

Germany-Cologne: Public relations services

OJ S 43/2022 02/03/2022

Contract notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben

Postal address: An den Gelenkbogenhallen 2-6

Town: Köln

NUTS code: DEA23 Köln, Kreisfreie Stadt

Postal code: 50679

Country: Germany

E-mail: zentrale-beschaffung@bafza.bund.de

Telephone: +49 221-36734259

Fax: +49 221-36734664

Internet address(es):

Main address: <http://www.bafza.de>

I.3. Communication

The procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://www.evergabe-online.de/tenderdetails.html?id=444002>

Tenders or requests to participate must be submitted electronically via: <https://www.evergabe-online.de/tenderdetails.html?id=444002>

Additional information can be obtained from another address:

Official name: Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale

Vergabestelle des BMFSFJ

Postal address: An den Gelenkbogenhallen 2-6

Town: Köln

NUTS code: DEA23 Köln, Kreisfreie Stadt

Postal code: 50679

Country: Germany

E-mail: zentrale-beschaffung@bafza.bund.de

Telephone: +49 221-36734259

Fax: +49 221-36734664

Internet address(es):

Main address: <http://www.bafza.de>

I.4. Type of the contracting authority

Ministry or any other national or federal authority, including their regional or local subdivisions

I.5. Main activity

Other activity: Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Fortführung und konzeptionellen Weiterentwicklung einer Informations- und Öffentlichkeitskampagne zur weiteren Bekanntmachung des bundesweiten Hilfetelefons Gewalt gegen Frauen
Reference number: BAFzA_2022_004

II.1.2. Main CPV code

79416000 Public relations services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben (BAFzA) beabsichtigt, im Wege eines Verhandlungsverfahrens mit Teilnahmewettbewerb gem. § 14 Abs. 3 Nr. 3 VgV die Fortführung und konzeptionelle Weiterentwicklung einer Informations- und Öffentlichkeitskampagne zur weiteren Bekanntmachung des bundesweiten Hilfetelefons Gewalt gegen Frauen zu vergeben.
Nähere Angaben entnehmen Sie bitte den Vergabeunterlagen.

II.1.5. Estimated total value

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.2. Description

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DEA23 Köln, Kreisfreie Stadt
Main site or place of performance: Köln, Deutschlandweit

II.2.4. Description of the procurement

Aufgaben und Leistungen der Agentur

Gesucht wird eine Full-Service-Agentur, die unter Berücksichtigung der oben beschriebenen Ausführungen und der unter III. der Leistungsbeschreibung formulierten Ziele sowie des zur Verfügung stehenden Budgets in der Lage ist, folgende Aufgaben und Leistungen zu erbringen. Dazu gehören zum einen vollständig neue (A.) sowie behutsam und ambitioniert weiterzuführende (B.) Aufgaben. Ergänzende Vorschläge zu den erwarteten Leistungen sind ausdrücklich erwünscht.

A. Neue Aufgaben

Zum 10-jähriges Jubiläum des Hilfetelefons „Gewalt gegen Frauen“ im Jahr 2023

- Konzeption und Umsetzung eines speziellen Jubiläums-Events im Jahr 2023 (in Absprache mit dem Bundesfamilienministerium)

- Konzeption und Umsetzung einer besonderen Jubiläumsbroschüre, die gleichzeitig auch die Jahrestatistik/den Jahresbericht 2022 enthält. Die Broschüre richtet sich in erster Linie an Partner/-innen und Stakeholder/-innen. Sie soll 2023 veröffentlicht werden.

- Entwicklung eines neuen Kampagnenspots (TV, Online, Kino etc.)

- Konzeption eines vollständig neuen Internetauftritts unter Berücksichtigung der Suchmaschinenoptimierung und der EU-Richtlinien für einen barrierefreien Zugang zu Angeboten öffentlicher Stellen. Geplanter Relaunch: 2023

Hinweis:

Die Internetseite www.hilfetelefon.de ist beim Bundesamt gehostet. Die Programmierung und Pflege können aus Datenschutzgründen nur durch das Bundesamt erfolgen. Das Aufsetzen einer neuen Seite bedarf einer äußerst engen Planung und Abstimmung zwischen der Agentur und der IT des BAFzA.

