

Germany-Berlin: Advertising campaign services
OJ S 247/2017 23/12/2017
Contract award 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.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 – 360o-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 durchgeführter 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.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.1.7. Total value of the procurement

Value excluding VAT: 0,01 EUR

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 durchgeführter 360 Grad-Kampagne zur Verstärkung der Aktivitäten im Rahmen der NKI anlässlich ihres zehnjährigen Bestehens. Als 360o-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

Quality criterion - Name: Inhaltliche und technische Qualität des Angebotes / Weighting: 20

Quality criterion - Name: Organisatorische Umsetzung / Weighting: 20

Quality criterion - Name: Bewertung der Arbeitsprobe / Weighting: 30

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: [2017/S 106-212540](#)

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:

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

A contract/lot is awarded: yes

V.2. Award of contract

V.2.1. Date of conclusion of the contract

22/12/2017

V.2.2. Information about tenders

Number of tenders received: 5

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

V.2.3. Name and address of the contractor

Official name: Scholz & Friends Berlin GmbH

Postal address: Litfaß-Platz 1

Town: Berlin

NUTS code: DE Deutschland

Postal code: 10178

Country: Germany

The contractor is an SME: no

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

Initial estimated total value of the contract/lot: 0,01 EUR

Total value of the contract/lot: 0,01 EUR

V.2.5. Information about subcontracting

The contract is likely to be subcontracted

Section VI: Complementary information

VI.3. Additional information

Mit der Abgabe seines Angebotes unterliegt der Bieter auch den Bestimmungen über nicht berücksichtigte Angebote gemäß § 62 VgV. Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt worden sind, sind vor dem Zuschlag gem. § 134 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) informiert worden. Dies wurde auch bezüglich der Bewerber des Teilnahmewettbewerbs berücksichtigt.

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.3.1) genannten Stelle gestellt werden. Informationen hierzu können §§160, 161 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) entnommen werden.

Der Nachprüfungsantrag ist unzulässig, soweit:

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

Dies gilt gem. § 160 Abs. 3 GWB nicht bei einem Antrag auf Feststellung der Unwirksamkeit des Vertrags nach § 135 Abs. 1 Nr. 2 GWB.

Die Unwirksamkeit nach § 135 Abs. 1 GWB kann 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 Vertrages, jedoch nicht später als 6 Monate nach Vertragsschluss geltend gemacht worden ist. 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. (vgl. §135 Abs. 2 GWB). Grundsätzlich werden Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt werden, vor dem Zuschlag gemäß § 134 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) informiert.

VI.5. Date of dispatch of this notice

22/12/2017