

Anlage 2

der Vergabeunterlagen zur Ausschreibung
„Mailingprogramm Kinder- und Jugendgesundheit – Versand“

Leistungsbeschreibung

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und Rahmenbedingungen.....	3
2	Beschreibung der Leistung	4
2.1	Sendungsart	4
2.2	Sendungsmengen	5
2.2.1	Zustellbereich / Leitbereich (LB)	6
2.2.2	Abholstandort und Abholzeiträume	6
2.2.3	Sortierung der Sendungen	6
2.3	Umwelt	7
2.3.1		7
2.4	Freimachung/Frankierung	8
2.5	Briefbeförderung und Zustellung.....	8
2.6	Umgang mit nicht zustellbaren Briefen	9
2.7	Gefahrenübergang	9
3	Allgemeines	9
3.1	Anforderungen an Mitarbeiter	9
3.2	Unterauftragnehmer	10
3.3	Transportbehälter.....	10
3.4	Weitere Geräte und Hilfsmittel für die Leistungserfüllung	10
3.5	Reklamationsmanagement	10
3.6	Kundenservice und persönlicher Ansprechpartner	11
4	Bepreisung und Abrechnung	11
4.1	Preisanpassungsklausel.....	13
4.2	Änderung der Sendungsart	16
4.3	Urkalkulation	16
5	Auftragswertschätzung.....	17

1 Ausgangssituation und Rahmenbedingungen

Die AOK ist die größte und bekannteste Krankenkassenmarke in Deutschland. Über 27 Millionen Versicherte vertrauen bundesweit der AOK – Die Gesundheitskasse.

Die AOK-Gemeinschaft besteht aus elf regionalen AOKs, die selbstständige leistungsbeziehende Körperschaften des öffentlichen Rechts und jeweils für eine Region zuständig sind. Der AOK-Bundesverband (AOK-BV) mit Sitz in Berlin ist Dienstleister der AOKs. Zu seinen Aufgaben zählen u. a. die politische Interessenvertretung, die Pflege der Marke „AOK – Die Gesundheitskasse“ und die gemeinschaftliche Dachkommunikation in überregionalen Medien.

Im Rahmen des Mailingprogramms „Kinder- und Jugendgesundheit“ informieren die AOKs ihre Versicherten über regelhaft anstehende Früherkennungsuntersuchungen, die sogenannten U-Untersuchungen, und besondere Untersuchungsanlässe, wie beispielsweise der Schulstart.

Mit dieser Ausschreibung schreibt der AOK-Bundesverband im Auftrag von acht AOKs hier Auftraggeberinnen, einen Rahmenvertrag in acht Losen über den Versand der Mailings aus dem Mailingprogramm „Kinder- und Jugendgesundheit“ per Dialogpost aus. Der Auftragnehmer übernimmt die Abholung, Beförderung und Zustellung der Mailings.

Die Lose sind in Gebiete nach der jeweiligen AOK aufgeteilt:

Los 1: AOK Baden-Württemberg,

Los 2: AOK Bayern,

Los 3: AOK Hessen,

Los 4: AOK Niedersachsen,

Los 5: AOK Nordost,

Los 6: AOK NordWest,

Los 7: AOK PLUS,

Los 8: AOK Rheinland/Hamburg

Die konkrete Leistungserbringung erfolgt jeweils nach gesonderter Einzelauftragserteilung durch die jeweilige Auftraggeberin. Für die Auftraggeberin besteht keine Verpflichtung, einzelne oder alle der nachfolgenden Leistungen zu beauftragen. Abnahmemengen bzw. Auflagenhöhen können nicht garantiert werden. Die konkrete Menge der Aussendungen kann im Voraus nur geschätzt werden, da sich diese nach bestimmten Vorgaben (z. B. den Geburtstagen der Adressaten, Mailinganlässe) und den Versichertenzahlen richtet. Schätzungen aufgrund der aktuellen Rahmenbedingungen sind im Punkt 2 der Leistungsbeschreibung aufgeführt. Darüber hinaus sind die monatlichen Versandmengen

nicht gleichmäßig verteilt, da einige Selfmailer z. B. nur quartalsweise oder jährlich versandt werden.

Der Auftragnehmer erhält je Los das alleinige Recht, Mailings im Rahmen des Mailingprogramms „Kinder- und Jugendgesundheit“, die Gegenstand dieser Rahmenvereinbarung sind, zu versenden.

2 Beschreibung der Leistung

Es soll ein Vertrag für die nachstehend beschriebene Abholung, Beförderung und Zustellung der vorgesehenen Sendungsart geschlossen werden.

Die Angebote erfolgen für die gewerbsmäßige Beförderung und Zustellung von Selfmailern im Gewichtsbereich bis 20 g.

2.1 Sendungsart

In dieser Ausschreibung entsprechen die Produktkategorie und Begrifflichkeiten der Deutschen Post AG. Diese werden nur verwendet, damit von allen Bietern das gleiche Verständnis hinsichtlich des Produktes herrscht. Unter Dialogpost werden ausschließlich werbliche Sendungen bis 20 g verstanden.