B. Weiterzuführende Aufgaben

1. Corporate Design/aktuelle Kampagnen

- Das aktuelle Corporate-Design bleibt bestehen (CD-Manual vorhanden).
- Die 2021 veröffentlichte Involvement-Kampagne „Aktiv werden: Nummer wählen!“ mit einem Key visual, einem Plakat ohne und fünf Plakaten mit Frauenporträts sowie verschiedenen daraus abgeleiteten Materialien bleibt weiter im Einsatz.
- Die 2018 entwickelte Awareness-Kampagne „Aber jetzt rede ich“ mit 8 Plakaten, Hörfunk- und Kampagnen-Spot sowie die daraus abgeleiteten Materialien bleiben parallel dazu noch bis November 2023 im Einsatz (einzig die Rechte an dem Kampagnen-Spot laufen bereits im November 2022 aus). Eine Folgekampagne muss 2023 entwickelt werden.

2. PR-Aktion/Highlight

Weiterentwicklung und Umsetzung der jährlich stattfindenden, groß angelegten sog.

Mitmachaktion unter dem Dach der Marke „Wir brechen das Schweigen“ (#schweigenbrechen) zum Internationalen Tag gegen Gewalt an Frauen am 25. November (2022 und 2023).

Mit der Aktion werden seit 2014 jedes Jahr rund um den 25. November bundesweit Menschen dazu aufgerufen, ein deutliches Zeichen gegen Gewalt an Frauen zu setzen, sich solidarisch mit betroffenen Frauen zu zeigen und auf das Beratungsangebot des Hilfetelefons hinzuweisen, z.B. mit Selfies mit der Rufnummer des Hilfetelefons und Sharepics in den Sozialen Medien und eigenen Aktionen vor Ort (Infomaterial verteilen, Plakataktionen, Fahnen hissen, Brückenbanner, Infostände, Busbeklebungen, etc.).

Von Jahr zu Jahr nehmen mehr Prominente, Influencer/-innen, Politiker/-innen, Kommunen, Frauenberatungsstellen und viele weitere Engagierte in ganz Deutschland teil, die mit ihrer Reichweite dafür sorgen, das Hilfetelefon noch bekannter zu machen.

Ein neuer konzeptioneller Ansatz ist ausdrücklich erwünscht.

3. Werbung/Vertrieb

Erstellung eines Konzepts für eine ausgewogene, zielgruppenspezifische On- und Offline-Werbung (Frauen aller Altersgruppen, in Städten und auf dem Land, etc.). Dazu zählen:

- Planung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen im Rahmen eines kanalübergreifenden „Omnichannel“-Ansatzes, um die aktuelle Kampagnen weiter in die Öffentlichkeit zu tragen
- Weiterführung und Optimierung der bestehenden Mediamassnahmen im Bereich Digitales Marketing (Google Ads, Social Ads, Online Banner etc.)
- Planung, Management und Umsetzung sämtlicher Mediaschaltungen (Kosten für Mediaschaltungen sind dabei mit zu berücksichtigen)
- Beratung und konkrete Vorschläge zu Innovationen im Bereich branchenadäquate zum Hilfetelefon passende Mediakanäle
- Mittelfristig: Akquise von Veranstaltungen (z. B. Fachkongresse im Gesundheitsbereich) zur Verteilung von Informations- und Werbematerialien

Hinweis:

Der Versand der Informationsmaterialien wird i. d. R. über das BAFzA abgewickelt

(Bestellungen können online auf www.hilfetelefon.de getätigt werden). Logistische

Unterstützung durch die Agentur bei der Konfektionierung und dem Versand von Materialien kann bei größeren Aktionen erforderlich sein.

