

Germany-Berlin: Advertising campaign services

OJ S 106/2017 03/06/2017

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

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)

Postal address: Stresemannstraße 128-130

Town: Berlin

NUTS code: DE Deutschland

Postal code: 10117

Country: Germany

Contact person: Vergabestelle: Forschungszentrum Jülich GmbH, Projektträger Jülich, Anke Jann

E-mail: a.jann@fz-juelich.de

Fax: +49 30220199-3334

Internet address(es):Main address: <http://www.bmub.bund.de>**I.3. Communication**The procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://www.subreport.de/E67784111>

Additional information can be obtained from the abovementioned address

Tenders or requests to participate must be submitted to the abovementioned address

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

Environment

Section II: Object

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

10 Jahre NKI – 360°-Kampagne zur Verstärkung der Aktivitäten im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI) anlässlich ihres zehnjährigen Bestehens.

II.1.2. Main CPV code

79341400 Advertising campaign services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI) fördert und initiiert das BMUB Klimaschutzprojekte in ganz Deutschland und leistet dadurch einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der nationalen Klimaschutzziele. Aus diesem Anlass soll die reguläre Öffentlichkeitsarbeit der NKI für die Dauer von zwei Jahren durch eine erweiterte Kampagne ergänzt werden. Der gegenständliche Auftrag umfasst die Konzeptionierung und Durchführung einer bis dahin noch nicht durchgeführten 360 Grad-Kampagne, die sowohl alle relevanten Zielgruppen anspricht als auch eine ausgewogene, breite Auswahl an Kanälen nutzt und so durch ein optimales Zusammenspiel verschiedener Medien eine bestmögliche Ansprache der Zielgruppen erreicht („Blick in alle Richtungen“). Die Kampagne soll einen hohen Grad an mobilisierender Wirkung entfalten, hohes Maß an Aufmerksamkeit erregen, an verschiedenen Orten stattfinden, einprägsam sein, die Wiedererkennung fördern und Engagement und Begeisterung für die NKI wecken.

II.1.5. Estimated total value

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.2. Description

II.2.2. Additional CPV code(s)

79341100 Advertising consultancy services, 79342000 Marketing services, 79342200 Promotional services, 79416200 Public relations consultancy services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DE Deutschland

Main site or place of performance: Standort des Auftragnehmers, des Auftraggebers und weitere Orte in Deutschland.

II.2.4. Description of the procurement

Im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI) fördert und initiiert das BMUB Klimaschutzprojekte in ganz Deutschland und leistet dadurch einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der nationalen Klimaschutzziele: Bis 2050 sollen die Treibhausgasemissionen in Deutschland um 80 bis 95 Prozent im Vergleich zu 1990 reduziert werden. Die NKI wurde 2008 ins Leben gerufen, um gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern sowie Akteuren aus Gesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft innovative Ansätze und Konzepte zu entwickeln und aktiv umzusetzen. Ihre Programme und Projekte decken ein breites Spektrum an Klimaschutzaktivitäten ab: von der Entwicklung langfristiger Strategien bis hin zu konkreten Hilfestellungen und investiven Fördermaßnahmen. Im Jahr 2018 besteht die NKI zehn Jahre. Aus diesem Anlass soll die reguläre Öffentlichkeitsarbeit der NKI für die Dauer von zwei Jahren durch eine erweiterte Kampagne ergänzt werden. Ziel ist es, aufbauend auf den bisherigen Erfolgen weitere Potenziale im Klimaschutz zu heben und zusätzliche CO₂ Einsparungen bis 2020 zu generieren. Die für die NKI notwendige reguläre laufende Öffentlichkeitsarbeit wird derzeit durch zwei Auftragnehmer im Rahmen zweier Rahmenverträge durchgeführt. Diese Aufträge decken die erforderlichen regulären Leistungen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der NKI ab.

Der gegenständliche Auftrag umfasst die Konzeptionierung und Durchführung einer bis dahin noch nicht durchgeführten 360 Grad-Kampagne zur Verstärkung der Aktivitäten im Rahmen der NKI anlässlich ihres zehnjährigen Bestehens. Als 360°-Kampagne wird hier eine Kampagne verstanden, die sowohl alle relevanten Zielgruppen anspricht als auch eine ausgewogene, breite Auswahl an Kanälen nutzt und so durch ein optimales Zusammenspiel verschiedener Medien eine bestmögliche Ansprache der Zielgruppen erreicht („Blick in alle