Die Auftraggeberinnen setzen nach aktuellem Stand folgende Variante (Dialogpost Standard) von Mailings ein:

- bildpersonalisierte Selfmailer ohne Umhüllung (Format geschlossen: Länge 205 mm x Breite 102 mm, Höhe 1-5 mm)

Für die Angebotskalkulation ist das o. g. Mailing zugrunde zu legen.

2.2 Sendungsmengen

Folgende Sendungsmengen sind 2025 insgesamt angefallen:

AOK	Auflage 2025
Baden-Württemberg	380.638
Bayern	402.426
Hessen	190.425
Niedersachsen	345.166
Nordost	107.640
NordWest	385.769*
PLUS	359.291*
Rheinland/Hamburg	256.528
Summe	2.427.883

*Die AOKs NordWest (2026 geschätzt: 230.000 Sendungen) und PLUS (2027 geschätzt 198.00 Sendungen) gehen bereits jetzt zukünftig von stark verringerten Auflagen aus.

Die Mailings werden je Auftraggeberin in einem monatlichen Turnus produziert und versandt. Pro Produktionsmonat und Auftraggeberin findet eine Abholung statt, sofern der Druckdienstleister die Sendungen nicht selbst zum Versanddienstleister transportiert.

Die Gesamtversandmengen verteilen sich in etwa gleichmäßig auf die einzelnen Kalendermonate. Vereinzelt kann es zu Ausreißern in Form von Mehrmengen kommen. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn Auftraggeberinnen anlassbezogen Mailings versenden, welche nur einmal jährlich anfallen (z. B. Mailing zur Einschulung). Im Preisblatt wurden diese Ausreißer zur einfacheren Kalkulation gleichmäßig auf 12 Kalendermonate verteilt.

Aufgrund der Bestrebungen der Auftraggeberinnen, die Mailings in Zukunft selbst verstärkt digital zu versenden, können sich die Versandmengen dementsprechend in den nächsten Jahren reduzieren. Die Auftraggeberin ist nicht verpflichtet, die oben angegebenen Sendungsmengen voll oder teilweise auszuschöpfen. Es besteht die Möglichkeit, dass der Leistungsabruf bis auf null reduziert wird.

2.2.1 Zustellbereich / Leitbereich (LB)

Die Mailings sind ausschließlich national zuzustellen. Die voraussichtliche Mengenverteilung nach Leitbereich ergibt sich aus der Anlage zur Leistungsbeschreibung am Ende des Dokuments.

2.2.2 Abholstandort und Abholzeiträume

Die Abholung der Sendungen erfolgt monatlich nach Jahresterminplan. Sollten die AOKs unterschiedliche Versandtermine haben, ist die gesammelte Abholung an einem Tag nicht möglich. Die genauen Terminpläne je AOK werden zum Ende eines Jahres für das Folgejahr zwischen AOK und Druckdienstleister abgestimmt und im Anschluss an den Postdienstleister weitergegeben. Der Druckdienstleister und entsprechend Abholstandort für alle Sendungen ist:

Michael Schiffer Dialog GmbH:

Michael Schiffer Dialog GmbH
Sauerfeldstraße 3
47495 Rheinberg

Gegenwärtig werden die Sendungen in Postbehältern auf Behälterwagen des aktuellen Postdienstleisters eingeliefert. Die Ware kann mit LKWs mit Hebebühne abgeholt werden.

Die Mailings werden derzeit am Abholtag in einem abgestimmten Zeitfenster dem Versanddienstleister übergeben. Der genaue Abholtermin je AOK wird nach Zuschlagserteilung mit dem Druckdienstleister abgestimmt und im Anschluss an den Versanddienstleister weitergegeben.

2.2.3 Sortierung der Sendungen

Der Auftragnehmer stellt dem Druckdienstleister die notwendigen Informationen zur Verfügung, die dieser benötigt, um die von ihm gedruckten Mailings entsprechend den postalischen Erfordernissen des Postdienstleisters kostenoptimiert - im Besonderen portooptimiert - zu sortieren, beanschriften, bündeln und zu verpacken, sowie zur Abholung bereitzustellen. Sollte hierfür eine entsprechende Software erforderlich sein, muss der Postdienstleister diese dem Druckdienstleister für Zwecke dieses Vertrags kostenfrei zur Verfügung stellen. Der Auftragnehmer teilt dem Druckdienstleister direkt nach Zuschlag seine gewünschten postalischen Vorgaben (z. B. PLZ-Sortierung, Kosten- bzw. Portooptimierung, Verpackung) mit und stimmt sich im erforderlichen Maße mit diesem direkt und ohne Beteiligung der Auftraggeberinnen bezüglich der Rahmenbedingungen der Abholung (z. B.

zeitliche Aspekte der unverzüglichen Abholung, räumliche Gegebenheiten vor Ort, Mengen, etc.) ab.

