

Germany-Munich: Advertising campaign services

OJ S 148/2021 03/08/2021

Contract notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Bayerische Eisenbahngesellschaft mbH (BEG)

Postal address: Boschetsrieder Str. 69

Town: München

NUTS code: DE2 Bayern

Postal code: 81379

Country: Germany

E-mail: ausschreibung@bahnland-bayern.de

Telephone: +49 89/748825-765

Internet address(es):

Main address: <https://beg.bahnland-bayern.de>

I.3. Communication

The procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://www.subreport.de/E82122714>

Additional information can be obtained from the abovementioned address

Tenders or requests to participate must be submitted electronically via: <https://www.subreport.de/E82122714>

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

I.4. Type of the contracting authority

Regional or local authority

I.5. Main activity

Other activity: Aufgabenträger Schienenpersonennahverkehr

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Konzeption sowie Umsetzung einer Kreativ- (Los1) und einer Mediastrategie (Los2) zur Bewerbung der Angebots- und Preiskommunikation für die S-Bahn München

II.1.2. Main CPV code

79341400 Advertising campaign services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Gegenstand der Ausschreibung ist die Konzeption eines strategischen Kreativ- und Mediakonzeptes sowie die Ableitung und Umsetzung relevanter Marketingmaßnahmen mit dem Ziel, die Verkaufszahlen von Zeitkarten im Netz der S-Bahn München zu steigern.

II.1.5. Estimated total value

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: yes
Tenders may be submitted for all lots

II.2. Description

II.2.1. Title

Konzeption sowie Umsetzung einer Kreativstrategie zur Bewerbung der Angebots- und Preiskommunikation für die S-Bahn München
Lot No: 1

II.2.2. Additional CPV code(s)

79341400 Advertising campaign services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DE212 München, Kreisfreie Stadt

II.2.4. Description of the procurement

Gegenstand der Ausschreibung für LOS 1 ist die Konzeption eines strategischen Kreativkonzeptes sowie die Ableitung und Umsetzung relevanter Marketingmaßnahmen im Rahmen der Preis- und Angebotskommunikation für die S-Bahn München mit dem Ziel, die Verkaufszahlen von Zeitkarten zu steigern: Hierzu zählt die Beratungsleistung und Erstellung eines Kreativkonzeptes sowie Erstellung und Umsetzung eines kampagnenbegleitenden Marketingmaßnahmenplans. Basierend auf der vom Auftragnehmer zu entwickelnden Kreativstrategie sind vom Auftragnehmer jährlich zwei MVV-Verbundweite Cross-Media-Kampagnen zu erstellen.

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

Value excluding VAT: 450 000,00 EUR

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

Start: 01/02/2022 End: 31/01/2024

This contract is subject to renewal: yes

Description of renewals:

Der Vertrag verlängert sich maximal bis zu zweimal um jeweils weitere 12 Monate, sofern er nicht mit einer Frist von sechs Monaten zum ggfs. verlängerten Vertragsende schriftlich gekündigt wird. Die maximale Laufzeit des Vertrags beträgt somit 4 Jahre.

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

Envisaged minimum number: 3Maximum number: 5Objective criteria for choosing the limited number of candidates:

Mit dem Teilnahmeantrag ist ein Kurz-Konzept einzureichen. Falls mehr als 5 Bewerber die Teilnahmebedingungen gemäß Abschnitt III.1) erfüllen, werden diejenigen fünf Bewerber zur Angebotsabgabe aufgefordert, deren Kurz-Konzept bei der Bewertung durch den Auftraggeber

anhand von fünf Bewertungskriterien (Strategische Kampagnenkonzeption, Corporate Design-Verständnis, Zielgruppenverständnis und Segmentierung, Umsetzung kreative Maßnahmen und integrativer Ansatz der Kommunikation für Verbundpartner) die höchste Punktzahl erzielt (Einzelheiten hierzu sind nur in den Beschaffungsunterlagen aufgeführt).

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

II.2.11. Information about options

Options: yes

Description of options:

Verlängerung der Vertragslaufzeit gemäß Ziffer II.2.7

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

II.2. Description

II.2.1. Title

Konzeption sowie Umsetzung einer Mediastrategie zur Bewerbung der Angebots- und Preiskommunikation für die S-Bahn München.

