

II.1 Vergabebedingungen zur Angebotsphase

Vergabeverfahren „Werbe- & Marketingdienstleistung“,

Vergabe-Nr. ECA-2026-054

--nur informativ – für den Teilnahmewettbewerb nicht relevant--

Diese Vergabebedingungen sind nur für den Fall zu beachten, dass Sie nach Abschluss des Teilnahmewettbewerbs über die Vergabeplattform DTVP zur Abgabe eines verbindlichen Angebots aufgefordert werden.

Für die Angebotserstellung gelten vollumfänglich alle mit dem Teilnahmewettbewerb zur Verfügung gestellten für die Angebotsphase relevanten Vergabeunterlagen, soweit mit der Aufforderung zur Angebotsphase nicht eine aktuellere Version dieser Unterlagen hochgeladen wird.

Vergabestelle:

Bundesdruckerei GmbH

Office for EU-Contract awarding (FP ECA)

Kommandantenstraße 18

10969 Berlin

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	3
2	Auftraggeber	3
3	Leistungsgegenstand.....	3
4	Losaufteilung	3
5	Vergabeart	3
6	Kommunikation / eVergabe	3
7	Vergabeunterlagen	4
8	Fragen zu den Vergabeunterlagen	4
9	Angebot.....	5
	9.1 Angebotsfrist und Form	5
	9.2 Angebotsinhalt.....	6
10	Nebenangebote	10
11	Bietergemeinschaft	10
12	Unterauftragnehmer/Eignungsleihe	10
13	Angebotsprüfung und Angebotsbewertung, Zuschlagskriterien	11
14	Bestimmungen über nicht berücksichtigte Angebote	17
15	Wettbewerbsbeschränkende Absprachen	17
16	Zuschlagserteilung	18
17	Zuschlags-/Bindefrist	18
18	Datenschutz, Vertraulichkeit, Akteneinsicht im Nachprüfungsverfahren	18
19	Sprache	18
20	Zuständige Nachprüfungsstelle gemäß § 159 GWB	18
21	Übersicht der einzureichenden Unterlagen	19

1 Einleitung

Die nachfolgenden allgemeinen Bedingungen sollen den Bietern helfen, ein wertbares Angebot abzugeben. Mit Erhalt der Aufforderung zur Angebotsabgabe nebst Vergabeunterlagen werden Sie gebeten, sich mit einem entsprechenden Angebot zu beteiligen.¹

2 Auftraggeber

Der Auftraggeber,

Bundesdruckerei GmbH, Kommandantenstraße 18, 10969 Berlin

beabsichtigt, die in den Vergabeunterlagen näher definierten Leistungen zu vergeben.

3 Leistungsgegenstand

Gegenstand der ausgeschriebenen Leistung ist der Abschluss eines Rahmenvertrags über die Erbringung von Agenturleistungen im Bereich der Planung und Umsetzung crossmedialer Kampagnen innerhalb von Deutschland sowie die Unterstützung im Content-Marketing für den Auftraggeber. Nähere Informationen zum Leistungsgegenstand können der den Vergabeunterlagen beigefügten Leistungsbeschreibung (**Anlage 1**) entnommen werden.

4 Losaufteilung

Eine Aufteilung in Lose ist nicht vorgesehen.

5 Vergabeart

Das Vergabeverfahren richtet sich nach § 119 GWB i. V. m. den §§ 14 ff. VgV. Es finden die Vorschriften über das nicht offene Verfahren (§ 16 VgV) Anwendung.

Das Verfahren wird somit in zwei Phasen durchgeführt. Die erste Phase - der Teilnahmewettbewerb - ist abgeschlossen. In der zweiten Phase - der Angebotsphase - werden die ausgewählten Bewerber vom Auftraggeber aufgefordert, auf der Grundlage weiterer Vergabeunterlagen ein verbindliches Angebot einzureichen.

Auf die Vorschriften des Vierten Teils des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) und die Vergabeverordnung (VgV) wird verwiesen.

6 Kommunikation / eVergabe

Für alle Schritte des elektronischen Vergabeprozesses im Rahmen des vorliegenden Verfahrens und insbesondere für die Abgabe des Angebotes nutzen wir das Portal „*Deutsches Vergabeportal*“ (<http://www.dtv.de>).

¹ Die verwendeten personenbezogenen Bezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter. Sofern nicht ausdrücklich anders bestimmt, sind mit „*Bewerber*“ / „*Bieter*“ sowohl einzelne Unternehmen als auch Bewerber- / Bietergemeinschaften gemeint - mit „*Auftragnehmer*“ (AN) sind Bieter oder Bietergemeinschaften gemeint, die den Zuschlag erhalten haben.

Sie müssen Ihr Angebot und Ihre Fragen in elektronischer Form über den Vergabemarktplatz DTVP unter Anwendung der dort vorhandenen Möglichkeiten abgeben (Bietertool / webbasierte Abgabe). Zur Installation des Cosinex-Bietertools auf Ihrem Computer werden Sie ggf. zur Installation von „Java“ aufgefordert.

Wichtiger Hinweis: Bei Problemen erhalten Sie Unterstützung über das Service- und Supportcenter der Cosinex GmbH unter <http://support.cosinex.de>. Technische Fragen zur Vergabepattform sind nur an die Cosinex GmbH zu stellen und nicht an den Auftraggeber! Achten Sie dabei auf die Geschäftszeiten.

Zur Einsicht und Bearbeitung der im PDF angebotenen Vergabeunterlagen benötigen Sie einen PDF-Viewer wie den Adobe Reader in der jeweils aktuellen Fassung. Derartige Programme stehen im Internet kostenlos zur Verfügung.

7 Vergabeunterlagen

Es dürfen seitens des Bieters keine Änderungen an den Vergabeunterlagen vorgenommen werden. Die zum Abruf zur Verfügung gestellten Vergabeunterlagen sind nicht verhandelbar. Änderungen am Text der Vergabeunterlagen oder Zusätze im Teilnahmeantrag und/oder den beizufügenden Unterlagen, welche die Vergabeunterlagen inhaltlich modifizieren, sind unzulässig.

