

II.1 Vergabebedingungen zur Angebotsphase

Vergabeverfahren „Mediaplanung und -einkauf“,

Vergabe-Nr. ECA-2026-053

--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	10
14	Bestimmungen über nicht berücksichtigte Angebote	16
15	Wettbewerbsbeschränkende Absprachen	17
16	Zuschlagserteilung	17
17	Zuschlags-/Bindefrist	17
18	Datenschutz, Vertraulichkeit, Akteneinsicht im Nachprüfungsverfahren	17
19	Sprache	17
20	Zuständige Nachprüfungsstelle gemäß § 159 GWB	17
21	Übersicht der einzureichenden Unterlagen	18

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 Mediaplanung und -einkauf crossmedialer Kampagnen für unterschiedliche Zielgruppen innerhalb von Deutschland. 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 beigefügten 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 beigefügten 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 Honorarsätze bzw. Stundensätze sind in die dafür vorgesehenen Felder in dem Dokument „II.10 Anl. 8 Preisblatt“ einzutragen und mit den Angebotsunterlagen einzureichen. Einzelpreise sind in Euro, jeweils ohne die gesetzliche Umsatzsteuer anzugeben.

In den Honorarsätzen bzw. Stundensätzen sind sämtliche Nebenkosten und Nebenleistungen eingeschlossen, die im Zusammenhang mit der vertragsgemäßen Leistungserbringung entstehen, auch wenn diese nicht explizit erwähnt sind.

Die angebotenen Honorarsätze gelten über die Vertragslaufzeit grundsätzlich als feste Honorarsätze. Die im Preisblatt aufgeführten Angebotspreise gelten, sofern im Vertrag keine anderweitigen Regelungen getroffen sind, als Festpreise.

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.

Auftragsverarbeitungsvereinbarung

Ferner sind die technischen und organisatorischen Maßnahmen (Anhang C) sowie die Liste von beauftragten Subunternehmern (Anhang B) der Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung (II.6_An14_Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung (AVV)) vom Bieter auszufüllen und mit der Angebotsabgabe einzureichen.

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 Projektteams eigenhändig zu erstellen und mit dem Angebot einzureichen.

Das Projektteam hat zu bestehen aus:

- einem strategischen Mediaconsultant,
- einem operativen Mediaberater- und planer / einer Mediaberaterin und -planerin,
- einem Experten/einer Expertin für Social Media,
- einem Experten/einer Expertin für SEA.

Diese Personen sind im Konzept zum Projektteam zumindest namentlich zu benennen, soweit diese für die konkrete Auftragsausführung für den Auftraggeber vorgesehen sind.

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

- (1) Für den **strategischen Mediaconsultant** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - die Person muss mindestens eine Senior-Level-Position innehaben,
 - Berufserfahrung in crossmedialen Branding- als auch Performance Ansätzen,
 - Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding.
- (2) Für den **operativen Mediaberater und -planer / die Mediaberaterin und – planerin** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - die Person muss mindestens eine Mid-Level-Position innehaben,
 - Berufserfahrung in crossmedialen Branding- als auch Performance Ansätzen,
 - Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding.
- (3) Für den **Experten/die Expertin für Social Media** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - die Person muss mindestens eine Senior-Level-Position innehaben,
 - Berufserfahrung auf den Kanälen LinkedIn, YouTube und XING.
 - Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding.
- (4) Für den **Experten/die Expertin für SEA** sind insbesondere die folgenden Angaben erforderlich:
 - die Person muss mindestens eine Senior-Level-Position innehaben,
 - Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding,
 - Erfahrung im Bereich GEO.

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 Projektreferenzen,

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

Das Konzept zum 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 3 Jahre sein (bezogen auf den Zeitpunkt des Ablaufs der Angebotsfrist).

Die Projektbeschreibungen haben Angaben zum Auftraggeber, zum Durchführungszeitraum des Projektes und insbesondere zum konkreten Projekthalt sowie den erbrachten Tätigkeiten des Mitarbeiters zu enthalten. Aus der Beschreibung des Projekthalt 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.11 Kurzbriefing Aufgabenbeschreibung“ konkret ergebende Aufgabenstellung und soll insbesondere enthalten:

- 1) Beschreibung des strategischen Ansatzes und Analyse der Zielgruppe,

- 2) Darstellung und Erläuterung Kanal-, Format- und Mediastrategie inklusive Budget und Timing
- 3) Erläuterungen zu Messbarkeit (KPIs) und den gewählten Wirkungsnachweisen
- 4) Darstellung der Prozesse & Timings.

Die Bieter erhalten folgende zu beachtende Hintergrundinformationen:

- Kurz-Briefing (Aufgabenbeschreibung) (Dokument „II.11 Kurzbriefing Aufgabenbeschreibung“);

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 75 Minuten angesetzt, wobei der grobe Ablauf wie folgt vorgesehen ist:

1) Vorstellung des Unternehmens	10 Min.
2) Präsentation des Lösungskonzeptes	45 Min.
3) Inhaltliche Rückfragen des Auftraggebers	20 Min.