Lot No: 2

II.2.2. Additional CPV code(s)

79340000 Advertising and marketing services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: DE212 München, Kreisfreie Stadt

II.2.4. Description of the procurement

Gegenstand der Ausschreibung für LOS 2 ist die Konzeption eines strategischen Mediakonzeptes mit dem Ziel, die Verkaufszahlen von Zeitkarten im Netz der S-Bahn München im MVV-Verbundraum zu steigern: Hierzu zählen die Beratung und Erstellung einer Mediastrategie, Mediaeinkauf und –abwicklung sowie das kampagnenspezifische Reporting (Controlling und Werbewirksamkeitsanalysen). Basierend auf der vom Auftragnehmer in LOS1 zu entwickelnden Kreativstrategie sind vom Auftragnehmer in LOS2 jährlich zwei MVV-Verbundweite Cross-Media-Kampagnen zu erstellen.

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

Value excluding VAT: 1 100 000,00 EUR

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

Start: 01/02/2022 End: 31/01/2024

This contract is subject to renewal: yes

Description of renewals:

Beschreibung der Verlängerung: Der Vertrag verlängert sich maximal bis zu zweimal um jeweils weitere 12 Monate, sofern er nicht mit einer Frist von sechs Monaten zum ggfs.

verlängerten Vertragsende schriftlich gekündigt wird. Die maximale Laufzeit des Vertrags beträgt somit 4 Jahre.

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

Envisaged minimum number: 3Maximum number: 5Objective criteria for choosing the limited number of candidates:

Mit dem Teilnahmeantrag ist ein Kurz-Konzept einzureichen. Falls mehr als 5 Bewerber die Teilnahmebedingungen gemäß Abschnitt III.1) erfüllen, werden diejenigen fünf Bewerber zur Angebotsabgabe aufgefordert, deren Kurz-Konzept bei der Bewertung durch den Auftraggeber anhand von vier Bewertungskriterien (Mediastrategie (Taktische Herangehensweise) und Umsetzung, Zielgruppenverständnis und –segmentierung, Zielgerichtete Medienauswahl, Verständnis der Aufgabenstellung) die höchste Punktzahl erzielt (Einzelheiten hierzu sind nur in den Beschaffungsunterlagen aufgeführt).

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

II.2.11. Information about options

Options: yes

Description of options:

Verlängerung der Vertragslaufzeit gemäß Ziffer II.2.7

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:

Los 1 und Los 2:

Der Bewerber hat mit seinem Teilnahmeantrag sowohl für Los 1 als auch für Los 2 einen Auszug aus dem Berufs- oder Handelsregister – sofern eine Registerpflicht besteht – nach Maßgabe der Rechtsvorschriften des Landes, in dem der Bewerber ansässig ist, vorzulegen, der nicht älter als 3 Monate zum Ablauf der Frist für die Einreichung der Teilnahmeanträge ist. Zulässig sind auch Ausdrücke aus dem elektronischen Handelsregister (www.handelsregister.de). Dabei ist der "aktuelle Ausdruck" (AD) mit einem Überblick über alle derzeit gültigen Eintragungen oder der "chronologische Ausdruck" (CD) mit allen Daten ab Umstellung auf elektronische Registerführung zu wählen. Ausländische Teilnehmer haben eine gleichwertige Bescheinigung des Herkunftslandes in amtlich beglaubigter Form vorzulegen.

III.1.2. Economic and financial standing

List and brief description of selection criteria:

Los 1 und Los 2:

Die wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit eines Bewerbers ist sowohl bei Los 1 als auch bei Los 2 als gewährleistet anzusehen, wenn der Bewerber nach Einschätzung des Auftraggebers für die ordnungsgemäße Durchführung der ausgeschriebenen Leistung über ausreichende wirtschaftliche und finanzielle Mittel verfügt.

Minimum level(s) of standards possibly required:

Als Mindestanforderung für den Nachweis der wirtschaftlichen und finanziellen Leistungsfähigkeit ist für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr für LOS 1 ein Umsatz in Höhe von mindestens 450.000,- EUR ohne MwSt.

LOS 2 ein Umsatz in Höhe von mindestens 1.100.000,- EUR ohne MwSt. gefordert.

Nimmt ein Bewerber am Teilnahmewettbewerb für Los 1 und Los 2 teil ist ein Umsatz in Höhe von mindestens 1.550.000,- EUR ohne MwSt. erforderlich.

