



Kompetenzcenter
Marketing NRW

Wir arbeiten für mobil.nrw



...verbindet!

Verkehrsverbund
Rhein-Sieg

Angebotsbedingungen

Vergabe von Image-, Vertriebs-, Kommunikations- und Marketingdienstleistungen für die Gemeinschaftskampagne mobil.nrw

Stand: 15.07.2026

Inhalt

Anlagenverzeichnis.....	2
1. Bestandteile des einzureichenden Angebotes	3
1.1 Aufgabenstellung.....	3
1.2 Präsentation vor Ort	4
1.3 Aufwandsentschädigung	5
2. Kommunikation	3
3. Angebotsabgabe	4
3.1 Form und Frist.....	4
3.2 Bindefrist	4
3.3 Vertraulichkeit.....	5
3.4 Nebenangebote	5
3.5 Vorbehalt des ersten Zuschlags	5
4. Vorabinformation und Zuschlag.....	5
5. Fristen im Überblick	5
6. Angebotsbewertung.....	6
7. Zuständige Vergabekammer.....	7
8. Vorzulegende Unterlagen	10

Anlagenverzeichnis

Anlage 1 – Angebotsblatt

1. Bestandteile des einzureichenden Angebotes

1.1 Aufgabenstellung

Der Bieter unterbreitet sein Angebot in Form des Angebotsschreibens gemäß **Anlage AB_1**.

Folgende drei Aufgaben werden vom Bieter erwartet:

Aufgabe 1: Entwicklung eines strategischen Kommunikationskonzepts für die Fortentwicklung von mobil.nrw. Es wird eine Kommunikationsstrategie inkl. Herleitung und kreativer Layouts für die Themen: Deutschlandticket, NRW entdecken, mobil.nrw-App sowie die Fortentwicklung der sozialen Medien und der Website mobil.nrw für das Jahr 2027 erwartet. Bei dem strategischen Kommunikationskonzept wird vom Auftragnehmer erwartet, die derzeitigen Kommunikationsmaßnahmen unter Berücksichtigung der Marktentwicklung im ÖPNV/SPNV kritisch zu begutachten, ggf. neue Maßnahmen vorzuschlagen und dies in einer groben Jahresplanung auf Monatsbasis für das Jahr 2027 mit Ausblick auf die kommenden Jahre zu präsentieren. Der Gestaltungsleitfaden mobil.nrw ist online abrufbar unter <https://company-247140.frontify.com/d/b83QisSbflZ8/unterwegs#/einleitung/die-marke-mobil-nrw> und in VU_Anlage3

Aufgabe 2: Erstellung eines Zeit-, Kosten- und Maßnahmen-/Mediaplans unter Angabe von verbindlichen Stundensätzen für die Kommunikationsmaßnahmen der Gemeinschaftskampagne mobil.nrw am Beispiel des Jahres 2027. Die Kosten müssen nach Aktionen, Kampagnen und Themen unterteilt werden. Dabei ist es wichtig, dass der Agenturanteil und der Anteil externer Kosten erkennbar sind. Bei den externen Kosten müssen die verschiedenen Medientypen separat voneinander dargestellt sein (z. B. (D)OoH, Google-Ads inkl. YouTube, META-Ads, Native Ads, ggf. weitere Plattformen). In den Fällen der extern durchzuführenden Leistungen müssen stets, sofern vorhanden, drei Dienstleister für eine bestimmte Dienstleistung angefragt werden, von denen das wirtschaftlichste Angebot beauftragt werden muss.

1.2 Präsentation vor Ort

Zur Vorstellung des Konzepts wird der Bietende nach Ablauf der Angebotsfrist zu einem Präsentationstermin eingeladen, welcher ebenfalls in die Angebotsbewertung mit einfließt. Die Angebotspräsentationen aller Bieter sind für die **41. KW 2026** vorgesehen. Der genaue Termin wird den Bietenden rechtzeitig mitgeteilt. Für die Präsentation sind **max. 60 Minuten** einzuplanen, zuzüglich max. 30 Minuten für eventuelle Nachfragen. Der Auftraggeber (AG) erwartet, dass die seitens des Bieters benannte Projektleitung und, soweit relevant, weitere Projektmitarbeitende an der Angebotspräsentation präsentieren.