Die Bieter werden hiermit ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Angebote, die derartige Änderungen oder Zusätze enthalten, grundsätzlich ausgeschlossen werden.

8 Fragen zu den Vergabeunterlagen

Die zur Angebotsabgabe aufgeforderten Bieter haben die Vergabeunterlagen unmittelbar nach Erhalt auf Vollständigkeit zu überprüfen. Insbesondere hat sich der Bieter zu vergewissern, dass ihm sämtliche Unterlagen zur Verfügung stehen. Sind die Unterlagen unvollständig oder enthalten sie nach Auffassung eines Bieters Unklarheiten, so hat der Bieter den Auftraggeber vor Angebotsabgabe in Textform darauf hinzuweisen.

Fragen zum Verfahren sind rechtzeitig und ausschließlich über die Funktion „*Kommunikation*“ des Online-Portals Deutsches Vergabeportal (DTVP) in deutscher Sprache an den Auftraggeber zu richten. Der Auftraggeber wird die Fragen sammeln, anonymisieren und zeitnah beantworten. Mit der Übersendung einer Bieterfrage genehmigt der Bieter gleichfalls eine entsprechende Bekanntgabe. Die Beantwortung von Fragen erfolgt gegenüber allen Bietern zeitgleich ebenfalls über das Online-Portal DTVP.

Die Bieter werden gebeten, Fragen, die in einem engen zeitlichen Zusammenhang aufkommen, zu bündeln und von der separaten Einreichung einzelner Fragen abzusehen.

Die interessierten Unternehmen haben die Möglichkeit, sich für fortlaufende Informationen über den Ablauf des Vergabeverfahrens, wie etwa die Beantwortung von Bieterfragen, auf dem Online-Portal DTVP für das hier gegenständliche Vergabeverfahren zu registrieren und erhalten grundsätzlich eine Benachrichtigung über das bei der Registrierung angegebene E-Mail-Postfach.

Bitte beachten Sie, dass eine Registrierung keine vollumfängliche Gewähr für eine durchgängige Benachrichtigung bei neuen Informationen bieten kann. Die Bieter werden daher gebeten, den Posteingang des Online-Portals DTVP eigenständig in regelmäßigen Abständen auf etwaige

Änderungen oder neue Informationen zum Vergabeverfahren zu prüfen. Unternehmen, die keine Registrierung vornehmen, haben sich eigenständig auf dem vorgenannten Portal über ggf. veröffentlichte Informationen zum Vergabeverfahren in Kenntnis zu setzen. Andere Stellen des Auftraggebers werden keine Auskünfte erteilen. Telefonische Auskünfte werden nicht erteilt. Ausschließlich durch den Auftraggeber in Textform erteilte Auskünfte sind verbindlich.

Fragen, die nicht rechtzeitig, d.h. bis zum

XX.XX.2026, 23:59 Uhr

vorliegen, werden ggf. nicht beantwortet. Der Auftraggeber behält sich nach eigenem Ermessen vor, verspätete Fragen dennoch zu beantworten, wenn er diese für sachdienlich hält.

Die Antworten zu Bieterfragen werden Bestandteil der Vergabeunterlagen.

Die Bieter haben mit den Angebotsunterlagen eine montags bis freitags während der üblichen Geschäftszeiten ständig erreichbare E-Mail-Adresse zu benennen, an welche die Informationen des Auftraggebers gesendet werden können, soweit einer Versendung über das Vergabeportal DTVP technische Probleme entgegenstehen.

9 Angebot

Auf der Grundlage der Vergabeunterlagen und unter Nutzung der den Vergabeunterlagen beigelegten Vordrucke haben die Bieter ein vollständiges und verbindliches Angebot zu erstellen und abzugeben. Aufwendungen, die bei der Angebotserstellung und im weiteren Verlauf des Verfahrens entstehen, werden nicht erstattet.

9.1 Angebotsfrist und Form

Das vollständige Angebot ist unter Verwendung des beigelegten Vordrucks ausschließlich elektronisch in Textform bis spätestens

XX.XX.2026, 10:00 Uhr (Ausschlussfrist)

über das Onlineportal DTVP einzureichen.

Nach Ablauf der Angebotsfrist eingegangene Angebote werden vom Wettbewerb ausgeschlossen. Maßgeblich für das Einhalten der Angebotsfrist ist der tatsächliche Eingang des Angebotes (Upload) über das Onlineportal DTVP, nicht der Zeitpunkt, zu dem mit der Übermittlung begonnen wird. Es wird empfohlen, das Angebot vorsorglich nicht unmittelbar vor Ablauf der Angebotsfrist abzugeben. Bis zum Ablauf Angebotsfrist können Angebote über das Online-Portal DTVP zurückgezogen werden.

Die elektronische Einreichung des Angebotes hat zwingend unter Nutzung der technischen Funktion/Reiter „Angebote/Anträge“ auf dem Onlineportal DTVP zu erfolgen (siehe Ziff. 6 der Vergabebedingungen). Eine Angebotsabgabe unter Nutzung der Kommunikationsfunktion des Online-Portals entspricht nicht den Formvorgaben an das Angebot und führt zum zwingenden Ausschluss des betreffenden Angebotes vom weiteren Vergabeverfahren. Schriftliche Angebote und Angebote via Telefax, E-Mail sowie telefonische Angebote sind ebenfalls nicht zugelassen.

Die einzureichenden Unterlagen sind in dem Dateiformat hochzuladen, in dem sie zur Verfügung gestellt wurden. Die Umwandlung der Unterlagen in das PDF-Format ist ebenfalls zulässig. Der Bieter trägt die Verantwortung dafür, dass sein Angebot rechtzeitig und vollständig in den vom Auftraggeber geforderten Dateiformaten eingeht. Eine Übersicht der mit dem Angebot einzureichenden Unterlagen ergibt sich aus Ziffer 22 dieses Dokuments.

Die Öffnung der Angebote erfolgt voraussichtlich zeitnah nach Ablauf der Angebotsfrist. Bieter und deren Bevollmächtigte sind zur Teilnahme an der Öffnung der Angebote gemäß § 55 Abs. 2 VgV nicht zugelassen.