4. Kooperationen

Kooperationen haben einen hohen Stellenwert in der Öffentlichkeitsarbeit des Hilfetelefons „Gewalt gegen Frauen“. Insbesondere sind die originären Partner/-innen des Hilfetelefons mit ihren vielfältigen Potentialen und Möglichkeiten sinnvoll einzubeziehen. Dazu zählen in erster

Linie der Bund, die Länder und die Kommunen (im Besonderen die kommunalen Gleichstellungsbeauftragten), Fach- und Berufsverbände z. B. aus dem Gesundheitsbereich (Bundesverband der Frauenärzt/-innen) sowie Dachverbände und Einrichtungen des bundesweiten Frauenunterstützungssystems für von Gewalt betroffene Frauen vor Ort. Angesichts relativ knapper Mittel ist das Hilfetelefon darüber hinaus in besonderer Weise auf Partner/-innen und Multiplikator/-innen angewiesen, die die Bekanntmachung des Hilfetelefons mit eigenen Aktionen, Werbe- und Sponsoringmaßnahmen unterstützen. Kooperationen mit großer Breitenwirkung und Reichweite sind hierbei besonders interessant.

- Entwicklung und Umsetzung eines Kooperationspartnerkonzepts zwecks Partnerbindung und -gewinnung. Dazu gehören:

- Die Pflege des bestehenden Partnernetzwerks mit rund 400 Kontakten

- Die regelmäßige Aktivierung und Einbindung der Kooperationspartner/-innen in die Kampagne

- Der Ausbau des bestehenden Kooperationspartnernetzwerks (Von Premium- bis Bronze-Partner/-innen)

- Die Akquise und der Aufbau neuer Kooperationen mit Premium-Partner/-innen wie Unternehmen und Verbänden, die eine breite öffentliche Werbewirkung erzielen

- Die Beantwortung von Kooperationsanfragen aller Art und Größenordnung

- Die Entwicklung und Umsetzung von Sponsoringmaßnahmen. Dazu gehören:

- Die Pflege bestehender Sponsoringpartner/-innen

- Der Ausbau der Sponsoringleistungen

Hinweis:

Als Bundesbehörde ist das BAFzA an die Sponsoring-Richtlinien des Bundes gebunden.

Diese besagt u. a., dass Sponsoring grundsätzlich genehmigungspflichtig ist, Leistungen sind transparent zu machen. Es dürfen nur geldwerte Unterstützungen ohne Gegenleistungen angenommen werden (Keine Einnahmen im Sinne einer Spende!).

5. Online-Kommunikation

- Betreuung und Optimierung der bestehenden Social Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube): Erstellen von Redaktionsplänen, Text- und Bildredaktion, Community Management

- Betreuung und Fortführung des Hostings über Drittanbieter der Webseite www.hintertueren.de

6. Kreation

- Grafische Leistungen unterschiedlichster Art: Erstellung/Anpassung von Online-Medien und Print-Erzeugnissen wie Anzeigen, GIFs, Sharepics, Adaptation von Materialien für Partner/-innen etc.

Informations- und Werbematerialien

- Forlaufende (Nach-)Produktion bestehender sowie neuer Informations- und Werbematerialien

- Jährliche Überprüfung des Status Quo und ggf. Updating der Materialien

- Beratung bezüglich neuer Formate: konkrete Vorschläge zu Innovationen im Bereich Informationsmaterialien und Werbemittel/Give aways

Hinweis:

Bei der Produktion müssen die Kriterien des Bundes zur Nachhaltigkeit sowie zur Klimafreundlichkeit eingehalten werden. Die Einhaltung der entsprechenden Vorschriften wird vorausgesetzt.

7. Redaktion

- Erstellung einer Content-Strategie und Festlegung von Themenschwerpunkten pro Quartal

- Die zielgruppenadäquate und kanalspezifische Redaktion von Texten, Print und Online (Webseite, Social Media, Jahresbericht, Beiträge in externen Veröffentlichungen, etc.)

- Unterstützung bei der Erstellung des Newsletters (Themenrecherche, Textredaktion, Bild, etc.)
- Bildredaktion (Fotorecherche und -ankauf)
- Anfertigung von Übersetzungen in Fremdsprachen und in Leichter Sprache
- Erstellung von barrierefreien Dokumenten für die digitale Verwendung. (Das Bundesamt ist verpflichtet eine durchgängige Barrierefreiheit gemäß der BITV 2.0 zu gewährleisten.)

Hinweis:

Da sich das Hilfetelefon „Gewalt gegen Frauen“ insbesondere auch an geflüchtete Frauen und an Frauen mit Migrationshintergrund sowie an Frauen mit Beeinträchtigung oder Behinderung richtet, ist in der Kampagnenkonzption durchgängig ein inklusiver Ansatz sowie Mehrsprachigkeit, wo erforderlich, zu gewährleisten.