Richtungen“). Die Kampagne soll geeignet sein, weitere Teile der Bevölkerung zu erreichen, um damit einerseits in der Breite ein erhöhtes Bewusstsein für die Notwendigkeit von Klimaschutz zu fördern sowie andererseits den Bekanntheitsgrad der NKI in der breiten Bevölkerung über das Fachpublikum hinaus zu erhöhen und sämtliche möglichen Zielgruppen der Förderprogramme der NKI über das vielfältige Förderangebot zu informieren. Insbesondere sollen diejenigen Bevölkerungsteile erreicht werden, die von den Fachkampagnen im Rahmen der laufenden Öffentlichkeitsarbeit nicht erreicht werden. Die Kampagne soll dabei einen hohen Grad an aktivierender, mobilisierender Wirkung entfalten, ein hohes Maß an Aufmerksamkeit erregen, an verschiedenen Orten der Bundesrepublik Deutschland stattfinden, einprägsam sein, die Wiedererkennung fördern und vor allem Engagement und Begeisterung für den Klimaschutz wecken. Es ist daher ein kreatives Kampagnen-Konzept zu entwickeln, das sich der einschlägigen, aktuellsten Ideen, Werbemittel, Werbekanäle und Werbeträger bedient und die Möglichkeiten von klassischen und innovativen Werbemethoden auslotet.

Die Leistungserbringung ist auf 5 Arbeitspakete aufgeteilt:
 Arbeitspaket 1: Konzeption (inklusive Arbeitsprobe) Arbeitspaket 2: Entwicklung von Kampagnen-Elementen Arbeitspaket 3: Umsetzung Arbeitspaket 4: Dokumentation und Evaluation Arbeitspaket 5: Agenturpauschale.

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: 24

This contract is subject to renewal: no

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

Envisaged number of candidates: 5 Objective criteria for choosing the limited number of candidates:

Die objektiven Kriterien entnehmen Sie der beiliegenden Tabelle „Matrix objektive Eignungskriterien“ und den Teilnahmebedingungen! Hier nur ein kurzer Auszug: Es werden wenn vorhanden maximal 5 Bewerber zur Angebotsabgabe aufgefordert. Über die Rangfolge der Bewerber, die zur Angebotsabgabe aufgefordert werden, entscheidet die Gesamtsumme der erreichten Eignungspunkte (EP). Diese ergibt sich als Summe der Eignungspunkte für die einzelnen Eignungskriterien. Die Eignungspunkte für die einzelnen Eignungskriterien ergeben sich jeweils als Produkt der insgesamt für das jeweilige Eignungskriterium vergebenen Bewertungspunkte (BP) und der prozentual festgelegten Gewichtungspunkte (GP) für das jeweilige Eignungskriterium. Mindestanforderung: Teilnahmeanträge, die bei den objektiven Eignungskriterien B, D und F jeweils nicht mindestens einen Bewertungspunkt erhalten, kommen für die Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes nicht in Betracht. Die Summe der Eignungspunkte je Kriterium errechnet sich daher nach folgender Formel: Gewichtungspunkte (GP) x Bewertungspunkte (BP) = Eignungspunkte (EP). Im Bedarfsfall entscheidet bei gleicher Eignung das Los über die Auswahl eines Bewerbers. In den sechs objektiven Eignungskriterien kann eine Gesamtsumme von maximal 24 Bewertungspunkten (BP) vergeben und eine Gesamtsumme von maximal 244 Eignungspunkten (EP) erreicht werden. Bei der Verteilung der Bewertungspunkte werden die nachstehenden Kriterien zugrunde

gelegt. Bei Kriterien, bei denen eine Auswahlalternative besteht (siehe die nachstehenden ODER-Formulierungen), wird nur eine Alternative bewertet. Bei Erfüllung mehrerer Alternativen wird die Alternative mit der höheren Bewertungspunktzahl bewertet.

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

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

Das gewählte Vergabeverfahren läuft in mehreren Schritten ab. Alle Bedingungen sind den Teilnahmebedingungen und den weiterführenden veröffentlichten Unterlagen zu entnehmen!

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:

Alle Informationen entnehmen Sie bitte den Teilnahmebedingungen und weiterführenden, veröffentlichten Unterlagen.

III.1.2. Economic and financial standing

Selection criteria as stated in the procurement documents

III.1.3. Technical and professional ability

Selection criteria as stated in the procurement documents

III.2. Conditions related to the contract

III.2.2. Contract performance conditions

Alle Informationen entnehmen Sie bitte den Teilnahmebedingungen und weiterführenden, veröffentlichten Unterlagen.

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

The procurement involves the establishment of a framework agreement
Framework agreement with a single operator

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: 03/07/2017 Local time: 11:00

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

Alle Informationen entnehmen Sie bitte den Teilnahmebedingungen und den veröffentlichten Unterlagen. Hier ein Kurzauszug: Das gewählte Vergabeverfahren läuft in mehreren Schritten ab. Zunächst werden mit der Bekanntmachung Bewerber aufgefordert, sich am Verfahren zu beteiligen (erste Phase). Hierzu ist ein Teilnahmeantrag mit Unterlagen, aus der die Eignung des Bewerbers für den Auftrag hervorgeht, an unten aufgeführte Stelle zu senden. Die Eignung besteht aus allgemeinen und objektiven Eignungskriterien und wird anhand der in der Bekanntmachung genannten Bedingungen festgestellt. Mit den Teilnahmeunterlagen können die Leistungsbeschreibung und deren Anlagen abgerufen werden. Diese dienen jedoch in diesem Stadium des Verfahrens lediglich dazu, dass die Bewerber abschätzen können, ob sie die für die Leistungserbringung erforderliche Eignung nachweisen können. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass zum Zeitpunkt der Abgabe eines Teilnahmeantrags, keine Angebote eingereicht werden sollen.