9.2 Angebotsinhalt

Preisblatt

Sofern nicht ausdrücklich abweichend geregelt, sind sämtliche in den Vergabeunterlagen, insbesondere in der Leistungsbeschreibung und dem Vertrag, beschriebenen Leistungen mit den im Preisblatt angebotenen Preisen abgegolten.

Die von dem Bieter angebotenen Stundensätze sind in die dafür vorgesehenen Felder in dem Dokument „II.9 Anl. 7 Preisblatt“ einzutragen und mit den Angebotsunterlagen einzureichen. Einzelpreise sind in Euro, jeweils ohne die gesetzliche Umsatzsteuer anzugeben.

In den Stundensätze sind sämtliche Nebenkosten und Nebenleistungen eingeschlossen, die im Zusammenhang mit der vertragsgemäßen Leistungserbringung entstehen, auch wenn diese nicht explizit erwähnt sind. Reisekosten werden nicht erstattet.

Das Preisblatt ist vollständig und ausschließlich in der vorgegebenen Form auszufüllen. Es dürfen nur die hierfür vorgesehenen, entsprechend weiß gekennzeichneten Felder ausgefüllt werden. Änderungen an der Struktur oder den Formeln des Preisblatts sind unzulässig.

Ein unvollständig ausgefülltes oder geändertes Preisblatt kann zum Ausschluss des Angebots führen.

Wertungsrelevante Unterlagen

Die Bieter haben die nachfolgend benannten Konzepte zur Leistungserbringung, welche bei der Wertung der Angebote berücksichtigt werden, eigenständig anzufertigen und mit dem Angebot einzureichen:

Konzept zum vorgesehenen Projektteam

Die Bieter haben ein Konzept zur Zusammensetzung des konkret für die Auftragsausführung vorgesehenen Kern-Projektteams eigenhändig zu erstellen und mit dem Angebot einzureichen.

Das Kern-Projektteam hat zu bestehen aus:

- einem strategischen Berater/einer strategischen Beraterin,
- einem Projektmanager/einer Projektmanagerin,
- einem Content-Redakteur / einer Content Redakteurin,
- einem Texter / einer Texterin,
- einem Art-Director / einer Art Directorin.

Die vorstehenden Personen sind im Konzept zum Projektteam **namentlich zu benennen.**

In Bezug auf die vorstehend benannten Mitglieder des Kern-Projektteams hat das Konzept zudem die nachfolgenden Angaben zur spezifischen Berufserfahrung, Qualifikation und den Branchenkenntnissen zu enthalten:

- (1) Für den **strategischen Berater/einer strategischen Beraterin** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - Position (mindestens Director Level),
 - mindestens 10 Jahren Berufserfahrung in der Konzeption und Steuerung crossmedialer Kommunikations- und Content-Marketing-Strategien,
 - Erfahrung in der Beratung von Führungskräften und Fachbereichen in strategischen Kommunikationsfragen,
 - Erfahrung in politisch, regulatorisch oder gesellschaftlich sensiblen Umfeldern – vorzugsweise im öffentlichen Sektor zu IT, Digitalisierung und Digitalpolitik,
 - Erfahrung in der Arbeit mit Newsroom-Strukturen und der Konzeption und Moderation von Strategie- und Kreativ-Workshops (insb. Themenplanung, Themenkonzeption, Markenkommunikation),
 - Erfahrung in der strategischen Planung crossmedialer Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.
- (2) Für den **Projektmanager/einer Projektmanagerin** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - Position (mindestens Senior Level),
 - Erfahrung in der eigenverantwortlichen Steuerung von Projekten inklusive Termin-, Budget- und Produktionscontrolling,
 - Erfahrung in der Umsetzung crossmedialer Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.
- (3) Für den **Content-Redakteur / die Content Redakteurin** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - Position (mindestens Senior-Level),
 - Erfahrung in der Konzeption und Erstellung redaktioneller Lang- und Kurzformate (z. B. Fachartikel, Whitepaper, Studien, Interviews, Blogbeiträge, Social Media Beiträge),
 - Erfahrung in den folgenden Themenfelder: e-Government, e-Health, Digitalisierung, Digitalpolitik, Cybersicherheit,
 - Erfahrung in SEO-orientiertem und entsprechenden Content-Performance-Metriken.
- (4) Für den **Texter / die Texterin** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - Position (mindestens Senior-Level),
 - Erfahrung in der Erstellung kampagnentypischer Textformate (Headlines, Subheads, Bodycopy, Calls-to-Action und Konzeption testfähiger Textvarianten (A/B-Logiken)
 - Erfahrung in der Erstellung von Performance- und Digital-Texten, insbesondere für Social Ads (LinkedIn), Newsletter, Landingpages und digitale Kampagnen-Mechaniken
 - Erfahrung in der Umsetzung von crossmedialen Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.

(5) Für den **Art-Director / die Art-Direktorin** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:

- Position (mindestens Senior-Level),
- Erfahrung in der Konzeption und Gestaltung crossmedialer Kampagnen mit Fokus auf digitale Formate (z.B. LinkedIn, Display, Landingpages, etc.)
- Erfahrung in der Umsetzung von crossmedialen Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.

Zum Nachweis der vorgenannten Qualifikationen, Berufserfahrung, der Branchenkenntnisse und insbesondere der Mindestvorgaben sind je namentlich benannten Mitarbeiter ein Mitarbeiterprofil bestehend aus

- einem Kurzlebenslauf sowie
- zwei (2) mit der ausgeschriebenen Leistung vergleichbare persönliche Projektreferenzen,

aus welchen sich die entsprechenden Angaben ergeben, mit dem Angebot als separate und eigenständig erstellte Anlage einzureichen.

Das Konzept zum Kern-Projektteam nebst den vorzulegenden Kurzlebensläufen und zwei persönlichen Referenzen je benannten Mitarbeiter darf einen Gesamtumfang von maximal 20 DIN A4-Seiten nicht überschreiten. Darüberhinausgehende Seiten werden nicht gewertet.

Die eingereichten Referenzen dürfen dabei

- nicht älter als 5 Jahre sein (bezogen auf den Zeitpunkt des Ablaufs der Angebotsfrist).