8. Pressearbeit

- Aktive Ansprache der Presse zu ggb. Anlässen, PR-Aktionen, etc.
- Verfassen (und Versenden) von Pressemeldungen, Presstexten, Interviewvorlagen etc.
- Pflege und kontinuierlicher Ausbau des Medienverteilers

9. Berichtspflichten

- Erstellung von Besprechungsprotokollen, die als rechtsverbindliche Arbeitsgrundlage für die weitere Bearbeitung von Projekten bindend sind.
- Erstellung und Vorlage 14-tägiger Status-Berichte über den Stand der Planung und Umsetzung (unter Einbeziehung von KPIs)
- Anfertigung von vierteljährlichen Statusberichten über die Finanzmittel
- Anfertigung von vierteljährlichen Sponsoringberichten über die erbrachten Sponsoringleistungen
- Erstellung eines Abschlussberichts für die Gesamtlaufzeit zwecks Auswertung der durchgeführten Maßnahmen (quantitativ wie qualitativ)

10. Monitoring

- Im Rahmen der Kampagne ist eine entsprechende Wirkungskontrolle der Maßnahmen kontinuierlich durchzuführen und vierteljährlich an die Auftraggeberin zu berichten (KPIs pro Aufgabe anhand eines geeigneten Tools, z. B. eines Dashboard o. ä.).

11. Evaluation

- Erstellung und Umsetzung eines adäquaten Messinstrumentes zur Ermittlung des Bekanntheitsgrads des Hilfetelefons Gewalt gegen Frauen

II.2.5. Award criteria

Price is not the only award criterion and all criteria are stated only in the procurement documents

II.2.6. Estimated value

II.2.7. Duration of the contract, framework agreement or dynamic purchasing system

Duration in months: 16

This contract is subject to renewal: yes

Description of renewals:

Es ist beabsichtigt, den Vertrag in der zweiten Jahreshälfte 2022 bis zum 31.12.2023 zu schließen. Der Vertrag enthält die Option zur Verlängerung um jeweils ein Jahr. Die Gesamtlaufzeit darf jedoch vier Jahre nicht überschreiten.

II.2.9. Information about the limits on the number of candidates to be invited

Envisaged minimum number: 3
Objective criteria for choosing the limited number of candidates :
:

Die Bewertung der Eignung der Bewerber/Bewerberinnen erfolgt anhand der im Bewertungsraster genannten Kriterien. Die Angaben der Bewerber/Bewerberinnen werden differenziert bewertet und eine Rangfolge der Teilnahmeanträge ermittelt. Das Bewertungsraster ist den zum Download bereitgestellten Unterlagen beigelegt.

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

II.2.11. Information about options

Options: yes

Description of options:

Der Vertrag enthält die Option zur Verlängerung um jeweils ein Jahr. Die Gesamtlaufzeit darf jedoch vier Jahre nicht überschreiten.

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 III: Legal, economic, financial and technical information

III.1. Conditions for participation

III.1.1. Suitability to pursue the professional activity, including requirements relating to enrolment on professional or trade registers

List and brief description of conditions:

Der Bewerber/Die Bewerberin hat besondere Sorgfalt bei der Erstellung der Unterlagen walten zu lassen. Hinweis für Bewerbungsgemeinschaften: Die geforderten Nachweise sind für jedes Mitglied der Bewerbungsgemeinschaft zu erbringen. Sofern sich ein Bewerber/eine Bewerberin zum Nachweis seiner/ihrer Eignung auf die Kapazitäten eines Unterauftragnehmers beruft, hat er/sie die geforderten Nachweise auch für das betreffende Unternehmen vorzulegen.

Die vorgegebene Reihenfolge soll eingehalten werden.