Zum Nachweis der Erfüllung der vorstehenden Anforderung hat der Bewerber im Rahmen einer Eigenerklärung seinen Gesamtumsatz im letzten vor der Abgabe des Teilnahmeantrags abgeschlossenen Geschäftsjahr anzugeben und mit dem Teilnahmeantrag vorzulegen. Für die Eigenerklärung ist sowohl für Los 1 als auch für Los 2 das Formblatt FB 2 (das unter der unter Ziffer VI.3) Nr. 2) genannten Internetseite <https://www.subreport.de/E82122714> erhältlich ist) zu verwenden.

III.1.3. Technical and professional ability

List and brief description of selection criteria:

Der Bewerber verfügt über die technische und berufliche Leistungsfähigkeit, wenn anzunehmen ist, dass er über die spezifischen Kenntnisse verfügt, die erforderlich sind, um die zu beauftragenden Dienstleistungen zu erbringen.

Minimum level(s) of standards possibly required:

a) Los 1:

Der Bewerber für Los 1 muss über insgesamt mindestens drei geeignete Referenzen über vergleichbare Leistungen verfügen, die in den Bereichen 1. Beratung und Erstellung von Kreativkonzepten für crossmediale Kommunikationskampagnen UND 2. Umsetzung des Marketingmaßnahmenplans in Kampagnen angesiedelt sind. Die Referenzen müssen zwingend jeweils beide Punkte umfassen und dürfen nicht älter als drei Jahre vor der Auftragsbekanntmachung sein.

Weiterhin müssen zwingend mindestens zwei Referenzen in der Mobilitätsbranche verankert sein.

Die drei Referenzen sind im Rahmen einer Eigenerklärung zu beschreiben. Anzugeben sind darin mindestens:

- der jeweilige Auftraggeber. Sollte dies aus Gründen von Verschwiegenheitsklauseln nicht möglich sein, kann in Ausnahmefällen auf die namentliche Nennung des konkreten Auftraggebers verzichtet werden; die Branche des Auftraggebers sollte jedoch in jedem Falle klar ersichtlich sein
- die jeweilige beispielhafte Beschreibung der erbrachten Kommunikationskampagnen inklusive der Darstellung der Zielsetzung, der grafischen Ausgestaltung sowie des Erfolgs der Kampagnen
- der jeweils zeitliche Umfang des Auftrags
- die jeweilige Zusammensetzung des Projekt-Personals hinsichtlich ihrer Anzahl und Funktionen

Die Vorlage von Referenzschreiben früherer Auftraggeber ist nicht erforderlich.

In der Eigenerklärung können über die geforderte Mindestanzahl an Referenzen hinaus weitere Referenzen angegeben und beschrieben werden.

b) Los 2:

Der Bewerber für Los 2 muss über insgesamt mindestens drei geeignete Referenzen über vergleichbare Leistungen verfügen, die in den Bereichen 1. Beratung und Erstellung einer Mediastrategie UND 2. Kampagnensteuerung UND 3. Kampagnenreporting angesiedelt sind. Die Referenzen müssen zwingend jeweils alle drei Punkte umfassen und dürfen nicht älter als drei Jahre vor der Auftragsbekanntmachung sein.

Davon müssen zwingend mindestens zwei Referenzen in der Mobilitätsbranche verankert sein. Die drei Referenzen sind im Rahmen einer Eigenerklärung zu beschreiben. Anzugeben sind darin mindestens:

- der jeweilige Auftraggeber. Sollte dies aus Gründen von Verschwiegenheitsklauseln nicht möglich sein, kann in Ausnahmefällen auf die namentliche Nennung des konkreten Auftraggebers verzichtet werden; die Branche des Auftraggebers sollte jedoch in jedem Falle klar ersichtlich sein.
- das jeweilige Ziel und die jeweils angesprochene(n) Zielgruppe(n)
- das jeweilige beispielhafte Kampagnenreporting
- der jeweils zeitliche Umfang des Auftrags
- die jeweilige Zusammensetzung des Projekt-Personals hinsichtlich ihrer Anzahl und Funktionen

Die Vorlage von Referenzschreiben früherer Auftraggeber ist nicht erforderlich.

In der Eigenerklärung können über die geforderte Mindestanzahl an Referenzen hinaus weitere Referenzen angegeben und beschrieben werden.