Im nächsten Schritt werden alle Teilnahmeanträge, die die allgemeinen Kriterien zur persönlichen Lage und zur wirtschaftlichen, finanziellen und technischen Leistungsfähigkeit der /s Bewerber/s erfüllen, anhand von objektiven Kriterien bewertet. Von diesen Bewerbern werden wenn vorhanden maximal 5 Bewerber, die in Bezug auf die objektiven Eignungskriterien die größte Eignung nachweisen können, zur Abgabe eines ersten Angebots aufgefordert (zweite Phase). Hierfür werden mit der Aufforderung zur Angebotsabgabe weitere Unterlagen übersandt.

Im Rahmen des Angebots ist auch eine Arbeitsprobe zu erbringen (siehe Leistungsbeschreibung). Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass Bestandteile oder Ideen der Arbeitsprobe als evtl. Verhandlungspunkte für alle Bieter genutzt werden können, damit die Leistung letztlich erschöpfend beschrieben werden kann. Für die Arbeitsprobe erhalten die Bieter deshalb eine Aufwandsentschädigung, wenn die Arbeitsprobe wertbar (mindestens „ausreichend“) im Sinne der Zuschlagskriterien ist. Für die Arbeitsprobe erhalten die Bieter deshalb eine Aufwandsentschädigung. Bedingung hierfür ist, dass die laut Leistungsbeschreibung gewünschte Arbeitsprobe nach dem dort beschriebenen Umfang und Inhalt dem Angebot beiliegt. Die Aufwandsentschädigung beträgt einheitlich 2.500,00 EUR

brutto je Bieter und wird innerhalb von 14 Tagen nach Einreichung des ersten Angebotes auf das vom Bieter angegebene Konto gezahlt. Die Arbeitsprobe wird zur Bewertung des Angebotes herangezogen, jedoch nicht Bestandteil des Vertrages. Es ist geplant, im Rahmen des weiteren Vergabeverfahren über die Angebote zu verhandeln. Neben der Angebotspräsentation wird auch eine Präsentation der Arbeitsprobe stattfinden. Die Inhalte und weitere Informationen zur Arbeitsprobe und zur Verhandlung werden den zuvor aufgeforderten Bietern rechtzeitig vor den Verhandlungsterminen bekanntgegeben.

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer des Bundes beim Bundeskartellamt
Postal address: Villemombler Straße 76
Town: Bonn
Postal code: 53123
Country: Germany
E-mail: info@bundeskartellamt.bund.de
Telephone: +49 22894990
Fax: +49 2289499163
Internet address: <http://www.bundeskartellamt.de>

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Solange ein wirksamer Zuschlag (Vertragsschluss) noch nicht erteilt ist, kann als Rechtsbehelf ein Nachprüfungsantrag bei der unter VI. 4.1 genannten Stelle gestellt werden. Informationen hierzu können §§ 160, 161 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) entnommen werden.

Bieter müssen Vergaberechtsverstöße gegenüber der Kontaktstelle des Auftraggebers innerhalb einer Frist von zehn Kalendertagen bei der unter I.1) genannten Kontaktstelle (Vergabestelle) gerügt haben, bevor sie einen Nachprüfungsantrag stellen. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung bzw. erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, sind spätestens bis zum Ablauf der Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber (o.g. Kontaktstelle) zu rügen.

Der Nachprüfungsantrag ist gemäß § 160 Abs. 3 Nr. 4 GWB unzulässig, soweit mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind. Dies gilt gemäß § 160 Abs. 3 Satz 2 GWB nicht bei einem Antrag auf Feststellung der Unwirksamkeit des öffentlichen Auftrag nach § 135 Abs. 1 Nr. 2 GWB.

Ein Nachprüfungsantrag auf Feststellung der Unwirksamkeit nach § 135 Abs. 1 GWB ist nach § 135 Abs. 2 GWB 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 zu machen. Hat der Auftraggeber die Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union bekannt gemacht, endet die Frist zur Geltendmachung der Unwirksamkeit 30 Kalendertage nach Veröffentlichung der Bekanntmachung der Auftragsvergabe im Amtsblatt der Europäischen Union.

Bieter deren Angebote nicht berücksichtigt werden, werden grundsätzlich vor dem Zuschlag gemäß § 134 GWB informiert.

VI.5. Date of dispatch of this notice

01/06/2017