

Germany-Schleswig: Tourist information services

OJ S 11/2024 16/01/2024

Contract award notice**Services****Legal Basis:**

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Stadt Schleswig
Postal address: Rathausmarkt 1
Town: Schleswig
NUTS code: DEF0C Schleswig-Flensburg
Postal code: 24837
Country: Germany
Contact person: Dr. jur. Julia Pfannkuch
E-mail: dr.pfannkuch@schleswig.de
Internet address(es):
Main address: <https://www.schleswig.de>

I.4. Type of the contracting authority

Regional or local authority

I.5. Main activity

General public services

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement**II.1.1. Title**

Betrieb der Tourist-Information in Schleswig

II.1.2. Main CPV code

63513000 Tourist information services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Die Stadt Schleswig vergibt einen Auftrag für den Betrieb der Touristinformation in Schleswig. Der Schwerpunkt besteht in der Erbringung von Dienstleistungen im Bereich des Touristischen Marketings für die Stadt Schleswig einschließlich der notwendigen Werbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Information von Touristen vor Ort. Das Ziel der Ausschreibung ist die touristische Vermarktung der Stadt Schleswig als „historische Kulturstadt in der Welterberegion am Naturpark Schlei“ zur Hervorhebung des Standortes Schleswig als Wikingerstadt innerhalb der Region, in Abstimmung mit der Auftraggeberin.

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.1.7. Total value of the procurement

Value excluding VAT: 3 065 925,00 EUR

II.2. Description

II.2.2. Additional CPV code(s)

79342000 Marketing services, 79416000 Public relations services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DEF Schleswig-Holstein

Main site or place of performance: Plessenstrasse 7, 24837 Schleswig.

II.2.4. Description of the procurement

Im Rahmen des Auftrages sind folgende Leistungen von dem/der Auftragnehmer/-in zu erbringen:

1. Planungsfunktion

- Erarbeitung eines strategischen Handlungsrahmens zur Abstimmung mit der Auftraggeberin zur touristischen Weiterentwicklung der Stadt Schleswig
- Touristische Vermarktung der Stadt Schleswig -abgestimmt mit der Auftraggeberin und dem Fokus "Schleswig als historische Kulturstadt in der Welterberegion am Naturpark Schlei"- zur Hervorhebung des Standortes Stadt Schleswig als Wikingerstadt innerhalb der Region
- Mitarbeit beim Markenmanagement der Stadt Schleswig unter Berücksichtigung touristischer Belange

2. Interessenvertretungsfunktion (z.B. durch Einrichtung von Arbeitskreisen und Erstellung von Newslettern)

- Touristische Fachberatung für Politik und Verwaltung
- Vertretung der Stadt Schleswig in übergeordneten Verbänden und Vereinen nach vorheriger Abstimmung mit der Auftraggeberin
- Marktbeobachtung und Information der örtlichen Stakeholder über die Entwicklung der touristischen Marktgegebenheiten
- Zusammenarbeit einschließlich der Standort- und Produktentwicklung - a. mit der Stadt Schleswig und Ihren Einrichtungen; - b. mit anderen touristischen Partnern
- Binnenkommunikation und Mitgliedschaften - Mitgliedsbeiträge leistet die Auftraggeberin

3. Angebotsfunktion

- Sicherstellung der Öffnungszeiten der Touristinformation einschließlich Sicherstellung der telefonischen Erreichbarkeit mit Zusatzregelungen bei Großveranstaltungen
- Unterkunftsinformation- und vermittlung klassisch und online einschließlich Weiterentwicklung des Online-Marketings
- Erstellung und Vermarktung touristischer Produkte (Souvenirshop) auf eigene Rechnung mit Schwerpunkt Stadt Schleswig
- Ticketverkauf für örtliche Veranstaltungen, Stadtführungen, Kulturhaus, etc.
- Planung, Konzeption oder Unterstützung von Veranstaltungen in der Stadt Schleswig ggf. in Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren wie z. B. dem Stadtmanagement oder dem Kulturbüro und das Initiieren von Pauschal- und Gruppenangeboten
- Organisation von Stadtführungen einschließlich Qualifizierung der Stadtführer*innen; Organisation und Vermittlung von Ausflügen und Themenrundfahrten
- Touristische Standort- und Produktentwicklung in Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern bzw. Leistungsträgern in der Stadt Schleswig zur stetigen Fortentwicklung des touristischen Angebotes mit stärkerer Gewichtung auf Kultur

- Betreuung der Vermieter*innen in der Stadt Schleswig sowie dem direkten Umland und Mitwirkung bei der Klassifizierung von Unterkünften in Bezug auf Qualitätsmanagement