Die Projektbeschreibungen haben Angaben zum Auftraggeber, zum Durchführungszeitraum des Projektes und insbesondere zum konkreten Projektinhalt sowie den erbrachten Tätigkeiten des Mitarbeiters zu enthalten. Aus der Beschreibung des Projektinhaltes und der erbrachten Tätigkeiten muss sich für den Auftraggeber ergeben, dass die angebotenen Personen zur ausgeschriebenen Leistung vergleichbare Erfahrungen haben. Diese Angaben sind maßgeblich für die Angebotswertung.

Hinsichtlich der Einzelheiten der geforderten Angaben wird auf die Leistungsbeschreibung und das den Vergabeunterlagen beigelegte Dokument „II.12 Wertungsmatrix“ verwiesen, aus welchem weitere Angaben zu den Erwartungshorizonten und damit zur Art und Weise der Leistungserbringung entnommen werden können.

Nähere Ausführungen und Vorgaben zu den Kenntnissen sowie etwaigen Mindestanforderungen und den Folgen bei Nichterfüllung können der Ziffer 14 dieses Dokuments entnommen werden.

Unterlagen zur Angebotspräsentation (PowerPoint-Präsentation)

Im Rahmen der Angebotsphase sind die Bieter, welche vollständige und wertungsfähige Angebote eingereicht haben, ferner aufgefordert, eine Präsentation in den Räumen des Auftraggebers durchzuführen (vgl. hierzu Ziff. 10 dieser Vergabebedingungen).

Im Rahmen dieses Präsentationstermins sollen die Bieter

- ihr Unternehmen und
- ein Lösungskonzept in Bezug auf die konkrete Aufgabenstellung

nach Maßgabe der nachfolgenden Vorgaben vorstellen.

Vor der Durchführung des eigentlichen Präsentationstermins haben die Bieter die Präsentationsunterlagen bzw. das **Lösungskonzept in Form einer PowerPoint-Präsentation** unter Beachtung der nachfolgenden Vorgaben auszugestalten und zusammen mit dem Angebot im Format PDF einzureichen. Die mit dem Angebot einzureichenden Präsentationsunterlagen (PowerPoint-Präsentation) sind mithin entsprechend der vorgenannten Präsentationsteile aufzubauen.

Die Präsentation beinhaltet das Lösungskonzept in Bezug auf die sich aus dem Dokument „II.10 Kurzbriefing Aufgabenbeschreibung“ konkret ergebende Aufgabenstellung und soll insbesondere enthalten:

- 1) Strategische Herleitung
- 2) Darstellung einer kreativen Leitidee,
- 3) Darstellung von Anwendungsbeispielen (B2B und B2G),
- 4) Darstellung des Kampagnenplans und entsprechende Aufwandsverteilung.

Die Bieter erhalten folgende zu beachtende Hintergrundinformationen:

- Kurz-Briefing (Aufgabenbeschreibung) (Dokument „II.10 Kurzbriefing Aufgabenbeschreibung“);
- Informationen zum Konzern, Creative Beispiele (Dokument „II.11 Anlage Hintergrundinformationen Lösungskonzept“).

Die einzureichende PowerPoint-Präsentation ist derart zu gestalten, dass sich der Auftraggeber ein ausführliches und konkretes Bild von den o.g. Einzelaspekten machen kann.

10 Angebotspräsentation

Es ist beabsichtigt, die Bieter zu einem Präsentationstermin in den Räumen der Bundesdruckerei einzuladen, in welchem das vorstehende Konzept präsentiert werden soll, sofern die Bieter im Zuge der Angebotsphase ein vollständiges und wertbares Angebot eingereicht haben.

Für die Präsentationstermine werden jeweils 90 Minuten angesetzt, wobei der grobe Ablauf wie folgt vorgesehen ist:

- | | |
|---|---------|
| 1) Vorstellung des Unternehmens | 10 Min. |
| 2) Präsentation des Lösungskonzeptes | 60 Min. |
| 3) Inhaltliche Rückfragen des Auftraggebers | 20 Min. |

Der Präsentationstermin soll von dem strategischen Berater, dem Projektmanager und einem Creative Director (Art oder Text) auf Basis der mit den Angebotsunterlagen eingereichten

PowerPoint-Präsentation durchgeführt werden. Zur Präsentation steht Ihnen ein Screen mit Click Share (ggf. bitte Adapter für MAC mitbringen) zur Verfügung.

Die Präsentation soll eine Vorstellung des Unternehmens nebst kurzer Darstellung der Keyfacts, des Leistungsportfolios und der Kunden umfassen. Die Darstellung und Präsentation dieses Teils soll anhand von Power-Point-Charts erfolgen und maximal 10 Minuten dauern.

Ferner soll die Präsentation ein Lösungskonzept ebenfalls entsprechend der vorgegebenen Inhalte für die PowerPoint-Präsentation. Die Darstellung und Präsentation dieses Teils soll ebenfalls anhand von Power-Point-Charts erfolgen und maximal 60 Minuten dauern.

Zuletzt wird dem Auftraggeber im Rahmen des Präsentationstermins die Möglichkeit eingeräumt, inhaltliche Rückfragen zur Präsentation der Bieter zu stellen. Die Art und Weise der Reaktion und Beantwortung von Fragen des Auftraggebers durch den Bieter findet bei der Angebotsbewertung Berücksichtigung.

Die zusammen mit dem Angebot einzureichende PowerPoint-Präsentation wird in einer Gesamtschau mit der vom Bieter durchgeführten Vorstellung in den Räumen des Auftraggebers entsprechend der in Ziffer 14 dieses Dokuments im Einzelnen dargestellten Bewertungsmethode bewertet.

Bitte beachten Sie, dass in diesem Rahmen keine Verhandlungen über das Angebot und insbesondere über die Angebotspreise erfolgen.

11 Nebenangebote

Nebenangebote sind nicht zugelassen.

12 Bietergemeinschaft

In Bezug auf die Vorgaben zu Bietergemeinschaften wird auf die Ausführungen unter Ziff. 11 der Teilnahmebedingungen verwiesen, die auch im Angebotswettbewerb fortgelten.