1.3 Aufwandsentschädigung

Für die Angebotserstellung erkennt der Auftraggeber eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 5.000 Euro (netto) an. Die Zahlung setzt die Teilnahme am Präsentationstermin und den Eingang einer ordnungsgemäßen Rechnung voraus. Darüber hinaus wird keine weitere Vergütung für die Angebotserstellung gewährt. Im Auftragsfall wird die Aufwandsentschädigung verrechnet.

2. Kommunikation

Die gesamte Kommunikation erfolgt in deutscher Sprache ausschließlich über den Projektraum des Deutschen Vergabeportals.

Enthalten die Vergabeunterlagen nach Auffassung des Bieters Unklarheiten, so haben die Bieter den AG unverzüglich darauf hinzuweisen. Fragen bzw. Anmerkungen der Bieter zu den Vergabeunterlagen sind unverzüglich an den AG zu stellen.

Der AG behält sich vor, Bieterfragen, die nach dem **15.09.2026** eingehen, nicht mehr zu beantworten. Mündliche Auskünfte bzw. mündliche Antworten auf sachdienliche Fragen werden nicht erteilt.

Ergeben sich aus sachdienlichen Fragen der Bieter Änderungen an den oder Erläuterungen zu den Vergabeunterlagen, werden diese als Bieterinformation über das Deutsche Vergabeportal zur Verfügung gestellt. Bieterinformationen gelten nach den Bestimmungen des Vergabeportals als zugegangen, sobald diese in den Projektraum eingestellt werden.

Sollten nach Ablauf der Angebotsfrist mehrere Hauptangebote eines Bieters mit zeitlich unterschiedlichen Eingangsstempeln im Projektraum hochgeladen worden sein, gilt für die Auftraggeber das jüngste Angebot und alle zeitlich älteren Angebote verlieren automatisch ihre Wirksamkeit.

Sind aus Sicht des Bieters Änderungen an den Vergabeunterlagen unerlässlich, um ein Angebot abgeben zu können, müssen diese so früh wie möglich, spätestens vor Ablauf der oben genannten Frist, mitgeteilt und begründet werden.

Rügen zu den Vergabeunterlagen entsprechend Ziffer 7 sind ergänzend zur Einstellung in das Vergabeportal des AG unverzüglich per Mail an vergabe@vrs.de zur Kenntnis zu bringen. Diese Vorgabe ist zwingend.

3. Angebotsabgabe

3.1 Form und Frist

Das Angebot muss bis zum **24.09.2026, 12:00 Uhr** im Vergabeportal hochgeladen sein. Andere Übermittlungsformen sind nicht zugelassen.

Verspätet eingegangene Angebote werden nicht berücksichtigt, es sei denn, der Bewerber kann nachweisen, dass er die Verspätung nicht zu vertreten hat.

Das Angebot ist ausschließlich elektronisch in Textform über das Deutsche Vergabeportal einzureichen.

Es muss alle geforderten Angaben und einzureichenden Unterlagen enthalten.

Das Angebot muss in deutscher Sprache verfasst sein. Nicht in deutscher Sprache eingereichte Angebote werden ausgeschlossen.

Grundlage für die Erstellung des Angebots sind ausschließlich die zum Zeitpunkt des Ablaufs der Angebotsfrist aktuellen Vergabeunterlagen. Angebote, die sich nicht auf die Vergabeunterlagen in der letzten zur Verfügung gestellten Fassung beziehen, werden von der Wertung ausgeschlossen.

Das Angebot muss alle geforderten Angaben, Erklärungen und Preise (netto und brutto) enthalten.