4. Marketingfunktion

- Strategische Marketingplanung zur Abstimmung mit der Auftraggeberin auf Basis der konzeptionellen Grundlagen (s. auch Planungsfunktion)
 - Aufstellen/Anbringen einer Straßen- und Wegekarte, Abgabe von Straßen- und Wegeverzeichnissen an Besucher*innen und Gäste z. B. in Form eines Kulturstadtplanes. Die technische Wartung der touristischen Schaukästen verbleibt bei der Stadt
 - Erstellung von Print-Marketingprodukten, insbesondere kostenlose Abgabe von Straßen- und Wegeverzeichnissen, Prospekten und Druckerzeugnisse zu Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, ÖPNV, Unterkünfte in der Stadt und dem direkten Umland
 - Betreuung und Weiterentwicklung des städtischen, touristischen Internetauftritts in Abstimmung mit der Stadt Schleswig
 - Regionale und überregionale Pressearbeit, Marketingmaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit einschl. sozialer Medien unter optimaler Einbeziehung lokaler Partner (z. B. Wikingertage, NORDEN-Festival, Schleswig-Holsteinisches Landestheater, Kulturhaus Auf der Freiheit und anderen Großveranstaltungen) sowie regionaler und überregionaler Vereine, Verbände und Kulturbüro
 - Umsetzung der angeführten Marketingmaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit unter Einbeziehung lokaler Partner*innen
 - Implementierung neuer kreativer Maßnahmen zur touristischen Werbung
- Die jeweils gültigen Mindestvoraussetzungen für eine vom DTV anerkannte Touristinformation sind zu erfüllen.

II.2.5. Award criteria

Quality criterion - Name: Planung / Weighting: 10 %

Quality criterion - Name: Interessenvertretung / Weighting: 10 %

Quality criterion - Name: Angebot / Weighting: 10 %

Quality criterion - Name: Marketing / Weighting: 10 %

Quality criterion - Name: Berücksichtigung der spezifischen städtischen Interessen / Weighting : 15 %

Quality criterion - Name: Örtliche Verfügbarkeit / Präsenz vor Ort während der Leistungserbringung / Weighting: 15 %

Price - Weighting: 30 %

II.2.11. Information about options

Options: no

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds: no

II.2.14. Additional information

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Competitive procedure with negotiation

IV.1.3. Information about a framework agreement or a dynamic purchasing system

IV.1.8. Information about the Government Procurement Agreement (GPA)

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: yes

IV.2. Administrative information

IV.2.1. Previous publication concerning this procedure

Notice number in the OJ S: [2023/S 103-325633](#)

IV.2.8. Information about termination of dynamic purchasing system

IV.2.9. Information about termination of call for competition in the form of a prior information notice

Section V: Award of contract

Title:

Betrieb der Tourist-Information in Schleswig

A contract/lot is awarded: yes

V.2. Award of contract

V.2.1. Date of conclusion of the contract

20/12/2023

V.2.2. Information about tenders

Number of tenders received: 1

Number of tenders received from SMEs: 1

The contract has been awarded to a group of economic operators: no

V.2.3. Name and address of the contractor

Official name: Ostseefjord Schlei GmbH

Postal address: Plessenstraße 7

Town: Schleswig

NUTS code: DE Deutschland

Postal code: 24837

Country: Germany

The contractor is an SME: yes

V.2.4. Information on value of the contract/lot

Initial estimated total value of the contract/lot: 3 065 925,00 EUR

Total value of the contract/lot: 3 065 925,00 EUR

V.2.5. Information about subcontracting

Section VI: Complementary information

VI.3. Additional information

I. Das gesamte Vergabeverfahren wird elektronisch abgewickelt. Die Kommunikation während des Ausschreibungsverfahrens wird ebenfalls nur noch in elektronischer Form erfolgen. Eine kostenlose Registrierung auf der Vergabeplattform: www.e-vergabe-sh.de ist für eine Bewerbung bzw. Angebotsabgabe zwingend notwendig. Nach der Registrierung muss sich der Bewerber mit der e-Vergabe-Plattform der GMSH verknüpfen.