13 Unterauftragnehmer/Eignungsleihe

In Bezug auf die Vorgaben zu Unterauftragnehmern wird auf die Ausführungen unter Ziff. 12 der Teilnahmebedingungen verwiesen, die unter Berücksichtigung der nachfolgenden Ergänzungen fortgelten.

Bei Beabsichtigung eines Bieters/einer Bietergemeinschaft, Leistungen an Unterauftragnehmer zu übertragen, ist, soweit diese Angaben nicht bereits mit dem Teilnahmeantrag eingereicht wurden, mit dem Angebot die Erklärung über die Art und die Weitergabe von Leistungsbestandteilen (gemäß dem Formblatt I.7 zum Teilnahmewettbewerb) einzureichen. Der Auftraggeber wird den Bieter/der Bietergemeinschaft des für die Zuschlagserteilung vorgesehenen Angebotes vor Zuschlagserteilung auffordern, die für die Unterauftragsvergabe konkret bestimmten Unternehmen zu benennen.

Von dem für den Zuschlag vorgesehenen Bieter wird der Auftraggeber vor Zuschlagserteilung zudem eine entsprechende Verpflichtungserklärung der benannten Unterauftragnehmer (gemäß

Formblatt I.8 zum Teilnahmewettbewerb) nebst den entsprechenden Unterlagen zum Nachweis der Eignung der Unterauftragnehmer gem. den Vorgaben unter Ziff. 12 der Teilnahmebedingungen fristgebunden abfordern.

14 Angebotsprüfung und Angebotsbewertung, Zuschlagskriterien

Das nach der Bewertung wirtschaftlichste Angebot erhält den Zuschlag, wenn keine formalen Ausschlussgründe vorliegen und die im Angebot genannten Preise nicht in einem unangemessenen Verhältnis zur Leistung stehen (§ 60 VgV). Die Eignung aller Bieter wurde bereits abschließend im Teilnahmewettbewerb geprüft.

Formale Prüfung

Die formale Prüfung der Angebote erfolgt nach den §§ 56, 57 VgV. Das Angebot muss vollständig sein und die genannten Unterlagen umfassen.

Werden Erklärungen und Nachweise nicht oder nicht vollständig mit dem Angebot vorgelegt, behält sich der Auftraggeber vor, diese gemäß § 56 Abs. 2 VgV nachzufordern. Werden die geforderten Unterlagen dann nicht innerhalb der vom Auftraggeber gesetzten Nachfrist eingereicht, muss das Angebot des betreffenden Bieters/der Bietergemeinschaft ausgeschlossen werden. Es besteht grundsätzlich kein Anspruch der Bieter auf Nachforderung fehlender Unterlagen. Es wird daher dringend empfohlen, bereits bei Angebotserstellung vorsorglich auf Vollständigkeit zu achten.

Die Nachforderung wertungsrelevanter Unterlagen ist ausgeschlossen (§ 56 Abs. 3 VgV).

Werden die geforderten Präsentationsunterlagen nicht rechtzeitig bis zum Ablauf der Angebotsfrist mit den Angebotsunterlagen vorgelegt, wird das betroffene Angebot zwingend vom weiteren Vergabeverfahren ausgeschlossen (§ 56 Abs. 3 VgV) und erhält keine Möglichkeit zur Teilnahme an den Präsentationsterminen.

Angemessenheit der Preise

Die Prüfung der Angebote hinsichtlich der Angemessenheit der angebotenen Preise erfolgt nach Maßgabe der Regelungen des § 60 VgV. Erscheinen der Preis oder die Kosten eines Angebots im Verhältnis zu der zu erbringenden Leistung ungewöhnlich niedrig, wird der Auftraggeber vom Bieter Aufklärung hinsichtlich seiner Angebotspreise verlangen.

Auf ein Angebot mit einem unangemessen niedrigen Preis darf der Zuschlag abgelehnt werden (§ 60 Abs. 3 VgV). Im Übrigen wird auf die Regelungen des § 60 VgV verwiesen.

Zuschlags-/Entscheidungskriterien

Gemäß § 127 GWB wird der Zuschlag auf das unter Berücksichtigung aller Umstände wirtschaftlichste Angebot erteilt.

Für die Wirtschaftlichkeit ist nicht allein der Preis maßgeblich, sondern das beste Preis-Leistungs-Verhältnis unter Berücksichtigung der folgenden Zuschlagskriterien:

- Preis (Gewichtung: 30 %)

und

- Qualität der angebotenen Leistung (Gewichtung 70 %)

Die Qualität der angebotenen Leistung wird anhand

1. der Berufserfahrung und Qualifikation des für die Leistungserbringung vorgesehenen Projektteams,
2. der inhaltlichen Qualität der Angebotspräsentation sowie
3. der Qualität des Präsentationstermins

bewertet. Die Bieter haben zu den vorgenannten Kriterien und den hierzu aufgestellten Unterkriterien zur Bewertung der Qualität der angebotenen Leistung ein eigenständiges Konzept zu entwickeln und mit dem Angebot einzureichen (vgl. Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen) und dieses nachfolgend im Rahmen eines Präsentationstermins beim Auftraggeber vorzustellen (vgl. Ziff. 10 der Vergabebedingungen).

Im Rahmen der Angebotswertung wird zur finalen Bestimmung des wirtschaftlichsten Angebotes für jedes wertungsfähige Angebot die Kennzahl für das Preis-Leistungs-Verhältnis (Z) wie folgt ermittelt:

$$\underline{Z_{(Angebot)} = 0,7 \times L_{(Angebot)} + 0,3 \times P_{(Angebot)}}$$

wobei

Z_(Angebot) = der Kennzahl für Preis-Leistungs-Bewertung des zu bewertenden Angebots,

L_(Angebot) = der Leistungspunktzahl des zu bewertenden Angebots und

P_(Angebot) = der ermittelten Punktzahl für den Angebotswertungspreis

entspricht.

