

a) Form und Erstellungsart des Angebots

Das Angebot muss nach den Weisungen im Wettbewerbsreglement verfasst sein

Das Angebot muss einheitlich mit einer Bürgschaftserklärung und Firmenstempel versehen sein

Alle Angebotsseiten müssen in Reihenfolge durchnummeriert sein

Die Angebote werden mit Schriftmaterial (Tinte) verfasst welche sich nicht löschen lässt

Allfällige Korrekturen müssen sichtbar gekennzeichnet und nachvollziehbar sein. Die Korrekturen müssen datiert und durch Unterschrift und Stempel einer autorisierten Person des Unternehmens beglaubigt sein.

b) Angebotsinhalt

Folgende ausgefüllte Formulare, unterschrieben und beglaubigt durch eine autorisierte Person des Unternehmens sind einzureichen :

Angebotsformular (siehe Beilage 1) elektronisch ausgefüllt – nur diejenigen Mediengattungen ausfüllen für die sich das Unternehmen bewerben möchte.

Handlungsfähigkeitsnachweise

detaillierter Werbeplan : dieser beinhaltet eine Tabelle mit den genauen Daten über die Budgetverwendung und –details sowie einen Terminplan welcher in den Wettbewerbsunterlagen beschrieben wird, mit Rücksicht auf die Reach1+-, Reach5+ und GRP –Kriterien

Beschrieb über die zur Verfügung gestellten Mittel, damit der Kroatische Tourismusverband seine Aufsichtsaufgaben über die Kampagne wahrnehmen kann

Art und Weise der Beweiserbringung über die verbrauchten Mittel

Inhaltsverzeichnis über alle Bestandteile und/oder Beilagen des Angebots

alle übrigen Unterlagen die in der Wettbewerbsausschreibung beschrieben sind

Der Anbieter ist verpflichtet alle Beweismittel wie unter Punkt 10.4 geschildert zu erbringen, ein Fehlen oder eine Unvollständigkeit derselben wird als schwerwiegender Mangel betrachtet. Die Beweismittel über die Handlungsfähigkeit gemäss Punkt 10.4 müssen im Quellenverzeichnis oder in Form einer beglaubigten Akte durch einen öffentlichen Notar oder durch eine zuständige Behörde des jeweiligen Domizillandes ersichtlich sein.

c) Zustellungsart des Angebots :

das Angebot muss in schriftlicher Form, im geschlossenen Briefumschlag mit Name und Adresse des Anbieters sowie Name und Adresse des Empfängers versehen sein, ebenso ist Bewerbungszweck und –art zu nennen wie folgt :

„zur Durchführung des Beschaffungsverfahrens von Offline-Werbetätigkeiten in Printmedien, Werbung auf freistehenden Flächen sowie Werbung in Radio- und TV-Medien – nicht öffnen“

sowie den übrigen Bestimmungen welche im Wettbewerbsbeschrieb enthalten sind. Innerhalb der gegebenen Fristen hat der Anbieter die Möglichkeit sein Angebot unter Beifügung von rechtsgültigen

Unterschriften zu ändern, zu vervollständigen oder sein Angebot gänzlich zurückzuziehen.

6. Erlaubnis zur Zustellung des Angebots auf elektronischem Wege

Angebote sollen auch zusätzlich auf elektronischem Wege eingereicht werden

7. erlaubte alternative Einsendearten

Es sind keine alternativen Formen der Angebotszustellung erlaubt.

8. Fristen, Zahlungsarten und –bedingungen

Zahlungen werden innert 30 Tagen nach Rechnungsstellung und Bereitstellung der vollständigen und ordentlichen Unterlagen wie unter Punkt 8 beschrieben getätigt. Vorauszahlungen sind ausgeschlossen.

9. Gültige Frist des Angebots

60 Tage ab zu bestimmenden Fristbeginn zur Angebotszustellung.

10. Sprachen in welchen das Angebot oder Teile davon verfasst werden

Sprache des Domizillandes des Bieters und in Englisch

11. Datum, Zeit und Zustellungsort, Öffnung der zugestellten Angebote

Die Frist für die Zustellung des Angebots endet am 14. März 2014 um 12 Uhr, der Zustellungsort ist die Niederlassung des Kroatischen Tourismusverbands in der Schweiz, Seestrasse 160, 8002 Zürich, 043 336 20 30, info@visitkroatien.ch

12. Frist für die Annahme oder Ablehnung des Angebots

30 Tage nach Ablauf der Bewerbungsfrist

13. Zurverfügungstellung der Wettbewerbsunterlagen

Der Beschrieb der Wettbewerbsbedingungen ist öffentlich verfügbar unter www.croatia.hr und auf Webseiten des Kroatischen Tourismusverbands.

Die verbindlich letzte Frist zur Einreichung der Wettbewerbsunterlagen endet am :14. März 2014 um 12.00 Uhr.

Die Öffnung der eingegangenen Angebote findet am :17. März 2014 um 12 Uhr statt.

Ort der Angebotssichtung ist die Vertretung des Kroatischen Tourismusverbands in der Schweiz, Seestrasse 160, 8002 Zürich.