Änderungen und Ergänzungen an den Vergabeunterlagen sind unzulässig und führen zum Ausschluss. Ein Angebot, das Allgemeine Geschäftsbedingungen des Bieters enthält oder darauf verweist, wird ebenfalls von der Wertung ausgeschlossen.

Bieter, die kein Angebot abgeben, werden gebeten, die Vergabestelle hiervon umgehend zu unterrichten.

3.2 Bindefrist

Der Bietende hat in seinem Angebot ausdrücklich zu erklären, dass er sich bis **31.12.2026** an sein Angebot gebunden hält.

3.3 Vertraulichkeit

Die Vergabeunterlagen unterliegen der Vertraulichkeit. Der Bietende darf deren Inhalte gegenüber verfahrensunbeteiligten Dritten nicht kommunizieren. Er hat seine Mitarbeitenden zu einer entsprechenden Geheimhaltung zu verpflichten. Im Hinblick auf das Recht zur Akteneinsicht im Falle eines vergaberechtlichen Nachprüfungsverfahrens werden alle Bieter gebeten, diejenigen Angaben in ihren Angeboten durch farbliche Unterlegung eindeutig kenntlich zu machen, die aus wichtigen Gründen, insbesondere des Geheimnisschutzes oder zur Wahrung von Fabrikations-, Betriebs- oder Geschäftsgeheimnissen nicht offengelegt werden sollen. Nicht derart gekennzeichnete Angaben werden ggfs. offengelegt.

3.4 Nebenangebote

Nebenangebote sind nicht zugelassen.

3.5 Vorbehalt des ersten Zuschlags

Der öffentliche Auftraggeber behält sich gemäß § 17 Abs. 11 VgV vor, den Zuschlag auf der Grundlage der Erstangebote zu erteilen, ohne in Verhandlungen einzutreten. Die Bieter sind daher gehalten, bereits mit ihrem Erstangebot ein vollständiges und zuschlagsfähiges Angebot einzureichen.

4 Vorabinformation und Zuschlag

Alle Bieter werden gemäß § 134 GWB spätestens zehn Kalendertage vor dem beabsichtigten Vertragsschluss mit dem Bestbieter per E-Mail darüber informiert.

Die Vorabinformation wird voraussichtlich in der KW 41 erfolgen. Frühestmöglicher Zuschlag wäre dann in der **KW 43**.

Soweit sich Änderungen gegenüber dieser Planung ergeben, werden wir Sie zeitnah informieren.

5 Fristen im Überblick

Fristen	Beschreibung
15.09.2026	Frist für Bieterfragen
24.09.2026	Ende der Angebotsfrist
Rechtzeitig	Einladung zur Präsentation
05./06.10.2026	Angebotspräsentationen, ggf. Verhandlungen
Voraussichtlich 09.10.2026	Vorabinformation an alle Bieter
26.10.2026	Zuschlag
26.10.2026	Zuschlags-/Bindefrist

6 Angebotsbewertung

Der Zuschlag wird auf das unter Berücksichtigung aller Umstände qualitativ höchstwertige Angebot erteilt. Es erfolgt eine reine Qualitätswertung. Dabei werden die nachfolgenden Kriterien und Unterkategorien mit der entsprechenden Gewichtung als Bewertungsmaßstab herangezogen:

Kommunikationskonzept zur Fortentwicklung von mobil.nrw (60 % der Gesamtbewertung):

- Herleitung der Strategie für die Fortentwicklung der Marke mobil.nrw
- Begründung der Zeit-, Maßnahmen- und Medienauswahl für die Fortentwicklung der Marke mobil.nrw

Kosten- und Mediaplan (30 % der Gesamtbewertung):

- Anteil der Agentur- und Fremdleistungen am Gesamtbudget
- Preis-Leistungs-Verhältnis: Vergleich der Wettbewerber nach den vorgeschlagenen Maßnahmen; zielgruppengenaue Ansprache in Qualität und Quantität
- Transparenz und Qualität des Kostenplans: Honorarliste/Tagessätze, übersichtliche Aufteilung in interne und externe Kosten