- II. Alle Fragen zu dem Vergabeverfahren sind per Email ausschließlich an die in Abschnitt I.3 genannten Stelle über die Vergabeplattform GMSH (siehe Abschnitt I.3) über www.e-vergabe-sh.de, z.H. Frau Denise Bauer (e-Vergabesystem oder E-Mail: denise.bauer@gmsh.de) zu richten. Alle Fragen und Antworten zur Ausschreibung werden in einem Frage-Antwortkatalog erfasst, der ständig unter www.e-vergabe-sh.de unter der Ausschreibung einsehbar ist.
- III. Rechtzeitig angeforderte zusätzliche Auskünfte werden unverzüglich, spätestens sechs Tage vor Ablauf der Bewerbungsfrist erteilt.
- IV. Der Teilnahmeantrag ist ausschließlich in elektronischer Form über das Vergabeportal GMSH (siehe Abschnitt I.3) unter <https://www.e-vergabe-sh.de/vergabeplattform/> einzureichen.
- V. Teilnahmeanträge, die nach Ablauf der Bewerbungsfrist eingehen, werden von der Wertung ausgeschlossen.
- VI. Die Vergabestelle behält sich vor, fehlende, formell fehlerhafte oder unvollständige Unterlagen bis zum Ablauf einer von der Vergabestelle zu bestimmenden Nachfrist nachzufordern oder aufzuklären. Die Bewerber haben keinen Anspruch auf Nachforderung /Nachreichung oder Aufklärung/Erläuterung von Unterlagen.
- VII. Die Vergabestelle behält sich vor, zu jedem Zeitpunkt des Verfahrens erneut in die Eignungsprüfung einzutreten.
- VIII. Eine Erstattung von Kosten/Aufwendungen für die Erstellung der Teilnahmeanträge und die Teilnahme am Vergabeverfahren erfolgt nicht.
- IX. Nur die nach Abschluss des Teilnahmewettbewerbs ausgewählten und zur Angebotsabgabe aufgeforderten Bewerber erhalten die Vergabeunterlagen. Die Bewerber haben keinen Anspruch auf Auswahl zur Aufforderung der Angebotsabgabe und Erhalt der Vergabeunterlagen.
- X. Bewerbergemeinschaften haben mit ihrem Teilnahmeantrag eine von allen Mitgliedern rechtsverbindlich unterschriebene Erklärung abzugeben,
- in der die Bildung einer Arbeitsgemeinschaft im Auftragsfall erklärt ist,
 - in der alle Mitglieder aufgeführt sind und in der der für die Durchführung des Vertrags bevollmächtigte Vertreter bezeichnet ist,
 - dass der bevollmächtigte Vertreter die Mitglieder gegenüber dem Auftraggeber rechtsverbindlich vertritt,
 - dass alle Mitglieder als Gesamtschuldner haften.
- Mehrfachbeteiligungen einzelner Mitglieder einer Bewerbergemeinschaft sind unzulässig und führen zur Nichtberücksichtigung sämtlicher betroffener Bewerbergemeinschaften im weiteren Verfahren. Die vorgenannten Grundsätze gelten nicht für Mehrfachbewerbungen als Nachunternehmer.
- XI. Hinweis: Der Auftraggeber ist gem. § 63 Abs. 1 Vergabeverordnung (VgV) berechtigt, ein Vergabeverfahren aufzuheben, wenn kein wirtschaftliches Ergebnis erzielt wurde oder andere schwerwiegende Gründe bestehen.
- Für den Fall der Aufhebung des Vergabeverfahrens tragen Auftraggeber und Bewerber die ihnen im Rahmen des Vergabeverfahrens entstandenen Kosten selbst.

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer Schleswig-Holstein beim Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus

Postal address: Düsternbrooker Weg 94

Town: Kiel

Postal code: 24105

Country: Germany

E-mail: vergabekammer@wimi.landsh.de

Telephone: +49 431-988-4542

Fax: +49 431-988-4702

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung oder in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, sind spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber zu rügen. Im Übrigen sind Verstöße gegen Vergabevorschriften innerhalb einer Frist von zehn Kalendertagen nach Kenntnis gegenüber dem Auftraggeber zu rügen. Ein Nachprüfungsantrag ist innerhalb von 15 Kalendertagen nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, bei der zuständigen Vergabekammer zu stellen (§ 160 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)). Die o.a. Fristen gelten nicht, wenn der Auftraggeber gemäß § 135 Absatz 1 Nr. 2 GWB den Auftrag ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union vergeben hat, ohne dass dies aufgrund Gesetzes gestattet ist. Setzt sich ein Auftraggeber über die Unwirksamkeit eines geschlossenen Vertrages hinweg, indem er die Informations- und Wartepflicht missachtet (§ 134 GWB) oder ohne vorherige Veröffentlichung einer Bekanntmachung im Amtsblatt der Europäischen Union vergeben hat, ohne dass dies aufgrund Gesetzes gestattet ist, kann die Unwirksamkeit nur festgestellt werden, wenn sie im Nachprüfungsverfahren innerhalb von 30 Kalendertagen nach der Information der betroffenen Bieter und Bewerber durch den öffentlichen Auftraggeber über den Abschluss des Vertrags, jedoch nicht später als sechs Monate nach Vertragsschluss geltend gemacht worden ist. Hat der Auftraggeber die Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union bekannt gemacht, endet die Frist 30 Kalendertage nach Veröffentlichung der Bekanntmachung der Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union (§ 135 GWB).

VI.5. Date of dispatch of this notice

11/01/2024