

## Leistungsbeschreibung / Leistungsverzeichnis

### Rahmenvereinbarung über die Abwicklung des Stellenausschreibungsverfahrens der Freien Hansestadt Bremen

zwischen

***AWS Personalmarketing GmbH, Hans-Henny-Jahnn-Weg 41-45, 22085 Hamburg  
und  
Die Freie Hansestadt Bremen / vertreten durch den Senator für Finanzen, Referat 33,  
Am Tabakquartier 56, 28197 Bremen***

#### 1. Vorbemerkungen

Zur Ausschreibung kommt eine Rahmenvereinbarung über die Abwicklung des Stellenausschreibungsverfahrens der Freien Hansestadt Bremen (FHB), vertreten durch den Senator für Finanzen (SF) als verantwortlicher Auftraggeber.

Der SF wickelt das Stellenausschreibungsverfahren in zentraler Zuständigkeit für alle Dienststellen, Eigenbetriebe und Einrichtungen der FHB (Bedarfsträger) ab. Die Freie Hansestadt Bremen verfügt aktuell über rund 33.000 Beschäftigte.

Die einzelnen Bedarfsträger haben zum Teil unterschiedliche Vorgaben und Layouts, die bei einer Veröffentlichung jeweils zu berücksichtigen sind.

Der SF beauftragt eine Werbeagentur (Auftragnehmer) mit der Abwicklung von (Stellen-)Ausschreibungen sowie Ausbildungsanzeigen und Imageanzeigen in nationalen/internationalen Print- und Online-Medien/Portalen (inklusive Social-Media) und regionalen/überregionalen Tages- und Wochenzeitungen, Fachzeitschriften.

#### 2. Allgemeine Bestimmung

Das Ausschreibungsverfahren wird in deutscher Sprache durchgeführt. Jegliche Kommunikation - schriftlich wie mündlich - erfolgt ausschließlich in Deutsch.

#### 3. Prozessbeschreibung

Der SF übersendet der Werbeagentur einen vorgefertigten Ausschreibungstext bzw. eine vorgefertigte Anzeige als Datei zur Veröffentlichung. Gleichzeitig - bzw. bei Bedarf auch vorab - erfolgt eine Angebotsanfrage an den Auftragnehmer. Dieser berät und unterstützt den SF bei der Auswahl geeigneter Print- und Onlinemedien, erstellt das Anzeigen-Layout für die verschiedenen Medien, überprüft den Ausschreibungstext **unter sofortiger Beteiligung eines Lektorats** - zur Kontrolle auf erkennbare Rechtschreibfehler und Missverständnisse, Überprüfung des Stellentitels sowie des Inhalts auf Werbewirksamkeit und Plausibilität, insbesondere auch in Bezug auf das Allgemeine Gleichstellungsgesetz (AGG) im Hinblick auf gendergerechte Sprache - und übermittelt die Angebote mit den Kosten, dem Zeitpunkt der Veröffentlichung, dem Redaktionsschluss und einem Korrekturabzug bei Printmedien bzw. einem Korrektur-Link bei Online-Medien an den Auftraggeber. Das Angebot ist innerhalb von zwei Arbeitstagen zu übermitteln und sollte - soweit möglich - auch Vorschläge zu anderen einschlägigen Medien enthalten. Bei der Übermittlung der Kosten sind die jeweils gültigen Anzeigenpreise der Verlage zu berücksichtigen.

Nach Prüfung des Korrekturabzugs / Korrekturlinks durch den SF erfolgt entweder die Zustimmung zur Veröffentlichung oder es werden dem Auftragnehmer Korrekturwünsche mitgeteilt (eine nicht limitierte Anzahl von Korrekturgängen bis zur finalen Anzeige wird vorausgesetzt). Nach erneuter Korrektur erfolgt dann die Beauftragung zur Insertion in den entsprechenden Medien. Der Auftrag wird abschließend schriftlich bestätigt.

## 4. Mengengerüst

### 4.1 Anzahl der abzuwickelnden Gesamt-Aufträge

Um die Anzahl der abzuwickelnden Aufträge einschätzen zu können, wird exemplarisch das abgeschlossene **Kalenderjahr 2022** zu Grunde gelegt.

