

Teilnahmewettbewerb zur

Ausschreibung eines Dienstleisters für

Weiterentwicklung der Dachmarke bwegt

inklusive Durchführung von

Marketingkampagnen und -maßnahmen

sowie Betreuung der Website

www.bwegt.de

Auftraggeber: NVBW – Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH
Wilhelmsplatz 11
70182 Stuttgart

Stand: Oktober 2021

Inhaltsverzeichnis

Teil A: Allgemeine Grundsätze der Ausschreibung	1
1. Grundlagen der Ausschreibung	1
1.1 Auftraggeber	1
1.2 Vergabestelle	1
2. Gegenstand und Ziel der Ausschreibung	1
2.1 Ausgeschriebene Leistung	1
2.2 Losbildung	1
2.3 Zeit / Ort	2
2.4 Vertrag / Budget	2
2.5 Vergütung	2
2.6 Vertragsbedingungen	2
3. Ausschreibungsbedingungen	3
3.1 Grundlagen	3
3.2 Bestimmung über die Einsendung und Abgabe der Anträge	4
3.3 Mitteilung von Unklarheiten in den Verdingungsunterlagen	4
3.4 Auswahl- und Zuschlagskriterien	5
3.5 Nebenangebote und Änderungsvorschläge	7
3.6 Erstattung von Aufwendungen	7
3.7 Nachprüfung der Vergabe	7
4. Formale Anforderungen an die Teilnahmeanträge	8
4.1 Abgabe in deutscher Sprache	8
4.2 Notwendiger Inhalt	8
4.3 Vollständigkeit des Antrages	10
4.4 Bindefrist	10
4.5 Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen	10
5. Anforderungen an den Bieter, Nachweis der Eignung	11
5.1 Ausschlussgründe	11
5.2 Finanzielle und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit	11
5.3 Fachkunde, Leistungsfähigkeit, Erfahrung und Zuverlässigkeit	11
5.4 Bietergemeinschaften	11
5.5 Subunternehmer	12
5.6 Nachweise	12

Teil B: Leistungsbeschreibung	13
6. Hintergrund und Ziel der Ausschreibung	13
7. Leistungsbeschreibung	13
8. Maßnahmenplanung	15
9. Übergabe	15

Teil A: Allgemeine Grundsätze der Ausschreibung

1. Grundlagen der Ausschreibung

1.1 Auftraggeber

Auftraggeber (AG) ist die

NVBW – Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH
Wilhelmsplatz 11
70182 Stuttgart

1.2 Vergabestelle

Vergabestelle ist die NVBW - Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH (NVBW). Die NVBW wurde im Jahr 1996 im Zuge der Regionalisierung gegründet. Eigentümer und alleiniger Gesellschafter der NVBW ist das Land Baden-Württemberg. Die NVBW berät und unterstützt das Land Baden-Württemberg, vertreten durch das Ministerium für Verkehr (VM), insbesondere bei der Wahrnehmung seiner Aufgaben als Aufgabenträger und Besteller für den SPNV in Baden-Württemberg. Auch bei der landesweiten Förderung des Rad- und Fußverkehrs sowie neuen ÖPNV-Angebotsformen unterstützt die NVBW das Ministerium. Die NVBW ist darüber hinaus wichtiger Akteur bei der digitalen Mobilität, um intelligent vernetzte und ressourcenschonende Mobilitätslösungen in Baden-Württemberg zu etablieren.

Weitere Informationen über die NVBW erhalten sie im Internet unter www.nvbw.de.

2. Gegenstand und Ziel der Ausschreibung

2.1 Ausgeschriebene Leistung

Gegenstand der Ausschreibung ist es, einen Dienstleister zu beauftragen, der/die für die Jahre 2022 – 2024 die Dachmarke bwegt weiterentwickelt und die Durchführung von Marketingkampagnen und -maßnahmen als Full-Service-Agentur übernimmt, sowie die Website www.bwegt.de betreut.

Die konkreten Anforderungen der zu erbringenden Leistung ergeben sich aus Teil B, Kap. 6ff.

2.2 Losbildung

Eine Vergabe in Losen findet nicht statt, da eine Trennung der Leistungsbestandteile inhaltlich und wirtschaftlich nicht durchführbar ist.

2.3 Zeit / Ort

Die Vertragslaufzeit beginnt mit der Auftragserteilung. Gegenstand der Ausschreibung ist es, einen Dienstleister zu beauftragen, der die ausgeschriebene Leistung für die Jahre 2022 (nach Zuschlagserteilung) bis zum 31.12.2024 erbringt. Optional kann am Ende der Vertragslaufzeit eine Verlängerung um ein Jahr vereinbart werden.

Ort der Leistungserbringung ist Baden-Württemberg. Gerichtsstand ist Stuttgart.

2.4 Vertrag / Budget

Für die Durchführung steht folgendes maximales Budget (netto) jährlich zur Verfügung:

max. 7,0 Mio. Euro.

Darin sind alle Agentur-, Lizenz- und Umsetzungs- und Fremdkosten enthalten. Der Auftragnehmer hat keinen Anspruch auf die Beauftragung des gesamten Budgets.