2.3 Umwelt

Der Auftragnehmer ist dazu verpflichtet, sämtliche Vorschriften zu Umweltzonen zu beachten sowie einzuhalten und in Gebieten mit eingerichteten Umweltzonen nur zugelassene Fahrzeuge einzusetzen.

Die entsprechenden Umweltplaketten hat der Auftragnehmer auf eigene Kosten zu stellen.

2.3.1 SaubFahrzeugBeschG

Der Auftragnehmer ist dazu verpflichtet die Mindestziele des in Kraft getretenen SaubFahrzeugBeschG bei der Auftragsausführung zu berücksichtigen. Dies betrifft die Gesamtleistung des Auftrages – Maßgeblich ist die Zahl der Straßenfahrzeuge, die für die Erbringung dieser Dienstleistung im Rahmen eines neuen Dienstleistungsauftrages genutzt werden sollen (bei der Abholung sowie bei der Zustellung der Selfmailer. Der Auftragnehmer erklärt mit Abgabe des Angebots, im Rahmen einer etwaigen Auftragsdurchführung die jeweils maßgeblichen Mindestziele gemäß § 6 Absatz 1 und 2 SaubFahrzeugBeschG insgesamt einzuhalten.

Zur Umsetzung der Dokumentationspflichten der Auftraggeberinnen nach § 8 SaubFahrzeugBeschG sind die Bieter verpflichtet, mit dem Angebot die Gesamtanzahl sowie die Anzahl der sauberen und emissionsfreien Fahrzeuge, die im Rahmen des vorliegenden Auftrags voraussichtlich eingesetzt werden sollen, mitzuteilen (vgl. Anlage 10).

Bei einer Angebotsabgabe durch einen Konsolidierer bzw. durch einen alternativen Postdienstleister, welcher die Selfmailer zur Zustellung an die Deutsche Post AG übergibt, gelten die Voraussetzungen in diesem Teilbereich zusätzlich als erfüllt.

Sollte eine Teilleistung durch einen beauftragten Nachunternehmer umgesetzt werden, ist der Auftragnehmer verpflichtet, die genannten Voraussetzungen mit diesem abzustimmen und die Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben der Auftraggeberinnen im Rahmen der Eigenerklärung für den Auftrag insgesamt zu bestätigen.

Sollte ein Teil des erforderlichen Selfmailer (im Rahmen der Abholung oder der Zustellung) via Fahrrad oder zu Fuß erfolgen, ist dies die umweltfreundlichste Variante und ist an dieser Stelle nicht weiter zu dokumentieren.

2.4 Freimachung/Frankierung

Die erforderliche Freimachung/Frankierung der Sendungen wird durch den Auftragnehmer vorgenommen. Bei der nachträglichen Frankierung der Sendungen durch den Auftragnehmer ist sicherzustellen, dass die Sendungen unter qualitativen Gesichtspunkten nicht leiden. Dies bedeutet, dass das Mailing und insbesondere das Adressfeld keinerlei Schlieren oder ähnliche Verfärbungen von den Frankiermaschinen aufweisen darf. Beschädigungen des Papiers (z. B. an den Außenseiten) sind ebenfalls unbedingt zu vermeiden.

2.5 Briefbeförderung und Zustellung

Der Auftragnehmer holt die Briefsendungen am unter Punkt 2.2.2 aufgeführten Abholstandort ab und stellt diese dem Empfänger zu.

Es ist folgende Verfahrensweise durch den Auftragnehmer einzuhalten:

Der Auftragnehmer holt die Dialogpost beim Druckdienstleister werktäglich von Montag bis Freitag in den abgestimmten Abholzeitfenstern ab, sofern der Druckdienstleister die Sendungen nicht selbst zum Auftragnehmer bringt.

Die werktägliche Zustellung der Dialogpost erfolgt beim Empfänger von dienstags bis samstags. Dabei ist eine Laufzeit von maximal vier Werktagen nach der Abholung (E + 4 heute Einlieferung - Zustellung innerhalb der nächsten 4 Werktage) einzuhalten.

Sofern durch den Auftragnehmer neben der Zustellung der ausgeschriebenen Produkte auch Zeitungen zugestellt werden, sind beide Produkte getrennt voneinander in den Briefkasten einzuwerfen (d. h. Sendungen dürfen nicht in die Zeitungen eingerollt werden).

Die Sendung gilt als zugestellt, wenn diese in den Briefkasten des Empfängers eingesteckt bzw. dem Empfänger, einer zum Geschäft oder Haushalt gehörigen, oder in den Räumen des Empfängers anwesenden erwachsenen Person, bei der den Umständen nach davon ausgegangen werden kann, dass diese zum Empfang der Sendung berechtigt ist, ausgehändigt wurde. Ersatzweise kann die Zustellung der Sendung an direkte Angehörige des Empfängers erfolgen, so lange dieser mit dem Empfänger in einem Haushalt lebt und die Sendung nicht mit dem Vermerk „persönlich“ zugestellt werden muss. Die ersatzweise Zustellung an Nachbarn des Empfängers ist ausgeschlossen.