Auf der Grundlage dieser Formel wird eine Rangfolge der Angebote anhand der Z-Werte erstellt. Dezimalergebnisse werden hierbei kaufmännisch auf ganze Zahlen gerundet. Das Angebot mit der höchsten Kennzahl für das Preis-Leistungs-Verhältnis (Z) stellt das wirtschaftlichste Angebot dar und erhält den Zuschlag. Bei identischer Punktzahl entscheidet zunächst die höhere Leistungspunktzahl über das zu bezuschlagende Angebot. Soweit auch diese identisch ist und es mithin an Unterscheidungskriterien fehlt, entscheidet das Los.

(1) Ermittlung der Leistungspunktzahl (L_(Angebot))

Zur Ermittlung der Leistungspunktzahl des zu bewertenden Angebots erfolgt eine Bewertung des von dem jeweiligen Bieter mit den Angebotsunterlagen einzureichenden Konzeptes zum vorgesehenen Kern-Projektteam und der Unterlagen für die Angebotspräsentation. Das Konzept und die Angebotspräsentation werden qualitativ bewertet, wobei die Angebotswertung entsprechend der Vorgaben unter Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen jeweils in Verbindung mit den im Dokument „II.12 Wertungsmatrix“ aufgestellten Erwartungshorizonten erfolgt. Es können max. 865 Punkte erreicht werden.

Werden die unter Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen genannten Vorgaben an die Projektreferenzen nicht erfüllt, scheidet die betroffene Referenz aus der Bewertung aus. Unterschreitet die eingereichte Anzahl der Projektreferenzen je Mitarbeiter die Mindestanzahl von zwei (2) Projektreferenzen, scheidet die betroffene Person aus der Wertung aus.

Das eingereichte Konzept zum Projektteam wird auf Basis der schriftlichen Angebotsunterlagen mit Bewertungspunkten versehen. Das zusammen mit dem Angebot einzureichende Lösungskonzept in Form einer PowerPoint-Präsentation wird jedoch nicht separat, sondern in einer Gesamtschau mit der vom Bieter durchgeführten Vorstellung in den Räumen des Auftraggebers bewertet und in diesem Zusammenhang werden die entsprechenden Bewertungspunkte vergeben.

Bei der Bewertung spiegeln die vergebenen Punkte den Zielerfüllungsgrad wider, wie dieser im Dokument „II.12 Wertungsmatrix“ zu jedem Kriterium bzw. Unterkriterium dargelegt ist. Die Beurteilung richtet sich hierbei nach der Güte der eingereichten Unterlagen der Bieter und der jeweiligen Vorstellung der Angebote in den Räumen des Auftraggebers. Insofern ist auch eine vergleichende Bewertung der Angebote möglich. Die Punktevergabe erfolgt in den in der Wertungsmatrix dargestellten Stufen. Eine weitere Differenzierung ist nicht vorgesehen.

Pro Bewertungskriterium/Anforderung wird somit die Punktzahl vergeben, die in ihrer Leistungsbewertung zu der formulierten „Bewertung“ korrespondiert. Der bei jedem Kriterium erreichte Punktwert wird dann mit den entsprechenden Gewichtungspunkten multipliziert. Das Ergebnis ist der gewichtete Punktwert des jeweiligen Zuschlagskriteriums. Die so erzielten gewichteten Punktwerte werden addiert und ergeben die Summe der Leistungspunkte.

In den Vergabebedingungen sind unter der Ziff. 9.2 im Einzelnen Vorgaben in Bezug auf den Umfang der einzureichenden Unterlagen (Seitenzahlen bzw. Folienanzahl der PowerPoint-Präsentation) aufgeführt. Diese Vorgaben sind von den Bietern einzuhalten. Reicht der Bieter Konzepte oder Unterlagen ein, welche über die benannten Seitenzahlen hinausgehen, finden die Angaben auf den weiteren Seiten bei der Angebotswertung keine Beachtung. Dies gilt gleichfalls für die Angebotspräsentation in den Räumen des Auftraggebers.

Erfüllung der Mindestkriterien:

Vor der eigentlichen Leistungsbewertung der Angebote erfolgt die Überprüfung der Erfüllung der aufgestellten Mindestkriterien in Bezug auf die Größe sowie die konkrete Berufserfahrung des Kern-Projektteams. Die Bieter sind insofern aufgefordert, ein Konzept zur Zusammensetzung des konkret für die Auftragsausführung vorgesehenen Kern-Projektteams eigenhändig zu erstellen und mit dem Angebot unter Beifügung von Kurzlebensläufen einzureichen.

1. In Bezug auf die Größe des Kern-Projektteams ist zu beachten, dass dieses

- mindestens aus den unter Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen benannten Personen bestehen muss.

2. In Bezug auf die einschlägige Berufserfahrung des **strategischen Beraters/einer strategischen Beraterin** ist die folgende Mindestvorgabe zu erfüllen:

- Die Person muss mindestens eine Director-Level-Position innehaben.
- Die Person muss mindestens 10 Jahre Berufserfahrung in der Konzeption und Steuerung crossmedialer Kommunikations- und Content-Marketing-Strategien innehaben.

3. In Bezug auf die einschlägige Berufserfahrung des **Projektmanagers/der Projektmanagerin** ist die folgende Mindestvorgabe zu erfüllen:

- Die Person muss mindestens eine Senior-Level-Position innehaben.

4. In Bezug auf die einschlägige Berufserfahrung des **Content-Redakteurs/ der Content Redakteurin** ist die folgende Mindestvorgabe zu erfüllen:

- Die Personen müssen mindestens eine Senior-Level-Position innehaben.

5. In Bezug auf die einschlägige Berufserfahrung des **Texters/der Texterin** ist die folgende Mindestvorgabe zu erfüllen :

- Die Personen müssen mindestens eine Senior-Level-Position innehaben.

6. In Bezug auf die einschlägige Berufserfahrung des **Art-Directors/Art Direktorin** ist die folgende Mindestvorgabe zu erfüllen:

- Die Personen müssen mindestens eine Senior-Level-Position innehaben.

Wird eine der vorgenannten Mindestvorgaben nicht erfüllt, führt dies zum Ausschluss des betroffenen Angebots.