Die Anzahl und das finanzielle Volumen der Anzeigenschaltungen richten sich nach dem jeweiligen Geschäftsanfall und lassen sich nicht verbindlich festlegen bzw. garantieren. Aktuell liegen keine Anhaltspunkte für außergewöhnliche Anstiege oder Senkungen der Anzahl bzw. der Umsätze in der Zukunft im Vergleich zum Kalenderjahr 2022 vor. Eine Gewähr wird allerdings nicht übernommen.

### 4.2 Gesamt-Aufträge unterteilt nach regionalen / überregionalen Tages- und Wochenzeitungen / Fachzeitschriften und online-Jobbörsen

Nachfolgend werden die Medien zusammengefasst, in denen der SF - im Kalenderjahr 2022 - die meisten Stellenausschreibungen (Anzahl) geschaltet hat.

Medium	Anzahl	mm / Format Gesamt
<b>regional</b>		
BAB	■	■
Bremen Plus	■	■
Nordwest-Zeitung	■	■
Nordsee-Zeitung	■	■
Weser Report	■	■
<b>überregional</b>		
Die Zeit	■	■
FAZ	■	■
Hamburger Abendblatt	■	■
HAZ	■	■

Medium	Anzahl	mm / Format Gesamt
<b>Fachzeitschriften</b>		
Bauwelt	■	■
Deutsches Ärzteblatt	■	■
Deutsches Architektenblatt	■	■
NJW	■	■

VDI-Nachrichten	█	█
-----------------	---	---

Medium	Anzahl
<b>Online-Stellenmärkte</b>	
academics.de / zeit.de	█
academics.com	█
ärztestellen.de	█
indeed.com	█
linkedin.de	█
monster.de	█
stepstone.de	█
weser-kurier.de	█
xing.com	█

## 5. Zu erbringende Serviceleistungen im Detail

### 5.1 Ansprechperson im Hause des Auftragnehmers

Der Auftragnehmer benennt eine verbindliche und dauerhafte Ansprechperson sowie eine Stellvertretung für die abwicklungstechnische Betreuung der Aufträge, die mit den Besonderheiten des Stellenausschreibungsverfahrens der FHB vertraut ist bzw. diese nachvollziehen kann. Von Veränderungen in der abwicklungstechnischen Betreuung bzw. einer Vertretungsregelung ist der SF umgehend in Kenntnis zu setzen.

### 5.2 Aktive, umfassende Recherchen / Media-Beratung / Online-Medienauswertung

Der Auftragnehmer liefert dem Auftraggeber Informationen über Erscheinungs- und Anzeigenschlusstermine bei Printmedien und Online-Jobbörsen, Anzeigenformate und Preise, Auflagenhöhen bzw. Laufzeiten. Bei Bedarf übernimmt der Auftragnehmer auch Recherchen über nationale und internationale Printmedien und Online-Jobbörsen sowie branchenspezifische Sonderveröffentlichungen.

Als Mittel der Erfolgskontrolle stellt der Auftragnehmer dem Auftraggeber bei jeder Online-Schaltung relevante Kennzahlen - z.B. Klickzahlen / Linkbesuche - zur Verfügung.

### 5.3 Gestaltung / Schaltung von Stellenausschreibungen

#### Leistungen:

- Erstellung des Layouts für die verschiedenen Printmedien und Online-Jobbörsen - sowohl national als auch international - sowie die Möglichkeit der Buchung von Online-Layoutvorlagen.
- Setzen der als Word-Vorlage übersandten Ausschreibungstexte in die entsprechenden Formate der Medien unter Berücksichtigung des aktuellen Corporate Designs der Dienststellen, Eigenbetriebe und Einrichtungen sowie Erstellung von druckfähigen, hochauflösenden pdf-Dateien bzw. html-programmierten Online-Anzeigen für Online-Jobbörsen.

- Überprüfung der vorliegenden Anzeigentexte auf mögliche Rechtschreibfehler, Grammatik, Eindeutigkeit des Stellentitels, relevante Keywords, Ausdruck, Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), geschlechtergerechte Sprache sowie Einhaltung des Corporate Designs.
- Der Auftragnehmer verfügt über Lektoren und Texter mit einschlägiger Expertise zu zeitgemäßen (Online-)Stellenanzeigen, welche die Anzeige **vor Übersendung des Korrekturbelegs** überarbeiten bzw. Korrektur lesen bzw. beauftragt bei Bedarf ein externes Lektorat.
- Erarbeitung von Änderungs- bzw. Textvorschlägen zur optimalen Ansprache bzw. zur Berücksichtigung einer bestimmten Zielgruppe.
- Erstellung neuer Anzeigen-Layouts aufgrund geänderter Corporate-Designs.
- Zusendung eines ggf. mehrerer Korrekturabzüge/Korrektur-Links nach Durchführung der vorgenannten Leistungen zur Prüfung durch den SF.
- Einarbeiten von Korrekturen und Änderungswünschen bis zur Endfassung.
- Bei Bedarf: Beratung bei der Auswahl geeigneter Social Media-Plattformen.

#### 5.4 Abwicklung

- Termingerechte und komplette Abwicklung aller Stellenausschreibungen mit den Verlagen bis zur Veröffentlichung unter Berücksichtigung der Interessen des SF - als Vertreter für die Bedarfsträger. Bei Online-Medien muss die Anzeige nach abschließender Freigabe durch den SF spätestens 2 Tage nach der Buchung online stehen.
- Weitergabe an die Medien mit entsprechender Anpassung der Formate
- Überprüfung von Internetverknüpfungen (z. B. Verlinkungen aus Onlineanzeigen)
- Einsatz für eine bestmögliche Platzierung
- Reklamationsbearbeitung, Verhandlung/Abwicklung evtl. Reklamationen mit den Verlagen
- Rechnungsabwicklung über den SF im Rahmen der Annahme und Verarbeitung von elektronischen Rechnungen (E-Rechnung). Die Übersendung der Rechnungen nebst Anlagen als pdf per Mail bzw. über einen elektronischen Rechnungsworkflow - muss gegeben sein. Darüber hinaus für Bedarfsträger, die noch nicht am elektronischen Rechnungsverfahren teilnehmen, Übersendung der Rechnung per E-Mail.
- Ständige Überprüfung von Anzeigenabschlüssen (Mal- und Mengenstaffel) mit dem Ziel der bestmöglichen Rabattausschöpfung.

#### 5.5 Personalbeschaffung über Social Media - Social Recruiting

Mediengestützte Ansprache latent suchender Kandidat:innen über gängige Plattformen und Technologien wie z.B. soziale Netzwerke und programmatische Bannerkampagnen inkl. begründeter Budgetempfehlung (Budget meint in diesem Zusammenhang, die Aufteilung der zur Verfügung stehenden finanziellen Werbemittel je Anzeige z.B. auf die Kanäle Facebook und Instagram. Das Gesamtbudget pro Anzeige ergibt sich aus allen Kosten, die für eine Anzeige anfallen, die die nachfolgend genannten Mindeststandards erreichen muss (siehe nachfolgendes Rechenbeispiel sowie Kampagnensetup, Kampagnenbetreuung/-optimierung und Reporting der Ergebnisse).

Die Dauer der Veröffentlichung auf Social-Media Plattformen ist individuell mit der FHB abzustimmen. Grundsätzlich sind 21 Tage als Standard Veröffentlichungsdauer zu hinterlegen. Die Häufigkeit der Ausspielungen der Anzeigen bei Social-Media (= Impression) wird unabhängig von der tatsächlichen Dauer der Veröffentlichung auf 20.000 je Stellenanzeige festgesetzt. Diese Mindestausspielung innerhalb der festgelegten Zielgruppe gilt es je Stellenanzeige zu erreichen.

##### Leistungen:

- Erstellung des passenden Layouts für die verschiedenen Social-Media Plattformen unter Einbeziehung der Besonderheiten der Plattform (z.B. wenig Text, großes Bild, Emoticons im Text).
- Fotos müssen grundsätzlich vom Auftragnehmer bereitgestellt werden.

- Überprüfung der vorliegenden Anzeigentexte auf mögliche Rechtschreibfehler, Grammatik, Eindeutigkeit des Stellentitels, relevante Keywords, Ausdruck, Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), geschlechtergerechte Sprache sowie Einhaltung des Corporate Designs.
- Individuelle Gewichtung der finanziellen Budgets vor und auch nach Kampagnenstart um auf Besonderheiten im Stellenbesetzungsverfahren reagieren zu können
  - o **Rechenbeispiel:** Eine Anzeige beinhaltet neben den weiteren Kosten ein Werbebudget von 300 €, die Standardverteilung wäre 50/50. Es muss möglich sein, diese Standardverteilung individuell anzupassen. Das heißt zum Beispiel 60% bei Instagram und 40% bei Facebook oder umgekehrt.

## 6. Kosten für Anzeigenschaltungen

Grundlage für die Berechnung (Ziffer 8 des Leistungsverzeichnisses) sind die jeweils aktuellen Anzeigenpreislisten der Verlage aus dem laufenden **Rechnungsjahr 2023**.

### 6.1 Print-Anzeigen

Für die Berechnung von Print-Anzeigen ist die Gesamtsumme für geschaltete Anzeigen zu Grunde zu legen. Abgezogen werden davon die Nachlässe (z.B. Frühbucherrabatte, Sonderrabatte, Kombinationsrabatte usw.), die in vollem Umfang an den SF weiterzugeben sind. Der Auftragnehmer räumt abschließend einen zusätzlichen Agenturrabatt (anteilig von der Agenturprovision) auf jede Anzeigenschaltung ein.

Jahresabschlussrabatte im Rahmen der Mal- und Mengenstaffel sind nicht vorab vom Rechnungsbetrag abzuziehen (**Erläuterung siehe Ziffer 7.3**)

Auf der Grundlage der im Kalenderjahr 2022 veröffentlichten Stellenausschreibungen ist vom Auftragnehmer für ausgewählte regionale / überregionale Tageszeitungen / Wochenzeitungen und Fachzeitschriften der **Rechnungsbetrag (Netto) unter Abzug des Agenturrabattes**, anzugeben (vergl. Ziffer 8 des Leistungsverzeichnisses (Leistungsposition 10, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90, 100, 110, 120 und 130).

Unter der Ziffer 10 des Leistungsverzeichnisses ist zusätzlich der Agenturrabatt für sonstige regionale, überregionale Medien und sonstige Fachzeitschriften anzugeben, die unter Ziffer 8 nicht explizit aufgeführt sind. Diese Rabatte finden erst bei Zuschlag Anwendung und haben keinen Einfluss auf die Vergabeentscheidung.

### 6.2 Online-Anzeigen / Kontingentbuchungen

Auf der Grundlage des Kalenderjahres 2022 sind vom Auftragnehmer für die unter Ziffer 8 des Leistungsverzeichnisses aufgeführten Online-Jobbörsen (Leistungsposition 140, 150, 160, 170, 180, 190, 200, 210, und 220) ein **Preis je Headline unter Abzug des Agenturrabattes** für eine individuell gestaltete Stellenanzeige mit der üblichen Regel-Laufzeit zu berechnen.

Es wird erwartet, dass Online-Pakete, die nicht Bestandteil der Ausschreibung sind, zu marktüblichen Preisen (einschl. gewährter Agenturrabatte) kalkuliert und angeboten werden.

Unter der Ziffer 10 des Leistungsverzeichnisses ist zusätzlich der Agenturrabatt für sonstige online-Jobbörsen, anzugeben, die unter Ziffer 8 nicht explizit aufgeführt sind.

Bei Belegung der genannten Online-Jobbörsen gelten die aktuellen Anzeigenpreislisten der Verlage.

## 7. Vergütung des Auftragnehmers

Durch den Anteil der bei der Agentur verbleibenden Media-Provision (bei Print-Medien) bzw. durch die bei der Agentur verbleibende Marge im Bereich der Online-Jobbörsen sind alle Agenturleistungen nach **Ziffer 5 (5.1 -5.4)** dieser Leistungsbeschreibung abgegolten.

Sollte der Auftragnehmer eine zusätzliche Bearbeitungsgebühr im Rahmen der Auftragsabwicklung festlegen, so ist diese unter Ziffer 9 des Leistungsverzeichnisses - Leistungsposition 240, Ziffer 1 darzustellen. Eine nähere Erläuterung hinsichtlich der Gebühren erfolgt unter **Ziffer 7.2** dieser Leistungsbeschreibung.

### 7.1. Vergütung des Auftragnehmers bei Anzeigen ohne Agentur-Provision

Sollte ein Print- oder ein Online-Medium belegt werden, bei dem vom Verlag nachweislich keine Agenturprovision an den Auftragnehmer ausgeschüttet wird, so ist - **sofern diese Position in Rechnung gestellt wird** - ein Preis pro Anzeige bzw. Headline für die gesamte administrative Abwicklung dieses Auftrages unter Ziffer 9 des Leistungsverzeichnisses - Leistungsposition 240, Ziffer 4) anzugeben. Für diesen Preis sind wiederum alle Agenturleistungen nach **Ziffer 5 (5.1 - 5.4)** dieser Leistungsbeschreibung zu erbringen.

***Bitte tragen Sie „0“ ein, wenn diese Leistungsposition nicht in Rechnung gestellt wird und bestätigen das in einem formlosen Begleitschreiben.***

### 7.2 Vergütung für besondere Aufgabenstellungen

Für besondere Aufgabenstellungen an den SF - die nicht im direkten Zusammenhang mit einer Anzeigenschaltung stehen wird - **sofern diese Position in Rechnung gestellt wird** - die Angabe einer Gebühr unter Ziffer 9 des Leistungsverzeichnisses - Leistungsposition 240, Ziffer 2 und 3 erwartet. Zu solchen Aufgabenstellungen können Grafik-Leistungen (Layoutpolitur / Optimierung eines bestehenden Anzeigenlayouts / Neues Stellenanzeigen-Layout) sowie Übersetzungen gehören.

Übersetzungen sowie eine Layoutpolitur sind in 2022 nicht vorgekommen.

Sofern der Auftragnehmer sonstige Gebühren / Kosten festsetzt, sind diese unter Ziffer 9 des Leistungsverzeichnisses - Leistungsposition 240, Ziffer 5 einzutragen.

Kosten für Social-Media Anzeigen sind unter Ziffer 9 des Leistungsverzeichnisses - Leistungsposition 240, Ziffer 6 einzutragen.

***Bitte tragen Sie „0“ ein, wenn diese Leistungspositionen nicht in Rechnung gestellt werden und bestätigen das in einem formlosen Begleitschreiben.***

### 7.3 Verwaltung und Abrechnung von Jahresabschlussrabatten / Mengenrabatten

Sämtliche gewährte Verlagsrabatte stehen dem SF zu.

Mengenrabatte oder Rabatte aus Jahresabschlüssen müssen durch den Auftragnehmer verwaltet werden. Das bedeutet, dass alle Anzeigen zunächst ohne Berücksichtigung der verlagsseitigen Mengenrabatte an den SF berechnet werden, auch wenn die Verlage die Rabatte an den Auftragnehmer bei jeder Anzeigenschaltung berechnen.

Der Auftragnehmer behält die Rabatte für das laufende Kalenderjahr ein und rechnet diese innerhalb von 12 Wochen nach Beginn des neuen Kalenderjahres mit dem SF ab.

*Dabei hat die Abrechnung bedarfsträgergenau zu erfolgen, d.h., es muss für jede inserierende Institution (Dienststelle, Eigenbetrieb und Einrichtung der FHB) eine individuell anteilige Gutschrift*

*erstellt werden, aus der eine detaillierte Aufstellung des Abschlussrabattes (Mal- und Mengenstaffel) hervorgehen muss. Die Überweisung der Gesamtgutschrift erfolgt in einer Summe, die Verteilung der Gutschrift an die inserierenden Institutionen übernimmt der SF.*

Unter Ziffer 9 des Leistungsverzeichnisses - Leistungsposition 250 ist anzugeben, **ob und in welcher Höhe der Auftragnehmer diese Gebühr in Rechnung stellt.**

***Bitte tragen Sie „0“ ein, wenn diese Leistungsposition nicht in Rechnung gestellt wird und bestätigen das in einem formlosen Begleitschreiben.***

## **8. Haftung**

Der Auftragnehmer fertigt seine Leistungen nach bestem Wissen und mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns. Der Auftragnehmer haftet für die von ihm veranlasste schuldhaftige Auftragsdurchführung sowie für die von ihm veranlassten Fremdleistungen in der Höhe, in der der Zweck der Insertion beeinträchtigt wurde, höchstens jedoch in der Höhe des Anzeigenpreises. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.

*Bei Nichteinhaltung ist der SF zu einer Mängelrüge berechtigt. Bei nochmaligem Verstoß steht ein Sonderkündigungsrecht des Vertrages zu.*