Sendungen mit Postfachanschrift sind in die entsprechenden Postfachanlagen einzulegen bzw. einlegen zu lassen.

Der Auftragnehmer unternimmt für jede Sendung **einen** Zustellversuch.

2.6 Umgang mit nicht zustellbaren Briefen

Als nicht zustellbar gelten insbesondere alle Sendungen mit:

- falschen oder fehlerhaften Namen
- falschen oder unvollständigen Adressbestandteilen
- Verweigerung der Sendungsannahme durch Empfänger
- einem Empfänger, dessen Briefkasten wegen eines fehlenden Namensschilds nicht erkennbar ist - fehlende Empfangsvorrichtung
- Empfänger ist verstorben
- Umzug des Empfängers

Als nicht zustellbar gelten nicht Sendungen, deren Zustellung daran gescheitert ist, dass der Auftragnehmer vorhandene Briefkästen nicht erreichen konnte.

Sollte die Zustellung nicht möglich sein aufgrund eines innenliegenden Briefkastens und ein Schlüssel für die Haustür ist zum Zwecke der Postzustellung nicht vorhanden, ist die Sendung nach dem ersten Zustellversuch durch den Auftragnehmer an die Deutsche Post AG zu übergeben. Die Mehrkosten für die Zustellung trägt dabei der Auftragnehmer.

Nicht zustellbare Dialogpost ist durch den Auftragnehmer nicht an die Auftraggeberin zurück zu geben. Diese ist durch den Auftragnehmer fachgerecht (Schutzklasse 2 mit Sicherheitsstufe 3 gemäß ISO/IEC 21964) zu vernichten.

2.7 Gefahrenübergang

Die Gefahr geht mit der Abholung der Sendungen durch den Auftragnehmer bzw. Übergabe der Sendungen durch den Druckdienstleister an den Auftragnehmer über.

3 Allgemeines

3.1 Anforderungen an Mitarbeiter

Der Auftragnehmer ist verpflichtet, die Briefbeförderung durch zuverlässige und geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausführen zu lassen. Außerdem müssen diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über gute territoriale Kenntnisse verfügen.

Der Auftragnehmer gewährleistet, dass die von ihm eingesetzten Personen die gesetzlichen Bestimmungen über die Briefbeförderung, den Datenschutz sowie das Brief- und Postgeheimnis beachten und einhalten. Die aus dem Bereich der Auftraggeberinnen erlangten

Informationen und Daten dürfen nicht an Dritte weitergegeben oder in einer sonstigen Art und Weise verwendet werden.

Der Auftragnehmer sichert ein der Dienstleistung angemessenes äußeres Erscheinungsbild seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu. Die eingesetzten Personen, welche in der Zustellung tätig sind, haben einheitliche Dienstkleidung zu tragen. Diejenigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche die Post beim Druckdienstleister abholen, haben einen Dienstausweis mit sich zu führen.

3.2 Unterauftragnehmer

Soweit der Auftragnehmer weitere Unterauftragnehmer in die Dienstleistung einbezieht, hat er sicherzustellen, dass der/die Unterauftragnehmer die geltenden gesetzlichen Regelungen, insbesondere die des Postgesetzes (PostG), einhält/einhalten und den/die Unterauftragnehmer hierzu entsprechend vertraglich verpflichten.

Die Hinweise zur Briefbeförderung und -zustellung sind ebenso von Unterauftragnehmern zu beachten.

Sofern die Deutsche Post AG für die Zustellung der Postsendungen in die Postdienstleistung einbezogen wird, gilt sie im Rahmen der Ausschreibung nicht als Unterauftragnehmer.

3.3 Transportbehälter

Der Auftragnehmer setzt zur Erfüllung der Dienstleistung erforderliche Transportbehälter ein und stellt diese dem Druckdienstleister kostenlos, stets in ausreichender Menge und in dem Transportgut angepasster Größe zum Zwecke der Sendungsübergabe zur Verfügung.

Die eingesetzten Transportbehälter müssen die Sendungen vor Nässe und Verschmutzung schützen.

3.4 Weitere Geräte und Hilfsmittel für die Leistungserfüllung

Alle weiteren erforderlichen Geräte und Hilfsmittel zur Erbringung der Dienstleistung werden den Auftraggeberinnen kostenfrei durch den Auftragnehmer bereitgestellt.

3.5 Reklamationsmanagement

Auf Reklamationen (z.B. beschädigte Post, nicht ordnungsgemäße Zustellung) ist durch den Auftragnehmer spätestens innerhalb von 24 Stunden zu reagieren. Die Klärung der

Reklamation und Rückmeldung an die Auftraggeberin bzw. die einvernehmliche Regelung mit der Auftraggeberin, hat durch den Auftragnehmer nach spätestens einer Woche endgültig zu erfolgen.