Kriteriengruppe 1: Qualifikation und Erfahrung des für die Leistungserbringung vorgesehenen Projektteams

Die Bieter sind gem. Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen aufgefordert, ein Konzept zur Zusammensetzung des konkret für die Auftragsausführung vorgesehenen Projektteams eigenhändig zu erstellen und mit dem Angebot unter Beifügung von entsprechenden Mitarbeiterprofilen einzureichen. Die im Einzelnen geforderten Angaben dieses Konzeptes und der Mitarbeiterprofile ergeben sich aus den in Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen aufgestellten Anforderungen.

Die Bewertung erfolgt sodann anhand der Qualifikation und Erfahrung des für die Leistungserbringung vorgesehenen Projektteams, welche in die folgenden Unterkriterien aufgliedert ist:

1.1 Qualifikation und Berufserfahrung des **strategischen Beraters/der strategischen Beraterin**:

- Erfahrung in der Beratung von Führungskräften und Fachbereichen in strategischen Kommunikationsfragen,

- Erfahrung in politisch, regulatorisch oder gesellschaftlich sensiblen Umfeldern – vorzugsweise im öffentlichen Sektor zu IT, Digitalisierung und Digitalpolitik,
- Erfahrung in der Arbeit mit Newsroom-Strukturen und der Konzeption und Moderation von Strategie- und Kreativ-Workshops (insb. Themenplanung, Themenkonzeption, Markenkommunikation),
- Erfahrung in der strategischen Planung crossmedialer Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.

1.2 Qualifikation und Berufserfahrung des **Projektmanagers/der Projektmanagerin:**

- Erfahrung in der eigenverantwortlichen Steuerung von Projekten inklusive Termin-, Budget- und Produktionscontrolling,
- Erfahrung in der Umsetzung crossmedialer Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.

1.3 Qualifikation und Berufserfahrung des **Content-Redakteurs/ der Content Redakteurin:**

- Erfahrung in der Konzeption und Erstellung redaktioneller Lang- und Kurzformate (z. B. Fachartikel, Whitepaper, Studien, Interviews, Blogbeiträge, Social Media Beiträge),
- Erfahrung in den folgenden Themenfelder: e-Government, e-Health, Digitalisierung, Digitalpolitik, Cybersicherheit,
- Erfahrung in SEO-orientiertem und entsprechenden Content-Performance-Metriken.

1.4 Qualifikation und Berufserfahrung des **Texters/der Texterin:**

- Erfahrung in der Erstellung kampagnentypischer Textformate (Headlines, Subheads, Bodycopy, Calls-to-Action und Konzeption testfähiger Textvarianten (A/B-Logiken))
- Erfahrung in der Erstellung von Performance- und Digital-Texten, insbesondere für Social Ads (LinkedIn), Newsletter, Landingpages und digitale Kampagnen-Mechaniken
- Erfahrung in der Umsetzung von crossmedialen Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.

1.5 Qualifikation und Berufserfahrung des **Art-Directors/ der Art Direktorin:**

- Erfahrung in der Konzeption und Gestaltung crossmedialer Kampagnen mit Fokus auf digitale Formate (z.B. LinkedIn, Display, Landingpages, etc.)
- Erfahrung in der Umsetzung von crossmedialen Kampagnen in den Disziplinen B2G und/oder B2B, Employer Branding.

Die zur Bewertung dieses Konzeptes anhand der vorgenannten Unterkriterien maßgebliche Erwartungshaltung des Auftraggebers ergibt sich im Einzelnen aus dem Dokument „II.12 Wertungsmatrix“ in Verbindung mit den Ausführungen zum konkret geforderten Inhalt in Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen. Insofern gilt, je umfassender die unter Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen benannten Kriterien von den einzureichenden Mitarbeiterprofilen und insb. den persönlichen Referenzprojekten abgedeckt werden, umso höherwertiger wird die

Qualifikation und Erfahrung des jeweiligen Mitarbeiters in Bezug auf die konkrete Auftragsausführung bewertet.

Kriteriengruppe 2: Angebotspräsentation

Kriterium 2.1 : Lösungskonzept

Die Bieter sind gem. Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen ferner aufgefordert, eine Präsentation Ihres Angebots in den Räumen des Auftraggebers durchzuführen und zu diesem Zweck eine PowerPoint-Präsentation zu erstellen und mit dem Angebot einzureichen.

Die im Einzelnen geforderten Inhalte der Präsentation ergeben sich aus den in Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen aufgestellten Anforderungen.

Die Bewertung der Angebotspräsentation / des Lösungskonzepts erfolgt sodann anhand der Qualität des Lösungskonzept in Bezug auf die sich aus der Dokument „II.10 – Kurzbriefing Aufgabenbeschreibung“ konkret ergebende Aufgabenstellung, wobei insbesondere

- a) Strategische Herleitung,
- b) Darstellung einer kreativen Leitidee,
- c) Darstellung von Anwendungsbeispielen (B2B und B2G) und
- d) Darstellung des Kampagnenplans und entsprechende Aufwandsverteilung

bewertet werden.

Die zur Bewertung dieses Konzeptes anhand der vorgenannten Unterkriterien maßgebliche Erwartungshaltung des Auftraggebers ergibt sich im Einzelnen aus den Ausführungen zum konkreten Konzeptinhalt unter Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen nebst den dort aufgeführten Anlagen und den Angaben im Dokument „II.12 Wertungsmatrix“. Insofern gilt, dass die Angebotspräsentation ein umfassendes Bild von den Vorstellungen der Bieter über die Erbringung der ausgeschriebenen Leistungen ergeben soll. Für den Auftraggeber ist maßgeblich, dass das vom Bieter präsentierte Lösungskonzept eine qualitativ hochwertige Leistungserbringung erwarten lassen.

Abschließend wird nochmals darauf hingewiesen, dass die zusammen mit dem Angebot einzureichende PowerPoint-Präsentation in einer Gesamtschau mit der vom Bieter durchgeführten Vorstellung in den Räumen des Auftraggebers bewertet wird. Weder die Angebotspräsentation (PowerPoint) noch die Vorstellung in den Räumen des Auftraggebers sind für sich allein ausschlaggebend bei der Bewertung.

Kriterium 2.2: Durchführung des Präsentationstermins

Letztlich wird die konkrete Durchführung der Angebotspräsentation in den Räumen des Auftraggebers bewertet. Hierbei ist für den Auftraggeber insbesondere maßgeblich, ob der Bieter die zeitlichen Vorgaben zur Präsentation einhält und wie schnell und inhaltlich präzise bzw. verständlich der Bieter auf Rückfragen des Auftraggebers reagiert.

Die Bewertung des Präsentationstermins erfolgt mithin anhand der folgenden Unterkriterien:

1. Zeitmanagement des Bieters und
2. Art und Weise der Reaktion auf Rückfragen des Auftraggebers.

Die zur Bewertung der Durchführung des Präsentationstermins maßgebliche Erwartungshaltung des Auftraggebers zu den vorgenannten Unterkriterien ergibt sich im Einzelnen aus den Angaben im Dokument „II.12 Wertungsmatrix“.

(2) Ermittlung der Preispunkte ($P_{\text{(Angebot)}}$)

Die Ermittlung der Preispunkte ($P_{\text{(Angebot)}}$) erfolgt auf Grundlage der nachfolgenden Ausführungen.

Für die Preiswertung werden die von den Bietern im Preisblatt angegebenen Preise unter Berücksichtigung der im Preisblatt dargestellten Gewichtungen herangezogen. Die Einzelheiten der Methode zur Ermittlung des Angebotswertungspreises sind dem Preisblatt zu entnehmen.

Die Ermittlung des Angebotswertungspreises ($P_{\text{(Angebot)}}$) erfolgt somit allein auf Basis der Angaben der Bieter im Preisblatt.

Die Bewertung der ermittelten Angebotswertungspreise erfolgt sodann nach der einfachen Interpolationsmethode. Die Maximalpunktzahl von 865 Punkten erhält hierbei das Angebot mit dem niedrigsten Angebotswertungspreis. Die Punktzahl der Angebote mit den nächsthöheren Angebotswertungspreisen wird jeweils nach der Formel

$$P_{\text{(Angebot)}} = 865 \times \left(\frac{\text{Niedrigster Angebotswertungspreis}}{\text{Angebotswertungspreis des zu wertenden Angebots}} \right)$$

ermittelt und das Ergebnis auf zwei Stellen hinter dem Komma gerundet.

Der auf diesem Wege ermittelte Wert der Preispunkte ($P_{\text{(Angebot)}}$) ist die Grundlage zur Ermittlung des Preis-Leistungsverhältnisses (Z) für das jeweilige Angebot.

15 Bestimmungen über nicht berücksichtigte Angebote

Der Auftraggeber informiert die Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt werden sollen, gemäß § 134 GWB über den Namen des Bieters, dessen Angebot den Zuschlag erhalten soll, die Gründe der vorgesehenen Nichtberücksichtigung ihres Angebots und den frühesten Zeitpunkt des Vertragsschlusses.

16 Wettbewerbsbeschränkende Absprachen

Wettbewerbsbeschränkende Absprachen führen zum Ausschluss des Angebotes. Werden diese erst nach Zuschlagserteilung bekannt, berechtigen Sie den Auftraggeber zur Kündigung des Vertrages.

17 Zuschlagserteilung

Die Zuschlagserteilung erfolgt per Benachrichtigung über das Online-Portal DTVP.

Der Auftraggeber behält sich vor, vor Zuschlagserteilung einen Nachweis über die im Vertrag geforderten Versicherungen mit entsprechenden Deckungssummen abzufordern.

18 Zuschlags-/Bindefrist

Der Zuschlag erfolgt innerhalb der Bindefrist, die mit der eigentlichen Aufforderung zur Angebotsabgabe mitgeteilt wird. Bis zum Ablauf der Frist ist der Bieter an sein Angebot gebunden.

19 Datenschutz, Vertraulichkeit, Akteneinsicht im Nachprüfungsverfahren

Der Bieter erklärt weiterhin seine Einwilligung, dass die von ihm mitgeteilten personenbezogenen Daten für das Vergabeverfahren verarbeitet und genutzt werden können. Weitere Hinweise sind dem Formblatt „*Datenschutzinformation*“ zu entnehmen.

Der Bieter / Die Bietergemeinschaft verpflichtet sich gemäß der bereits mit dem Teilnahmeantrag akzeptierten Vertraulichkeitsvereinbarung (non-disclosure agreement / NDA) weiterhin, die Vergabeunterlagen und alle Informationen, die ihm/ihr im Rahmen des Vergabeverfahrens sowie im Rahmen der Leistungserbringung über die Verhältnisse des Auftraggebers bekannt werden, vertraulich zu behandeln und Dritten nicht zugänglich zu machen.

Es wird nochmals darauf hingewiesen, dass die Beteiligten in einem etwaigen Nachprüfungsverfahren im Rahmen des § 165 GWB Einsicht in die Vergabeakten nehmen können. Die Bieter werden daher aufgefordert, diejenigen Teile ihres Angebots, die Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse enthalten, entsprechend zu kennzeichnen.

20 Sprache

Die Angebote, sämtliche beizubringenden Erklärungen und weitergehende Korrespondenz sind in deutscher Sprache abzufassen. Einem Schriftstück, das in einer fremden Sprache eingereicht wird, ist eine Übersetzung beizufügen.

21 Zuständige Nachprüfungsstelle gemäß § 159 GWB

Anträge zur Nachprüfung von behaupteten Vergabeverstößen sind an das

Bundeskartellamt, Vergabekammern des Bundes

Kaiser-Friedrich-Str. 16
53113 Bonn

Telefon: +49 (0) 228 94 99-0
Telefax: +49 (0) 228 94 99-163

zu richten.

22 Übersicht der einzureichenden Unterlagen

Übersicht der mit dem Angebot einzureichenden ausgefüllten Unterlagen	
Angebotsschreiben	
Preisblatt	
Konzept zum vorgesehenen Projektteam (inkl. Kurzlebenslauf und jeweils zwei persönlichen Projektreferenzen je Mitglied)	
Unterlagen zur Angebotspräsentation (PowerPoint-Präsentation vorzugsweise im PDF-Format)	