

Aufforderung zur Abgabe eines Angebots

Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH schreibt folgende Leistung aus:

Imageanalyse der Stadt Halle (Saale) als Hochschulstandort – Befragung in der Zielgruppe zur Bekanntheit und zu den betrachteten Imagedimensionen aus der Nullmessung 2019

Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) ist verantwortlich für die Konzipierung, Positionierung und Vermarktung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle (Saale) im nationalen und internationalen Rahmen. Im Rahmen der Gemeinschaftsaktivitäten mit der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU) betreibt die SMG Standortmarketing zur Kommunikation der Stadt Halle (Saale) als attraktiven Studienstandort.

1. Projektbezeichnung: Längsschnittanalyse zur Bekanntheit und zum Image der Stadt Halle (Saale) als Hochschulstandort

In 2019 wurde eine Nullmessung zum Image des Hochschulstandortes Halle (Saale) durchgeführt, um ein detailliertes Profil darüber zu erhalten, wie junge Menschen die Stadt Halle (Saale) als Hochschulstandort wahrnehmen und welche Kriterien ausschlaggebend bei der Wahl des Hochschulstandortes sind. Dafür wurden die Bekanntheit von Hochschulstandorten, die Bedeutung entscheidungsrelevanter Merkmale sowie das Image des Hochschulstandortes Halle (Saale) in verschiedenen Dimensionen erhoben. Eine segmentierte Betrachtung der Ergebnisse nach Wohnregion der Probanden, Alter und Status im Bildungsweg Schule-Studium haben zusätzlich Aufschluss für die Ausgestaltung einer Kampagne zur Steigerung der Bekanntheit und Schärfung des Images gegeben.

Nach vier Jahren soll nun eine Wirksamkeitsmessung für die ergriffenen Marketing-Maßnahmen durchgeführt werden, um zum einen Anhaltspunkte für eine zielgerichtete Feinjustierung der ergriffenen Marketing-Maßnahmen ableiten und zum anderen Entscheidungen zur Weiterführung der Kampagne treffen zu können. Zusätzlich können ein Abgleich und ggf. Erweiterung der bestehenden Imageanalyse um Dimensionen des Soll-Images der Stadt Halle (Saale) Anhaltspunkte für die Anpassung zukünftiger Maßnahmen des Stadtmarketings der Stadt Halle (Saale) geben.

Für die Evaluierung der Bekanntheit und des Images des Hochschulstandortes Halle (Saale) soll analog zu 2019 eine bundesweite Befragung von 2.500 potenziellen und aktuellen Studierenden zwischen 16 und 24 Jahren durchgeführt werden, so dass eine valide segmentierte Betrachtung der Kennzahlen nach Region und Status der Studienstandortwahl vorgenommen werden kann.

Im Rahmen einer standardisierten Befragung sollen in Anlehnung an die Nullmessung folgende Themen betrachtet werden:

- Bekanntheit der Stadt Halle (Saale), der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU) und anderer vergleichbarer Universitäten
- Image der Universitätsstadt Halle (Saale), der MLU am Standort Halle (Saale) und der Stadt Halle (Saale): Erhebung des Images (ungestützt und gestützt), ggf. Erhebung des Images anderer Universitätsstädte
- Meinungsbildende Faktoren: Identifizieren meinungsbildender Faktoren bei der Wahl des Hochschulstandortes, Bewertung dieser Faktoren für die Unistadt Halle (Saale)
- Bekanntheit und Bewertung der Kampagne
- Bekanntheit und Inanspruchnahme von Angeboten zur Unterstützung der Studienstandortwahl und Bewertung dieser

Neben der Befragung von potenziellen und aktuellen Studierenden in Deutschland können die Eltern der potenziellen Studierenden als weitere Zielgruppe in der Erhebung betrachtet werden. Eltern haben bei der Studienstandortwahl ihrer Kinder einen hohen Einfluss. Es ist jedoch davon auszugehen, dass das Informationsverhalten, die meinungsbildenden Faktoren und die Bewertung dieser für den Studienstandort Halle (Saale) nicht deckungsgleich mit

denen Ihrer Kinder sind. Um diese These zu überprüfen und eine Grundlage für die Entwicklung zusätzlicher Maßnahmen bilden zu können, sollten 500 Eltern von potenziellen Studierenden befragt werden.

Da sich die Ausgestaltung des Fragebogens an dem Fragebogen von 2019 orientiert, können die Ergebnisse als Längsschnittanalysen dargestellt werden. Längsschnittanalysen ermöglichen die Abbildung von Veränderungen im Zeitablauf. Neben der Längsschnittanalyse kann ein Benchmarking mit anderen Hochschulstandorten durchgeführt werden, indem die Bekanntheits- und Imagewerte miteinander verglichen werden.

Die Erkenntnisse aus der Befragung sind ansprechend in einer Ergebnispräsentation zusammenzustellen und in den Kontext der im Jahr 2019 durchgeführten Analyse zu bewerten. Aus den Ergebnissen sollen im Nachgang Handlungsfelder und Maßnahmen zur Erfolgskontrolle erarbeitet werden.

2. Angebote

Das Angebot versteht sich als ein Angebot für die Gesamtleistung, welches den vollen benannten Leistungsumfang beinhaltet. Aus technischen und wirtschaftlichen Gründen wird bei der Vergabe auf eine Aufteilung in Lose verzichtet.

3. Fristen

Folgende Fristen gelten für dieses Vergabeverfahren:

Ablauf der Frist zur Übermittlung der Angebote: 23.06.2023, 0 Uhr

Bindefrist der Angebote: die Angebote sollten eine Bindefrist von 3 Wochen beinhalten, damit während dieses Zeitraums Rückfragen zwischen Auftraggeber und Bieter möglich sind

Bieterfragen: Im Zeitraum vom 23. Bis 30. Juni sollen Rückfragen zum Angebot gestattet werden

Beauftragung: Die Beauftragung erfolgt schriftlich bis spätestens 30. Juni 2023. Alle Anbieter, die nicht beauftragt werden, erhalten eine schriftliche Absage.

Ausführungszeitraum: 01. Juli bis 30. Oktober 2023

Rechnungslegung: Die Rechnungslegung ist Gegenstand der Vertragsgestaltung und muss bis spätestens 30.11.2023 vollständig erfolgt sein.

4. Angebotseinreichung & Ansprechpartner:in

Eine Angebotsangabe kann via E-Mail an folgenden Empfänger erfolgen:

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH
Marktplatz 13
06108 Halle (Saale)
z.Hd. Cathleen Scheiner
cathleen.scheiner@stadtmarketing-halle.de

5. Zuschlagserteilung

Als GmbH unterliegt die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH nicht den rechtlichen Grundlagen für öffentliche Ausschreibungen. Der Zuschlag wird auf Grundlage einer Einholung von mindestens drei Anbietern nach dem Grundsatz der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit vergeben.

Es kommen nur Angebote von Bietern, deren Eignung für die nachgefragte Leistung erwiesen ist, die die formellen Anforderungen erfüllen, und deren Angebotspreis angemessen ist, in die engere Wahl.

Wir freuen uns auf die Angabe Ihres Angebots für die ausgeschriebene Leistung.