Fehlende Unterlagen können zum Ausschluss führen.

a) Kurze Darstellung des sich bewerbenden Unternehmens/ der sich bewerbenden Institution (max. eine DIN A4 Seite)

b) Nennung der für das Unternehmen/die Institution verantwortlichen Personen

c) Eigenerklärungen zu §§ 123, 124 GWB. Der Bewerber/ Die Bewerberin hat nachzuweisen, dass auf ihn/sie keine zwingenden oder fakultativen Ausschlussgründe zutreffen. Hierzu ist mit dem Angebot eine Eigenerklärung zu den §§ 123, 124 GWB vorzulegen, die u. a. beinhaltet, dass der Bewerber/die Bewerberin sich nicht in einem Insolvenzverfahren oder vergleichbaren gesetzlichen Verfahren befindet und seinen/ihren Verpflichtungen zur Zahlung von Steuern und Abgaben sowie Beiträgen zur gesetzlichen Sozialversicherung ordnungsgemäß erfüllt hat. Die mit den Vergabeunterlagen zur Verfügung gestellte Anlage „Eigenerklärung_123_124“ ist hierfür zu nutzen.

d) Aktuelle Gewerbezentralregisterauskunft bzw. Eigenerklärung, dass nachweislich die Voraussetzungen für einen Ausschluss nach § 19 Abs. 1 MiLoG nicht vorliegen. Die mit den Vergabeunterlagen zur Verfügung gestellte Anlage Eigenerklärung „MiLoG“ kann genutzt werden.

III.1.2. Economic and financial standing

List and brief description of selection criteria:

Der Bewerber/Die Bewerberin hat besondere Sorgfalt bei der Erstellung der Unterlagen walten zu lassen. Hinweis für Bewerbungsgemeinschaften: Die geforderten Nachweise sind für jedes Mitglied der Bewerbungsgemeinschaft zu erbringen. Sofern sich ein Bewerber/eine Bewerberin zum Nachweis seiner/ihrer Eignung auf die Kapazitäten eines Unterauftragnehmers beruft, hat er/sie die unter Punkt a) geforderten Nachweise auch für das betreffende Unternehmen vorzulegen.

Die vorgegebene Reihenfolge soll eingehalten werden.

Fehlende Unterlagen können zum Ausschluss führen.

a) Mitteilung des Gründungsjahrs und Darstellung der Geschäftsentwicklung der letzten 3 abgeschlossenen Geschäftsjahre

b) Nachweis über Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherungsdeckung bzw. Eigenerklärung, dass im Zuschlagsfall eine entsprechende Versicherung abgeschlossen wird

III.1.3. Technical and professional ability

List and brief description of selection criteria:

Der Bewerber/Die Bewerberin hat besondere Sorgfalt bei der Erstellung der Unterlagen walten zu lassen.

Die vorgegebene Reihenfolge soll eingehalten werden.

a) Der Bewerber/Die Bewerberin hat Art und Umfang der Leistungen anzugeben, die er/sie an Unterauftragnehmer/innen übertragen will und diese spätestens vor Zuschlagserteilung namentlich zu benennen.

b) Angabe bei Bewerbungsgemeinschaften, welches Mitglied welche Aufgaben und Themenstellungen übernimmt sowie wer als zentrale Ansprechperson fungiert

c) Bestätigung, dass das Angebot, die eventuelle Präsentation und die Auftragsleistung in deutscher Sprache erfolgen

d) Übersicht in Form einer Liste über die in den letzten 3 Jahren geleisteten wesentlichen Arbeiten (und Aktivitäten) mit Angaben des Auftragsgegenstandes, des Auftragswertes, der Leistungszeit und der Angabe der öffentlichen und privaten Auftraggeber mit Telefonnummer. Mit Einreichung dieser Referenzen erklärt sich der Bewerber/die Bewerberin damit einverstanden, dass das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben mit den Referenzgebern in Kontakt tritt.

e) Angabe der Namen und der beruflichen Qualifikation der Personen, die im Falle eines Zuschlags für den Auftrag zuständig sein werden. Angaben in welchen Bereichen die Person in der Agentur eingesetzt ist (Geschäftsführung, Beratung, PR, Strategie und Kreation (Art & Text), IT/Digital).

f) Zusicherung, dass die Präsentation von den Personen durchgeführt wird, die im Falle eines Zuschlags tatsächlich zuständig sein werden (d. h. Berater, Projektverantwortliche, Kreative u. a.).