Der Auftragnehmer hat für die Entgegennahme von Reklamationen einen festen, werktags (Montag bis Freitag) von 8:00 Uhr bis 16:00 Uhr erreichbaren Ansprechpartner nebst Stellvertreter spätestens am Tage des Auftragsbeginns zu benennen.

3.6 Kundenservice und persönlicher Ansprechpartner

Durch den Auftragnehmer hat die Benennung eines festen, werktags (Montag bis Freitag) von 8:00 Uhr bis 16:00 Uhr erreichbaren Ansprechpartners für alle Fragen der Kundenbetreuung zu erfolgen. Die Stellvertretung dieses Ansprechpartners muss klar geregelt werden. Ansprechpartner und Vertreter sind direkt nach Zuschlag zu benennen.

Der Auftragnehmer hat außerdem dem Druckdienstleister direkt nach Zuschlag einen Ansprechpartner zu benennen.

Im Störfall hat sich der Auftragnehmer beim Druckdienstleister unverzüglich zu melden. Ein Ansprechpartner des Druckdienstleisters wird direkt nach Zuschlag benannt.

4 Bepreisung und Abrechnung

Vom Bieter sind im Preisblatt (Anlage 5) Einzelpreise anzugeben. Diese Preise sind Festpreise. Im Angebotspreis müssen alle ggf. anfallenden zusätzlichen Leistungen eingepreist sein.

Alle Angebotspreise sind als Festpreis brutto, also inklusive einer ggf. anfallenden gesetzlichen Umsatzsteuer, in Euro bis auf die vierte Nachkommastelle im Preisblatt (Anlage 5) anzugeben und auch so in Rechnung zu stellen. Das Risiko, dass das für den Auftragnehmer zuständige Finanzamt Umsatzsteuer auf die Angebotspreise festsetzt, obwohl der Auftragnehmer von der Umsatzsteuerfreiheit der Leistungen ausgeht, trägt der Auftragnehmer. Auf die abschließenden Preisanpassungsregelungen in Ziff. 4 wird verwiesen. Etwaige, zusätzliche Kosten wie z. B. Saisonpauschalen dürfen nicht nachträglich in Rechnung gestellt werden.

Die Bepreisung der Preisblattpositionen hat mit marktgerechten Preisen zu erfolgen. Jede Position ist wie ausgewiesen zu bearbeiten, es dürfen keine Positionen eigenmächtig zusammengefasst werden.

Sofern vom Bieter angegebene (Teil-)Entgelte der Genehmigung durch die Bundesnetzagentur gemäß Kapitel 5 des Postgesetzes bedürfen, darf von den genehmigten Entgelten nicht abgewichen werden.

Sollte ein Bieter in dem vorgesehenen Preisblatt einen Bruttopreis mit weniger als 4 Nachkommastellen angeben, wird davon ausgegangen, dass die fehlenden Nachkommastellen mit dem Betrag 0 aufzufüllen sind.

Beispiel:

Angabe im Preisblatt (brutto pro Stk.):	0,43	EUR
---	------	-----

Berücksichtigung durch die Auftraggeberin:	0,4300	EUR
--	--------	-----

In der monatlichen Rechnungsstellung darf durch den Auftragnehmer ausschließlich der Betrag 0,43 EUR bzw. 0,4300 EUR abgerechnet werden.

Die **Kosten für die Abholung** der Sendungen an dem vorgesehenen Standort sind unter der Servicepauschale auszuweisen. Die Servicepauschale ist jeweils pro Abholung anzugeben.

Sofern ein Bieter den Zuschlag auf mehrere Lose mit demselben Abholstandort erhält und die Abholung der Sendungen in den Losen taggleich erfolgt, fällt die jeweils ausgewiesene Servicepauschale nur einmal an und ist den jeweiligen Auftraggeberinnen anteilig in Rechnung zu stellen.

Alle anfallenden Leistungen müssen somit in der Kalkulation des Angebotspreises berücksichtigt worden sein.

Sofern der Auftragnehmer weitere Dienstleister in die Dienstleistung einbezieht, sind auch deren Preise in den angebotenen Preis mit zu inkludieren. Soweit Dritte in die Dienstleistung einbezogen werden, hat der Auftragnehmer das Entgelt für die Beförderung der Sendungen oder sonstige Kosten, die im Zusammenhang mit der Beförderung der Sendungen entstehen, zu tragen.

Soweit die Deutsche Post AG in die Dienstleistung einbezogen wird und der Auftraggeberin als Absender Entgelt für die Beförderung der Sendungen oder sonstige Kosten, die im Zusammenhang mit der Beförderung der Sendung entstehen, in Rechnung stellt, hat der Auftragnehmer dieses der Auftraggeberin zu erstatten (z. B. Mehrkosten bei einer versehentlichen Falschfrankierung).

Dem Bieter obliegt die Einschätzung der Steuerpflichtigkeit seiner Leistungen. Die AGBs der Deutsche Post AG gelten nur,

1. sofern die Deutsche Post AG als Universaldienstleister in Anspruch genommen wird, dies zur Leistungserbringung erforderlich ist und
2. der Auftragnehmer in allen Belangen als Ansprechpartner, Rechnungssteller und Vertragspartner für die Auftraggeberin fungiert.

Sollte ein Postprodukt umsatzsteuerfrei angeboten werden können - auf die in diesem Zusammenhang angebotene Dienstleistung (Frankierung/Konsolidierung) ist jedoch eine Umsatzsteuer zu erheben - ist der anzusetzende Betrag der Dienstleistung zusätzlich in der Spalte „Umsatzsteuerpflichtige Angebotspreise“ der identischen Produktzeile anzugeben. In diesem Fall sind im Preisblatt für diese Position demnach anteilig sowohl „Umsatzsteuerpflichtige Angebotspreise“ als auch „Umsatzsteuerfreie Angebotspreise“ auszuweisen; die einzutragenden Preise sind jeweils als Bruttopreise anzugeben, also eine ggf. gesetzlich anfallende Umsatzsteuer enthalten.

Bietet ein Bieter Produkte ganz oder teilweise umsatzsteuerfrei an, muss er seinem Angebot eine **Eigenerklärung beifügen**, in der er schlüssig darlegt, **warum er von der Umsatzsteuerfreiheit dieser Leistungen ausgeht**. Beruft sich der Bieter dabei auf § 4 Nr. 11b UStG, muss er zusätzlich begründen, weshalb die **Rückausnahmen** nach § 4 Nr. 11b lit. a) und b) UStG auf die angebotenen Leistungen **nicht zutreffen**. Zudem sind **geeignete Nachweise** für die Umsatzsteuerfreiheit, etwa eine Bescheinigung des Bundeszentralamts für Steuern gemäß § 4 Nr. 11b Satz 2 UStG (die Vorlage dieser Bescheinigung der Deutsche Post AG ist nicht erforderlich), beizufügen.

Für die Bewertung der Angebotspreise ist der rein zu Bewertungszwecken je Auftraggeberin hinterlegte Jahreswert 2025 maßgeblich.

Die Abrechnung erfolgt je Auftraggeberin monatlich in einer Gesamtrechnung und beinhaltet für die Auftraggeberin nachprüfbar die vom Auftragnehmer erbrachten Leistungen des vorausgegangenen Kalendermonats.

Aus der Gesamtrechnung je Auftraggeberin hat sich das Mengenvolumen pro Monat, aufgeteilt nach umsatzsteuerpflichtigen und umsatzsteuerfreien Produkten, zu ergeben.

Die grafische Gestaltung der Abrechnung steht dem Auftragnehmer dabei frei.

4.1 Preisanpassungsklausel

4.1.1 Umsatzsteuer:

Soweit ein Bieter in Anlage 5 umsatzsteuerpflichtige Angebotspreise angeboten hat und nach Abschluss dieses Dienstleistungsvertrages der gesetzliche Umsatzsteuersatz erhöht wird, kann die vereinbarte Vergütung nach einvernehmlicher Regelung durch die Vertragsparteien entsprechend um diesen prozentualen Änderungssatz angepasst werden. Umgekehrt kann die vereinbarte Vergütung prozentual reduziert werden, wenn der gesetzliche Umsatzsteuersatz reduziert wird.

Wenn und soweit ein Bieter in Anlage 5 umsatzsteuerfreie Angebotspreise angeboten hat und nach Ablauf der Angebotsfrist aufgrund einer Änderung der umsatzsteuerlichen Rechtslage (d. h. durch Änderung der gesetzlichen Regelungen oder durch Änderung von veröffentlichten Verfügungen der Finanzverwaltung) umsatzsteuerfrei angebotene Leistungen der Umsatzsteuer unterliegen, kann der Auftragnehmer unter Beachtung der Vorgehensweise nach Ziff. 4.1.8 ab dem Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Änderung der Auftraggeberin die Umsatzsteuer in Rechnung stellen. Das Risiko, dass der Bieter bei Angebotsabgabe das Vorliegen der Voraussetzungen der Umsatzfreiheit unrichtig eingeschätzt hat oder das für ihn zuständige Finanzamt das Vorliegen der Voraussetzungen der Umsatzsteuerfreiheit verneint (z. B. im Rahmen einer Betriebsprüfung), verbleibt beim Auftragnehmer.

4.1.2 Mindestlohn:

Soweit künftig nach dem Arbeitnehmerentsendegesetz (AentG) ein gesetzlich festgelegter Mindestlohn für Postdienstleistungen zu zahlen ist oder eine Erhöhung des derzeit geltenden gesetzlichen Mindestlohn erfolgt und sich daraufhin der vom Auftragnehmer zu zahlende Lohn erhöht, kann der Lohnkostenanteil der vereinbarten Vergütung in demselben prozentualen Verhältnis erhöht werden (fiktives Beispiel: gezahlter Lohn = 10,00 EUR, gesetzlicher Mindestlohn = 12,41 EUR; bisheriger Anteil der Lohnkosten am Endpreis = 22 Cent; Erhöhung des Lohns um 10%, mithin Erhöhung des Endpreises um 2,20 Cent möglich). Der Lohnkostenanteil und die Höhe des bislang gezahlten Stundenlohnes muss dabei der Urkalkulation entnommen werden können.

4.1.3 Veränderung des Briefentgelts durch die Bundesnetzagentur:

Die Preise für Dialogpost sind nicht genehmigungspflichtig durch die Bundesnetzagentur. Somit können Preiserhöhungen während der Vertragslaufzeit nicht vorgenommen werden.

4.1.4 Änderung von Rabattverträgen:

Sofern der Auftragnehmer für die Durchführung des Vertrages Leistungen der Deutschen Post AG im Produktbereich Dialogpost in Anspruch nimmt und sich die hierfür maßgeblichen Entgelte oder Rabattbedingungen der Deutschen Post AG ändern, ist der Auftragnehmer berechtigt, eine daraus resultierende Preissteigerung einmalig geltend zu machen. Die erstmalige Geltendmachung ist frühestens nach Ablauf von 26 Monaten ab Leistungsbeginn zulässig. Die Preisanpassung darf ausschließlich in Höhe der tatsächlich eingetretenen prozentualen Änderung erfolgen. Im Falle einer Entgeltsenkung oder Vergünstigung der Rabattbedingungen gilt dasselbe zugunsten der Auftraggeberin, die frühestens nach Ablauf von 26 Monaten ab Leistungsbeginn eine entsprechende einmalige prozentuale Reduzierung der vereinbarten Vergütung geltend machen kann.

4.1.5 Änderungen in der Beschaffenheit der Leistung:

. Sollte sich innerhalb der Vertragslaufzeit die ursprünglich berücksichtigte Abholstelle zu Ungunsten des Auftragnehmers ändern und dadurch ein Mehraufwand auf Seiten des Auftragnehmers entstehen, ist die Anpassung der bis dahin geltenden Servicepauschale zugunsten des Auftragnehmers zulässig. Sofern die Veränderung des Abholstandorts (örtliche Verlegung) zu einem verringerten Aufwand auf Seiten des Auftragnehmers führt, wird die Servicepauschale entsprechend zugunsten der Auftraggeberin reduziert. Die vom Auftragnehmer vorgeschlagene Preisanpassung muss mit einem offenzulegenden Kalkulationsschema eingereicht werden, aus dem ersichtlich wird, wie der Angebotspreis zu Stande kommt. Kommt es bezüglich der Preisanpassung zu keiner Einigung, haben beide Seiten ein Sonderkündigungsrecht.

4.1.6 Weitere Preisanpassungen:

Weitere Preisanpassungen, beispielsweise aufgrund von erhöhten Energie-, Investitions-, Miet- und Leasingkosten oder aufgrund saisonaler Schwankungen, dürfen während der bestehenden Vertragslaufzeit nicht vorgenommen werden. Derartige Preisveränderungen sind durch den Auftragnehmer in den Angebotspreis einzukalkulieren.

4.1.7 Einzuhaltende Vorgehensweise bei Preisanpassungen:

Der Auftragnehmer verpflichtet sich, die Auftraggeberin unverzüglich und in Textform von einer anstehenden Änderung zu unterrichten, unabhängig davon, ob der Grund aus seinem Verantwortungsbereich stammt. Zusätzlich ist der Auftraggeberin eine detaillierte Kostenaufstellung vorzulegen, aus der hervorgeht, wie sich die beantragte Änderung der

Vergütung berechnet (z. B. Kostenvergleich der Routenplanung vor und nach Änderung des Abholstandortes). Mithilfe der Urkalkulation muss die beantragte Preisanpassung nachvollziehbar sein.

4.1.8 Wirksamkeit der Preisanpassung:

Die Änderung der Vergütung wird ausschließlich nach rechtzeitiger Anzeige der anstehenden Preisänderung (vgl. Ziff. 4.1.7) frühestens wirksam:

- Ziff. 4.1.1: taggleich mit Geltung der neuen Umsatzsteuer,
- Ziff. 4.1.2: taggleich mit der gesetzlichen Änderung des Mindestlohns,
- Ziff. 4.1.4: ab dem 1. des Monats, der auf die Änderung bei Entgelten für öffentlich angebotene Leistungen der Deutschen Post AG folgt, jedoch frühestens nach Ablauf von 26 Monaten ab Leistungsbeginn,
- Ziff. 4.1.5: zum vereinbarten Zeitpunkt. Kommt es bezüglich der Preisanpassung aufgrund einer Leistungsanpassung zu keiner Einigung zwischen den Parteien, haben beide Seiten ein Sonderkündigungsrecht mit einer Kündigungsfrist von 6 Wochen.

4.2 Änderung der Sendungsart

Wird eine Preisanpassung dadurch notwendig, dass sich die Einordnung der Sendungen in eine bestimmte Sendungsart auf Anweisung der Bundesnetzagentur bzw. durch die Deutsche Post AG ändert, erstellt der Auftragnehmer unverzüglich nachdem ihm die entsprechende Information zugegangen ist, ein neues Angebot bzgl. der Portokosten mittels eines Kostenvoranschlags. Dies gilt auch, wenn der Auftragnehmer ohne Einbeziehung der Deutschen Post AG selbst von der Bundesnetzagentur zur Änderung der Sendungsart aufgefordert wird. Auf Grundlage des Kostenvoranschlags verhandeln die Parteien über den neuen Preis bezüglich des Portos. Die Urkalkulation bleibt im Übrigen unberührt. Sollte keine Einigung über den Preis erzielt werden, hat jeder Vertragspartner das Recht zur Kündigung gem. Nr.11 des Vertrages.

4.3 Urkalkulation

Die Urkalkulation für jedes Los ist mit dem Angebot einzureichen. Die Urkalkulation hat den Lohnkostenanteil und die Höhe des jeweiligen Stundenlohnes auszuweisen. Mithilfe der Urkalkulation muss die Kostenermittlung bei Angebotsunterbreitung nachvollziehbar sein. Die

Uralkulation wird ausschließlich geöffnet und verwendet für eine etwaige Preisauskömmlichkeitsprüfung und für die vorstehend geregelte Preisanpassung.

5 Auftragswertschätzung

Der geschätzte Auftragswert liegt bei insgesamt 3.164.288 Euro netto für die gesamte maximale Vertragslaufzeit von vier Jahren.

Übersicht der geschätzten Auftragswerte je AOK:

Auftraggeber	Geschätzte Auftragswerte über 4 Jahre in Euro (netto)
AOK Baden-Württemberg	620.000
AOK Bayern	630.000
AOK Hessen	270.000
AOK Niedersachsen	560.000
AOK Nordost	120.000
AOK NordWest	397.584
AOK PLUS	286.704
AOK Rheinland/ Hamburg	280.000
Gesamt Netto	3.164.288

Der Höchstwert für den Gesamtauftrag über die maximale Vertragslaufzeit wird auf 3.931.000 Euro netto festgelegt.

Anlage zur Leistungsbeschreibung

Sendungsmenge 2025 differenziert nach Postleitzahlbereich

AOK	Postleitzahlbereich	Gesamtmenge
Gebietslos 1 AOK Baden-Württemberg	Gesamtmenge	380.638
	68	13.353
	69	9.720
	70	21.112
	71	30.001
	72	49.253
	73	32.428
	74	40.190
	Sonstige	
	75	17.328
	76	21.527
	77	15.233
	78	31.108
	79	33.795
	88	26.798
	89	17.302
	97	21.491
Gebietslos 2 AOK Bayern	Gesamtmenge	402.426
	63, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97	389.146
	Sonstige	13.280
Gebietslos 3 AOK Hessen	Gesamtmenge	190.425
	34	18.203
	35	27.342
	36	13.919
	37	1.885
	55	2.133
	60	19.440
	61	10.986
	63	33.968
	64	20.697
	65	32.770

	68	1.866
	69	590
	Sonstige	6.626
Gebietslos 4 AOK Niedersachsen	Gesamtmenge	345.166
	19	40
	21	21.004
	26 – 27	81.742
	28 – 29	12.625
	30 – 31	91.881
	34	810
	37 – 38	51.877
	48 – 49	66.998
	Sonstige	18.147
Gebietslos 5 AOK Nordost	Gesamtmenge	107.640
	01,02,03	3.540
	10,11,12,13	57.550
	14,15,16	20.250
	17,18,19	19.200
	Sonstige	7.100
Gebietslos 6 AOK NordWest	Gesamtmenge	385.769
	21 ,22, 23	29.318
	24	35.684
	25	21.603
	32	37.150
	33	41.007
	44	35.144
	45, 46	30.360
	47, 48, 49	35.761
	57	21.680
	58	38.731
	59	42.165
	Sonstige	17.167
Gebietslos 7 AOK PLUS	Gesamtmenge	359.291
	00 - 09	268.000
	10 - 19	4.336

	20 - 29	2.356
	30 - 39	10.721
	40 - 49	2.160
	50 - 59	1.707
	60 - 69	2.203
	70 - 79	1.939
	80 - 89	3.016
	90 - 99	62.854
Gebietslos 8 AOK Rheinland/Hamburg	Gesamtmenge	256.528
	0 - 21	13.663
	22	17.711
	23 - 39	4.547
	40	19.773
	41	23.699
	42	22.875
	43, 44	2.037
	45	20.996
	46	11.487
	47	30.543
	48, 49	649
	50	16.519
	51	23.013
	52	23.427
	53	18.843
	54 - 99	6.746