Der Präsentationstermin soll von dem Kernteam, welches der Bieter zur Leistungserbringung einzusetzen gedenkt, mindestens jedoch von dem Experten für Strategie und dem operativen Mediaplaner, 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 45 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 Teilhmeantrag 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: 40 %)
- und
- Qualität der angebotenen Leistung (Gewichtung 60 %)

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:

$$\underline{Z_{(Angebot)} = 0,6 \times L_{(Angebot)} + 0,4 \times P_{(Angebot)}}$$

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 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. 600 Punkte erreicht werden.

Werden die unter Ziff. 9.2 der Vergabebedingungen genannten Vorgaben an die Projektpreferenzen nicht erfüllt, scheidet die betroffene Referenz aus der Bewertung aus. Unterschreitet die eingereichte Anzahl der Projektpreferenzen je Mitarbeiter die Mindestanzahl von zwei (2) Projektpreferenzen, 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 Projektteams. Die Bieter sind insofern aufgefordert, ein Konzept zur Zusammensetzung des konkret für die Auftragsausführung vorgesehenen Projektteams eigenhändig zu erstellen und mit dem Angebot unter Beifügung von Kurzlebensläufen einzureichen.

1. In Bezug auf die Größe des 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 Mediaconsultants ist die folgende Mindestvorgabe zu erfüllen:

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

3. In Bezug auf die einschlägige Berufserfahrung des operativen Mediaberaters und-planers:

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

4. In Bezug auf die einschlägige Berufserfahrung

- des Social-Media Experten und
- des Experten für SEA

ist jeweils 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 aufgegliedert ist:

1.1 Qualifikation und Berufserfahrung des strategischen Mediaconsultants:

- Berufserfahrung in der strategischen Planung von crossmedialen Branding- als auch Performance Ansätzen,
- Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding.

1.2 Qualifikation und Berufserfahrung des operativen Mediaberaters/-planers:

- Berufserfahrung in der crossmedialen Mediaplanung von Branding- als auch Performance Ansätzen,
- Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding.

1.3 Qualifikation und Berufserfahrung des Social-Media Experten:

- Berufserfahrung auf den Kanälen LinkedIn, Youtube und XING,
- Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding.

1.4 Qualifikation und Berufserfahrung des SEA Experten:

- Erfahrung im Bereich B2B und/oder B2G und Employer-Branding,
- Erfahrung im Bereich GEO (Generative Engine Optimizatione).

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 2.1 : 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 auf die sich aus der Dokument „II.11 – Kurzbriefing Aufgabenbeschreibung“ konkret ergebende Aufgabenstellung, wobei insbesondere

- a) Beschreibung des strategischen Ansatzes und Analyse der Zielgruppe,
- b) Darstellung und Erläuterung Kanal-, Format- und Mediastrategie inklusive Budget und Timing,
- c) Erläuterungen zu Messbarkeit (KPIs) und den gewählten Wirkungsnachweisen
- d) Darstellung der Zusammenarbeit & Prozesse

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.

Kriteriengruppe 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.

Das Preisblatt ist aufgeteilt in drei Teile: (1.Teil) Kampagnenbudget im Kundennetto für Klassische Medien, (2.Teil) Kampagnenbudget im Kundennetto für Digitale Medien und (3.Teil) Leistungen außerhalb von umgesetzten Kampagnen.

Für den 1.Teil Kampagnenbudget im Kundennetto für Klassische Medien und 2.Teil Kampagnenbudget im Kundennetto für Digitale Medien hat der AG für jede Zeile ein fiktives Budget pro Jahr für Kampagnen, die in einem bestimmten preislichen Rahmen liegen (unter 20.000 €, ab 20.000 € und ab 100.000€) vorgegeben. Der Bieter hat dazu seinen jeweiligen Honorarsatz anzugeben, der dann am Ende der Tabelle zu einem Wertungspreis gerechnet wird.

Für den 3.Teil Leistungen außerhalb von umgesetzten Kampagnen hat der AG eine fiktive Stundenanzahl pro Jahr für den strategischen Mediaconsultant und den operativen Mediaplaner/-berater vorgegeben. Der Bieter hat dazu seinen jeweiligen Preis anzugeben, der dann am Ende der Tabelle zu einem Wertungspreis gerechnet wird.

Alle ermittelten Wertungspreise werden zusammengerechnet.

Die Ermittlung der Angebotswertungspreise ($P(\text{Angebot})$) 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 600 Punkten erhält hierbei das Angebot mit dem niedrigsten Angebotswertungspreis. Die Punktzahl der Angebote mit den nächsthöheren Angebotswertungspreisen wird jeweils nach der Formel

$$P_{(\text{Angebot})} = 600 \times \left(\frac{\text{Niedrigster Angebotswertungspreis}}{\text{Angebotswertungspreis des zu wertenden Angebots}} \right)$$

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	
Anhang B und C der Auftragsverarbeitungsvereinbarung (AVV)	
Konzept zum vorgesehenen Projektteam (inkl. Kurzlebenslauf und jeweils zwei persönlichen Projektreferenzen je Mitglied)	
Unterlagen zur Angebotspräsentation (PowerPoint-Präsentation vorzugsweise im PDF-Format)	