Präsentationseindruck (10 % der Gesamtbewertung):

- Fachlich: Präsentationsstruktur, Visualisierung, Technik, Umgang mit Rückfragen
- Persönlich: Dialogfähigkeit, Körpersprache, Rhetorik, Rollenverteilung, Timing

Die Qualitätsbewertung erfolgt durch

- Vertreter des für Verkehr zuständigen Ministeriums in NRW (1/3 Stimmenanteil)
- Vertreter des KCM (VRS GmbH) (1/3 Stimmenanteil)
- Vertreter der Zweckverbände go.Rheinland, Verkehrsverbunds Rhein-Ruhr (VRR) und Nahverkehr Westfalen-Lippe (NWL) (zusammen 1/3 Stimmenanteil)

die unabhängig voneinander die Punkte vergeben. Die drei stimmberechtigten Parteien müssen jeweils eine gemeinsame Bewertung abgeben. Die Punkte werden nach der folgenden Skalierung vergeben:

- 100 Punkte: entspricht den Anforderungen sehr gut
- 75 Punkte: entspricht den Anforderungen gut
- 50 Punkte: entspricht den Anforderungen zufriedenstellend
- 25 Punkte: weist Mängel auf, entspricht aber noch den Anforderungen
- 0 Punkte: mangelhaft, entspricht nicht den Anforderungen

Aus den Punktwerten zu den einzelnen Unterkriterien bzw. Teilaspekten wird ein Mittelwert gebildet, der auf vier Nachkommastellen gerundet und gewichtet wird.

Die **Zuschlagserteilung** erfolgt auf das Angebot, welches unter Berücksichtigung vorstehend genannter Kriterien und Gewichtungen insgesamt den höchsten Punktwert erreicht. Bei Punktgleichheit entscheidet das Los.

7 Zuständige Vergabekammer

Die Vergabekammer Rheinland
Zeughausstraße 2–10
50667 Köln
E-Mail: VKRheinland@bezreg-koeln.nrw.de
Tel.: 0221/14 73045
Fax: 0221/14 72 889
www.bezreg-koeln.nrw.de

ist diejenige Stelle, an die sich Bewerber und Bieter zur Nachprüfung behaupteter Verstöße gegen Vergabebestimmungen wenden können.

Der geltend gemachte Verstoß gegen Vergabevorschriften muss vor Einreichen des Nachprüfungsantrags erkannt und innerhalb einer Frist von zehn Kalendertagen gegenüber dem AG gerügt werden.

Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung oder dieser Bedingungen für den Teilnahmewettbewerb erkennbar sind, müssen spätestens bis zum Ablauf der Frist für die Abgabe des Teilnahmeantrags gerügt werden; Verstöße, die in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, müssen bis spätestens zum Ablauf der Angebotsfrist gegenüber dem AG gerügt werden.

Ein Nachprüfungsantrag muss innerhalb von 10 Kalendertagen nach Eingang der Mitteilung der Vergabestelle, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, bei der Vergabekammer eingehen.

8 Vorzulegende Unterlagen

Unterlage	Hinweis
Angebotsschreiben, Anlage 1	Ausgefüllt, unterschrieben (bei einer Bewerber- bzw. Bietergemeinschaft von dem bevollmächtigten Vertreter) und eingescannt.
Entwicklung eines strategischen Kommunikationskonzepts für die Fortentwicklung von mobil.nrw entsprechend Ziffer 1.1, Aufgabe 1.	
Erstellung eines Zeit-, Kosten- und Maßnahmen-/Mediaplans unter Angabe von verbindlichen Stundensätzen für die Kommunikationsmaßnahmen der Gemeinschaftskampagne mobil.nrw am Beispiel des Jahres 2027 entsprechend Ziffer 1.1, Aufgabe 2.	