2.5 Vergütung

Die Vergütung erfolgt zu den vereinbarten Preisen grundsätzlich nach Leistungserbringung auf Rechnungsstellung. Die gesetzliche Mehrwertsteuer ist auszuweisen. Es gelten die Bestimmungen des Rahmenvertrages, siehe Anlage.

2.6 Vertragsbedingungen

Der Vertrag kommt mit dem Zuschlag zustande. Mit Vertragsschluss wird ein entsprechender Rahmenvertrag geschlossen. Hinzukommt - soweit erforderlich - ein Vertrag zur Verarbeitung von Daten nach der DSGVO. Vertragsbestandteile werden kumulativ:

- der verhandelte Rahmenvertrag
- die Ausschreibungsbedingungen aus den Verdingungsunterlagen
- ggfls. nachgelagerte Bieterinformationen
- die Leistungsbeschreibung aus dem endgültigen Angebot des Bieters
- die Allgemeinen Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B),
- die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der NVBW (Stand Dezember 2020).

Es gelten ausschließlich unsere AGB vom Dezember 2020, die diesem Schreiben beiliegen. Allgemeine Geschäftsbedingungen der Bieter werden nicht akzeptiert und führen zum Ausschluss. Im Zweifel gehen die Anforderungen aus der Ausschreibung den Ausführungen im Angebot vor, sofern nichts gesondert vereinbart wird.

Es gelten die **Besondere Vertragsbedingungen zur Erfüllung der Tariftreue- und Mindestentgeltverpflichtungen nach dem Tariftreue- und Mindestlohngesetz für öffentliche Aufträge in Baden-Württemberg (Landestariftreue- und Mindestlohngesetz - LTMG)** (siehe beiliegend).

3. Ausschreibungsbedingungen

3.1 Grundlagen

Der Auftraggeber geht davon aus, dass der Auftragswert den Schwellenwert für Leistungen nach § 106 GWB überschreitet. Es wird eine europaweite Ausschreibung des **Verhandlungsverfahrens mit Teilnahmewettbewerb** gem. § 119 GWB durchgeführt, da nicht alle inhaltlichen und vertraglichen Fragen abschließend geklärt sein können. Das Verhandlungsverfahren ist wie folgt geplant:

Schritt 1: Teilnahmewettbewerb

Der Auftraggeber veröffentlicht einen Teilnahmewettbewerb und fordert die Bieter im Teilnahmewettbewerb dazu auf, zum festgesetzten Termin ein Konzept abzugeben.

Der Auftraggeber wird anhand der Auswahlkriterien mindestens drei und maximal fünf geeignete Bieter für Schritt 2 auswählen und die zukünftige Zusammenarbeit verhandeln.

Schritt 2: Verhandlungsverfahren

Die in Schritt 1 ausgewählten Bieter werden voraussichtlich **in der KW 48** des Jahres 2021 zur **Präsentation in KW 49** eingeladen. In diesem Termin sollen die ausgewählten Bieter ihr Konzept in einer präsentationsfähigen Form darstellen und erläutern. Mit den Bietern wird das Projektvorgehen erörtert und der Rahmenvertrag verhandelt.

Es werden ggf. weitere Präsentationen / Verhandlungen geführt. Der Auftraggeber behält sich vor, die Zahl der Bieter, die zu weiteren Verhandlungsgesprächen eingeladen werden und die in Schritt 3 aufgefordert werden, weiter zu reduzieren.

Schritt 3: Vertragsabschluss

Die nach Schritt 2 ausgewählten Bieter werden zur Abgabe eines finalen Angebotes aufgefordert. Das finale Angebot besteht aus dem ausverhandelten Rahmenvertrag. Der anhand der Zuschlagskriterien ausgewählte Bieter erhält den Zuschlag auf den Rahmenvertrag.

Die Verdingungsunterlagen dürfen nur zur Erstellung eines Antrages verwendet werden; jede Veröffentlichung (auch auszugsweise) ist ohne die ausdrückliche Genehmigung der ausschreibenden Stelle nicht gestattet.

Der Bieter hat, auch nach Beendigung der Angebotsphase, über die ihm bei seiner Tätigkeit bekannt gewordenen geschäftlichen Angelegenheiten der NVBW, des VM sowie weiterer Partner Verschwiegenheit zu wahren. Er hat hierzu auch die bei der Erstellung und Vorbereitung des Angebotes beschäftigten Mitarbeiter zu verpflichten. Ebenso verpflichten sich die NVBW und das VM alle Angebotsunterlagen vertraulich zu behandeln und nicht an Dritte weiterzugeben.

3.2 Bestimmung über die Einsendung und Abgabe der Anträge

Der Antrag muss vollständig, in deutscher Sprache und von einer zeichnungsberechtigten Person unterschrieben bis zum

Mittwoch, 17.11.2021, 12:00 Uhr

in elektronischer Form bei der

NVBW – Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH
Vergabestelle

auf dem Portal von **DTVP** unter **www.dtv.de** mit der dort angegebenen Nummer

vorliegen. Anträge, die zu diesem Zeitpunkt nicht in vollständiger Form vorliegen, werden nicht berücksichtigt. Die Öffnung erfolgt am selben Tag bei der NVBW. Bieter sind bei der Öffnung nicht zugelassen.

Die Anträge werden im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen vertraulich behandelt. