

Berlin, 10.02.2023

Öffentliche Ausschreibung

Ergänzung der Mediendatenbank um Medienangebote und Beteiligungsver- hältnisse im Print- und Onlinebereich

Die Medienanstalten sind die Aufsichtsinstitutionen des privaten Rundfunks in Deutschland. Als Anstalten des öffentlichen Rechts in den Bundesländern organisiert, verantworten sie die Zulassung und Beaufsichtigung privater Rundfunkveranstalter. Sie treffen die Lizenzentscheidungen, vergeben Übertragungskapazitäten und übernehmen die laufende Programmaufsicht (z. B. hinsichtlich Werbe- und Jugendschutzregelungen).

In Fragen, die den Rundfunk im bundesweiten Kontext betreffen, arbeiten sie in der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten unter der Dachmarke **die medienanstalten** zusammen.

1 Ausgangssituation

Eine Kernaufgabe der Medienanstalten ist die Sicherung der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland. Mit dem Medienvielfaltsmonitor untersuchen die Medienanstalten seit 2015 kontinuierlich die Entwicklung der Rundfunk- und Medienlandschaft in Deutschland und dokumentieren empirisch die Entwicklung des konvergenten Medien- und Meinungsmarkts. Dafür werden die Ergebnisse der Teilprojekte Mediendatenbank und Mediengewichtungsstudie mit anerkannten Reichweitenstudien kombiniert und anschaulich in einem Meinungsmarktmodell (Medienvielfaltsmonitor) zusammengeführt und auf der interaktiven Website www.medienvielfaltsmonitor.de präsentiert.

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten hat beschlossen, den Medienvielfaltsmonitor fortzuführen und weiterzuentwickeln.

Ein wesentlicher Bestandteil des Gesamtprojekts ist **die gattungsübergreifende Mediendatenbank**. Die Datenbank soll einerseits die Beteiligungsstrukturen aller relevanten Medienunternehmen transparent machen. Andererseits stellt sie, neben den Reichweitendaten der Medienangebote und den Gewichtungsfaktoren der Mediengattungen, eine notwendige Datenbasis für die Erstellung des Medienvielfaltsmonitors dar.

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA)
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

In der Mediendatenbank werden dafür bundesweite und lokale Rundfunkprogramme, nationale und regionale/lokale Tageszeitungen, Zeitschriften und Wochenzeitungen sowie meinungsrelevante publizistische Online-Angebote erfasst. Zudem werden die Inhaber und Beteiligungsverhältnisse der jeweiligen Programmveranstalter, Herausgeber und Anbieter der vorgenannten Medienangebote erfasst. Die Erfassung der Daten erfolgt in einer vernetzten, webbasierten Datenbankinfrastruktur der Medienanstalten. Für die Dateneingabe steht dabei eine browserbasierte Webmaske zur Verfügung.

Gegenstand dieser Ausschreibung ist die **Recherche, Aktualisierung und Ergänzung von Informationen zu Beteiligungsverhältnissen an in Deutschland verbreiteten Printmedien (Publikumszeitschriften, Tages- und Wochenzeitungen) und Onlinemedien durch einen externen Dienstleister.** Die Auftragsvergabe in Form der Auswahl des Auftragnehmers umfasst zunächst das Jahr 2023. Eine Fortführung für die Jahre 2024 und 2025 steht unter dem Vorbehalt entsprechender Haushaltsbeschlüsse der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Grundsätzlich soll dabei ein gleichbleibendes Budget in den Folgejahren vorgesehen werden.

2 Projektziele

2.1 Übergeordnete Ziele der Mediendatenbank:

- Schaffung von Transparenz über Medienangebote, Medienanbieter und bestehende Verflechtungen im Medienbereich durch die Veröffentlichung von Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen auf der Webseite der Medienanstalten/KEK.
- Identifikation (cross)medialer Inhaber- und Beteiligungsstrukturen und (cross)medialer Konzentration im Medienbereich.
- Beobachtung und Analyse gattungsübergreifender Konzentrationsprozesse.
- Wesentliche Grundlage des Medienvielfaltsmonitors.

2.2 Ziele des hier ausgeschriebenen Projektbestandteils:

- Erfassung und Pflege der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse periodisch erscheinender Printmedien (Publikumszeitschriften, Tages- und Wochenzeitungen) sowie publizistisch relevanter Online-Angebote (Definition durch die Medienanstalten, Grundlage: Ist-Stand der Datenbank, anlassbezogene Ergänzungen möglich).
- Bereitstellung einer verlässlichen Datengrundlage für
 - (1) die Erstellung des Medienvielfaltsmonitors und
 - (2) der crossmedialen Darstellung der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse auf dem deutschen Medienmarkt auf den Datenbank-Websites der Medienanstalten (Mediendatenbank, Medienvielfaltsmonitor).

3 Aufgabenstellung

3.1 Leistungsbeschreibung

(1) Pflege, Aktualisierung und Ergänzung der **Medienprofile periodisch erscheinender Printmedien** (nationale, regionale sowie lokale Tages- und Wochenzeitungen, Publikumszeitschriften, derzeit etwa 1.900 Titel). Erfasst werden Angaben zu:

- Titel
- Medientyp (Zeitung/Zeitschrift/E-Paper; Publikumszeitschrift/Fachzeitschrift/sonstige)
- Periodizität (Ausgaben pro Jahr)
- Verbreitungsgebiet
- Gattung
- IVW-Auflage (Druck- und E-Paper-Auflage)
- Verlag (inkl. Adresse)
- Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse (aufgeschlüsselt bis zur Ebene der natürlichen Personen).

(2) Pflege, Aktualisierung und Ergänzung der **Medienprofile publizistisch relevanter Online-Medien**. Dies umfasst alle Websites der unter (1) erfassten Printangebote, alle Hörfunk- und Fernsehveranstalter in Deutschland sowie weitere publizistisch relevante Webangebote. Derzeit sind insgesamt rund 2.000 Online-Angebote gelistet, wovon rund 10 % auf die Kategorie „weitere publizistisch relevante Webangebote“ entfallen.

Erfasst werden Angaben zu:

- Angebotsname
- Angebotstyp
- IVW-Visits und -PageImpressions
- AGOF-Nutzungsdaten
- Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen (aufgeschlüsselt bis zur Ebene der natürlichen Personen)

(3) Pflege, Aktualisierung und Ergänzung der **Beteiligtenprofile** mit Beteiligungen an Print (entsprechend 1) und Onlineangeboten (entsprechend 2) auf Grundlage von Handelsregisterauszügen. Letztere sind kostenlos abrufbar. Erfasst werden Angaben zu:

- Name/Firma, Adresse
- Gesellschaftstyp
- Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen (aufgeschlüsselt bis zur Ebene der natürlichen Personen; gesellschaftsrechtliche Kapitalanteile, soweit verfügbar Stimmanteile, Kommanditeile oder Kommanditeinlage)

- (4) Die Pflege der Datenbank umfasst im Rahmen der **kontinuierlichen Aktualisierung** sowohl bestehende Einträge (bspw. hinsichtlich eingestellter oder neuer Medienangebote und Veränderungen in den Gesellschafterstrukturen) als auch **die Aufnahme bislang nicht erfasster Angebote und Anbieter** (bspw. Neugründungen, Markteintritte). Hierzu ist eine Marktbeobachtung erforderlich (Pressemeldungen etc.). Auch von den Medienanstalten können in Einzelfällen anlassbezogene Aktualisierungen einzelner Datensätze auch kurzfristig auslösbar sein (z.B. bei größeren Unternehmensfusionen).
- (5) Neben der fortlaufenden anlassbezogenen Aktualisierung (4) ist die **Datenbank zudem halbjährlich zu gegebenen Stichtagen umfangreich zu aktualisieren** (zu den Stichtagen muss die Datenaktualisierung abgeschlossen sein). Für die Stichtagsaktualisierung wird in der Datenbank zu den Datenpunkten jeweils der Zeitpunkt der letzten Überprüfung der jeweiligen Handelsregister-Einträge hinterlegt. Anhand des Eintrags „letzte Änderung“ im Handelsregister können somit Veränderungen gegenüber der Datenlage in der Mediendatenbank identifiziert werden.
- (6) Sofern sich innerhalb der Gesellschaftsstrukturen der zu erfassenden Print- und Onlineangebote Verflechtungen mit Rundfunkveranstaltern ergeben, sind Änderungen in den Beteiligtenprofilen mit den zuständigen Landesmedienanstalten abzustimmen. Der Abstimmungsprozess erfolgt in den meisten Fällen über die dafür vorgesehene browserbasierte Datenbankinfrastruktur. Die vorliegende Ausschreibung umfasst auch den damit verbundenen Abstimmungs- und Koordinationsaufwand. Mit der Aktualisierung kann unmittelbar nach Auftragsvergabe begonnen werden.
- (7) Eine Teilnahme an Austauschtreffen und Workshops (i.d.R. in Berlin) wird vorausgesetzt (max. 1-2 Mal pro Jahr)

3.2 Angestrebter Projektverlauf

Eingang der Angebote	20.03.2023
Auswahlentscheidung	bis zum 27.03.2023
Vertragsschluss und Kick-off-Gespräch	13./14. Kalenderwoche
Aktualisierungsfristen:	1. Halbjahr: 15. Juli 2. Halbjahr: 15. Januar

4 Auftragsvergabe

4.1 Inhalt des Angebotes

Das Angebot muss neben der Bewerbererklärung gemäß § 35 Unterschwellenvergabeordnung (s. Anlage 1)

- (a) Angaben zur Methodik,
- (b) Referenzen zum Nachweis der Leistungsfähigkeit des Auftragnehmers und
- (c) einen finalen Brutto-Preis enthalten.

Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wird folgende Gliederung vorgegeben:

- a) Methodik
 - Beschreibung der angebotenen Leistung anhand der Inhalte aus der Leistungsbeschreibung unter 3.1
 - Grobe Zeitplanung
- b) Referenzen
 - Referenzen des Unternehmens und beteiligter Unternehmen
 - Benennung und Referenzen des Projektteams
- c) Preis (Gesamtpreis brutto)
 - Gesamtpreis (brutto) sowie detaillierte Aufschlüsselung der Einzelpreise der einzelnen Schritte im Projektverlauf (alle Beträge inkl. ggf. abzuführender Umsatzsteuer)

Der Auftragnehmer verpflichtet sich, für maximal zwei Koordinierungs- bzw. Informationsgespräche vor Ort zur Verfügung zu stehen. Soweit sich aus diesen Verpflichtungen Reisekosten ergeben, sollte die Kostenkalkulation im Angebot die Kosten für die Teilnahme berücksichtigen. Eine gesonderte Vergütung von Reisekosten kann allenfalls dann erfolgen, wenn im gegenseitigen Einvernehmen mehr als zwei solcher Gespräche vereinbart werden.

4.2 Budget

Der Auftraggeber sieht für das Projekt im Jahr 2023 einen Betrag in Höhe von **maximal EUR 38.000 brutto** vor. Jedes Angebot mit einem höheren Preis wird automatisch vom Bewerbungsverfahren ausgeschlossen.

4.3 Entscheidungskriterien

Der Auftraggeber entscheidet sich für das wirtschaftlich günstigste Angebot auf der Basis folgender Kriterien:

Kriterium	Maximalpunkteanzahl	Mindestpunkteanzahl
a) Methodik <ul style="list-style-type: none"> Schlüssigkeit der Leistungsbeschreibung Nachvollziehbarkeit der Umsetzungsschritte 	50	30
b) Referenzen und Nachweise <ul style="list-style-type: none"> Allgemeine Qualität des Auftragnehmers Relevanz und Ausmaß der nachgewiesenen Referenzprojekte Qualität des vorgeschlagenen Projektteams 	20	12
c) Projektmanagement <ul style="list-style-type: none"> Struktur der Projektsteuerung und Aufgabenverteilung Nachvollziehbarkeit der eingesetzten Ressourcen 	20	12
d) Verständnis des Auftragsgegenstands	10	6
	100	60

Angebote, die in einer der vier Kategorien die Mindestpunktezahl nicht erreichen, werden als qualitativ ungeeignet eingestuft und vom Bewerbungsverfahren ausgeschlossen.

Maßgeblich für die Vergabeentscheidung ist ein Qualitätswert, der den angebotenen Preis und die erreichte Punkteanzahl in ein Verhältnis von 30 zu 70 setzt und nach folgender Formel berechnet wird:

$$\text{Qualitätswert} = (\text{Günstigstes Angebot} / \text{angebotener Preis}) * 30 + (\text{Punkteanzahl} / 100) * 70$$

Das Angebot mit dem höchsten Qualitätswert erhält den Zuschlag.

4.4 Zahlung

Die Zahlung erfolgt nach Rechnungslegung durch den Auftragnehmer – und unbeschadet detaillierterer Vereinbarungen im noch zu schließenden Vertrag – in zwei Raten.

5 Angebotsabgabe

Das Ende der Abgabefrist für Angebote ist der **20.03.2023, 10:00 Uhr**.

Angebote, die nicht bis zu dieser Uhrzeit in der Gemeinsamen Geschäftsstelle eingetroffen sind, werden nicht berücksichtigt.

Die Bewerber sind verpflichtet, ihr Angebot mindestens 6 Monate nach Ende der Bewerbungsfrist aufrecht zu erhalten.

Sollte diese Vergabe Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihr Angebot per E-Mail bitte fristgerecht an:

info@die-medienanstalten.de

Bitte geben Sie im Betreff das Stichwort „Aktualisierung Mediendatenbank“ an.

Wir weisen darauf hin, dass der gegenwärtige Auftragnehmer eine Fortsetzung des bestehenden Dienstleistungsverhältnisses anstrebt und erklärt hat, sich mit einer Angebotsabgabe um eine weitere Beauftragung zu bewerben.

Für Rückfragen steht Ihnen in der Gemeinsamen Geschäftsstelle Herr Michael Petri (petri@die-medienanstalten.de) zur Verfügung.

die medienanstalten
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 2064690-0

Mail: info@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de

Anlage 1

Öffentliche Ausschreibung

Ergänzung der Mediendatenbank um Medienangebote
und Beteiligungsverhältnisse im Print- und Onlinebereich

Bewerbererklärung

_____ (Bietername)

erklärt hiermit,

- dass wir nicht an unzulässigen wettbewerbsbeschränkenden Absprachen oder anderen wettbewerbsbeschränkenden Maßnahmen teilgenommen haben,
- gestellte Fragen mit ausreichender Klarheit beantwortet wurden

Wir erklären hiermit zugleich gemäß § 35 Unterschwellenvergabeordnung, dass

- a) über unser Vermögen kein Insolvenzverfahren oder vergleichbares gesetzliches Verfahren eröffnet oder die Eröffnung beantragt oder dieser Antrag mangels Masse abgelehnt worden ist,
- b) wir uns nicht in Liquidation befinden,
- c) wir keine schwere Verfehlung begangen haben, die unsere Zuverlässigkeit als Bewerber in Frage stellt,
- d) wir unsere Verpflichtung zur Zahlung von Steuern und Abgaben sowie der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung ordnungsgemäß erfüllt haben,
- e) wir keine im Vergabeverfahren unzutreffende Erklärungen in Bezug auf unsere Eignung abgegeben haben.

Ort, Datum

Unterschrift

Firmenstempel