g) Zusicherung, dass es bei Zuschlag eine feste Ansprechperson gibt und dass diese Person kontinuierlich zur Verfügung steht und bei personellen Veränderungen keine inhaltlichen und zeitlichen Probleme im Rahmen der Unterstützung entstehen. Es ist diese Person namentlich zu benennen unter Angabe des Werdegangs und sonstiger Qualifikationsmerkmale, warum sich die zu benennende Person, als zentrale Ansprechperson empfiehlt. Inklusive Vertretungsregelung bei Urlaub, Krankheit, Kündigung etc.

h) Erfüllungsort ist Köln. Es ist darzulegen, wie die schnelle Leistungserbringung gesichert wird. Es ist sicherzustellen, dass genügend Personal zur Verfügung gestellt wird, um für den Auftraggeber eine schnelle und direkte Kommunikation zu ermöglichen. Insbesondere ist anzugeben wie zum Beispiel Info-/Datentransfer, Meetings erfolgen und gewährleistet sind (Infos und Angaben von Tools, Prozessen seitens der Agentur).

- i) Nachweis von Erfahrungen im Bereich bundesweiter Informations- und Öffentlichkeitskampagnen (Zeitpunkt der Realisierung und Umsetzung, Auszeichnungen)
- j) Nachweis von Erfahrungen im Bereich Internet, Online PR und Marketing sowie Erfahrungen im Bereich Omnichannel Kommunikation
- k) Nachweis von Erfahrungen im Bereich Social Media Relations und Social Media Marketing mit Schwerpunkt auf den für das Hilfefon "Gewalt gegen Frauen" relevanten Social Media Kanälen
- l) Nachweis von Erfahrungen in der Akquise von Partnerschaften und Unterstützern/-innen aus Politik und Gesellschaft bzw. dem Aufbau eines Kooperationspartnernetzwerks
- m) Nachweis von Erfahrungen und Kenntnissen in der Umsetzung gesellschaftlich sensibler und/oder tabuisierter Themen
- n) Nachweis von Kompetenz in der Entwicklung von Online-, Print- und Multimedia-Erzeugnissen wie Flyer, Broschüren, Plakate, GIFs, Sharepics, Social Spots etc. (Anwendung: selten, häufig oder ständig)
- o) Nachweis von Erfahrungen in der Mediaplanung und im Handling entsprechender Mediabudgets für bundesweite Kampagnen
- p) Nachweis von Erfahrungen in der Akquise und Pflege von Sponsoren/-innen
- q) Kenntnisse und Erfahrungen in der Pressearbeit und im Aufbau von Medienkooperationen, insbesondere im Hinblick auf die Zielgruppe
- r) Nachweis von Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Ministerien, Bundesbehörden oder Landesbehörden. Hierbei ist es wichtig zu erklären, welcher Art diese Erfahrungen sind.
- s) Nachweis über Erfahrungen in der Umsetzung des Styleguides der Bundesregierung sowie Kenntnisse hinsichtlich Barrierefreiheit (gemäß BITV). Angabe, ob die Erstellung von barrierefreien Materialien extern oder innerhalb der Agentur erfolgt.
- t) Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich des Projektmanagements sowie von Instrumenten, die für die Steuerung von Terminen, Budget, Inhalt und Umfang der Kampagnenelemente notwendig sind
- u) Kenntnisse und Erfahrungen im Einsatz von Instrumenten zur Evaluation von Kampagnenwirkungen einschließlich der Verwendung belastbarer Kennzahlen (KPIs).

III.2. Conditions related to the contract

III.2.3. Information about staff responsible for the performance of the contract

Obligation to indicate the names and professional qualifications of the staff assigned to performing the contract

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.1.4. Information about reduction of the number of solutions or tenders during negotiation or dialogue

Recourse to staged procedure to gradually reduce the number of solutions to be discussed or tenders to be negotiated

IV.1.5.