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.1.5. 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: no

IV.2. Administrative information

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

Date: 30/08/2021 Local time: 12:00

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

Date: 14/09/2021

IV.2.4.

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.3. Additional information

- 1) Der Auftraggeber stellt die (ggf. fortgeschriebenen) Vergabeunterlagen sowie die Bewerberinformationen über die in Ziffer I.3) angegebene Vergabeplattform im Internet gemäß § 41 Absatz 1 VgV unentgeltlich, uneingeschränkt, vollständig und direkt zum Abruf zur Verfügung, ohne dass eine vorherige Registrierung erforderlich ist. Aus der Möglichkeit des registrierungsfreien Unterlagenabrufs resultiert daher die Pflicht zur selbständigen, eigenverantwortlichen Information über etwaige Änderungen der Vergabeunterlagen oder die Bereitstellung zusätzlicher Informationen. Eine automatische Benachrichtigung über Änderungen erfolgt nur an registrierte Bewerber/Bieter.
- 2) Die Angabe unter Abschnitt IV.2.2) betrifft den Schlusstermin für den Eingang der Teilnahmeanträge. Der Schlusstermin für den Eingang der Angebote wird den ausgewählten Bewerbern mit Übersendung der Aufforderung zur Angebotsabgabe mitgeteilt.
- 3) Angaben zur Ausgestaltung der Teilnahmeanträge sowie zur Prüfung der Eignung der Bewerber sind im Internet unter <https://www.subreport.de/E82122714> erhältlich.
- 4) Die nicht erfolgreichen Bewerber werden hierüber und über die Gründe für die Ablehnung ihres Teilnahmeantrags informiert.
- 5) Im Teilnahmeantrag hat jeder Bewerber eine Eigenerklärung darüber abzugeben, ob für den jeweiligen Bewerber Ausschlussgründe nach § 21 des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes, nach § 98c des Aufenthaltsgesetzes, nach § 19 des Mindestlohngesetzes oder nach den §§ 123 und 124 GWB vorliegen. Sollten bei einem Bewerber Ausschlussgründe nach den §§ 123, 124 GWB vorliegen, ist außerdem zu erklären, ob und wenn ja, welche Maßnahmen zur Selbstreinigung gemäß § 125 GWB der jeweilige Bewerber ergriffen hat. Für die Eigenerklärung ist das Formblatt FB 1, das unter der unter Ziffer VI.3) Nr. 2) genannten Internetseite <https://www.subreport.de/E82122714> erhältlich ist, zu verwenden. Beruft sich ein Bewerber zum Nachweis seiner wirtschaftlichen und finanziellen oder technischen und beruflichen Leistungsfähigkeit auf einen Dritten, ist dieses Formblatt zu den Fragen 2 (und ggf. 4 und 5) auch bezogen auf den Dritten auszufüllen und dem Teilnahmeantragbeizufügen.
- 6) Der Bieter hat eine Datenschutz- und Vertraulichkeitserklärung abzugeben, die auch über die Beendigung der Vertragslaufzeit hinaus ihre Gültigkeit behält und deren Verpflichtungen der Bieter auch seinen mit der Erstellung und Vorbereitung des Angebotes sowie Erbringung der Leistungen beschäftigten Mitarbeitern und/oder Subunternehmern auferlegen muss.

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Vergabekammer Südbayern bei der Regierung von Oberbayern

Town: München

Postal code: 80534

Country: Germany

E-mail: vergabekammer.suedbayern@reg-ob.bayern.de

Telephone: +49 89/2176-2411

Fax: +49 89/2176-2847

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Es wird auf die Voraussetzungen zur Zulässigkeit eines Nachprüfungsantrags gemäß § 160 Abs. 3 Satz 1 GWB hingewiesen. Dieser lautet wie folgt:

"Der Antrag ist unzulässig, soweit:

1. der Antragsteller den geltend gemachten Verstoß gegen Vergabevorschriften vor Einreichen des Nachprüfungsantrags erkannt und gegenüber dem Auftraggeber nicht innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen gerügt hat; der Ablauf der Frist nach § 134 Abs. 2 bleibt unberührt,
2. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, nicht spätestens bis Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden,
3. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die erst in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, nicht spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Bewerbung oder zur Angebotsabgabe gegenüber dem Auftraggeber gerügt werden,
4. mehr als 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, vergangen sind."

VI.5. Date of dispatch of this notice

29/07/2021