Information about negotiation

The contracting authority reserves the right to award the contract on the basis of the initial tenders without conducting negotiations

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.2.2. Time limit for receipt of tenders or requests to participate

Date: 28/03/2022 Local time: 10:00

IV.2.3. Estimated date of dispatch of invitations to tender or to participate to selected candidates

IV.2.4. Languages in which tenders or requests to participate may be submitted

German

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.3. Additional information

- a. Dieses Vergabeverfahren wird ausschließlich über die e-Vergabe-Plattform des Bundes durchgeführt.
- b. Kosten für die Bewerbung, Angebotserstellung, eventuelle Präsentation und Verhandlungsrunden werden nicht erstattet.
- c. Der Auftraggeber behält sich die Durchführung einer Verhandlungsrunde vor. Das erste Angebot ist verbindlich.
- d. Es wird sich die Abwicklung des Verfahrens in aufeinander folgenden Phasen zwecks schrittweiser Verringerung der Zahl der zu erörternden Lösungen bzw. zu verhandelnden Angebote vorbehalten.
- e. Es wird darauf hingewiesen, dass zunächst ein Teilnahmeantrag (Anlage der zur Verfügung gestellten Unterlagen) unter Beifügung der unter den Punkten III.1.1 bis III.1.3 der Bekanntmachung geforderten Nachweise und Erklärungen zu stellen ist.
- f. Ergänzende Unterlagen können unter der in Punkt I.3 genannten URL heruntergeladen werden.
- g. Fragen sind bis zum 21.03.2022 12:00 Uhr ausschließlich über die e-Vergabe-Plattform des Bundes (www.evergabe-online.de) einzureichen. Die Fragen und Antworten werden allen Bewerbern/Bewerberinnen in anonymisierter Form auf der e-Vergabe-Plattform des Bundes zur Verfügung gestellt.
- h. Eventuelle weitere Informationen, z. B. Änderungen/Ergänzungen an den Vergabeunterlagen, Bieterfragen und Antworten, werden schnellstmöglich, spätestens 6 Kalendertage vor Ablauf der Frist zur Einreichung der Teilnahmeanträge auf der e-Vergabe-Plattform des Bundes eingestellt.
- i. Die Bewerber/Bewerberinnen sind verpflichtet, sich regelmäßig zu informieren, ob die Vergabeunterlagen aktualisiert worden sind.
- j. Teilnahmeanträge können ausschließlich auf der e-Vergabe-Plattform des Bundes (www.evergabe-online.de) abgegeben werden.
- k. Teilnahmeanträge, die auf dem Post- bzw. Botenweg, per E-Mail oder Fax eingehen, müssen ausgeschlossen werden.

- l. Die Geltendmachung eigener Allgemeiner Geschäftsbedingungen durch den Bewerber / die Bewerberin bzw. den Bieter / die Bieterin führen zum Ausschluss.
- m. Mit Abgabe des Teilnahmeantrages unterliegen nicht berücksichtigte Bewerber /Bewerberinnen den Bestimmungen des § 62 VgV.

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Bundeskartellamt, Vergabekammer des Bundes
Postal address: Villemomblerstr. 76
Town: Bonn
Postal code: 53123
Country: Germany

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Gemäß § 160 Abs. 3 S. 1 GWB müssen erkannte Verstöße gegen Vergabevorschriften innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen beim Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, An den Gelenkbogenhallen 2-6, 50679 Köln gerügt werden.

Gemäß § 160 Abs. 3 S. 2 GWB müssen Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, An den Gelenkbogenhallen 2-6, 50679 Köln gerügt werden.

Gemäß § 160 Abs. 3 S. 3 GWB müssen Verstöße gegen Vergabevorschriften, die erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, An den Gelenkbogenhallen 2-6, 50679 Köln gerügt werden.

Hilft das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ der Rüge nicht ab, kann ein Antrag auf Nachprüfung beim Bundeskartellamt unter der o.g. Anschrift innerhalb von 15 Kalendertagen nach Eingang der Mitteilung des Bundesamts für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, der Rüge nicht abhelfen zu wollen, gestellt werden.

Nach § 135 Abs. 2 GWB endet die Frist, mit der die Unwirksamkeit eines Vertrages in einem Nachprüfungsverfahren geltend gemacht werden kann, 30 Kalendertage nach der Information der betroffenen Bieter und Bewerber durch den öffentlichen Auftraggeber über den Abschluss des Vertrags, jedoch nicht später als 6 Monate nach Vertragsschluss. Im Falle der Veröffentlichung der Bekanntmachung der Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union endet die Frist 30 Kalendertage nach dieser Veröffentlichung.

VI.5. Date of dispatch of this notice

25/02/2022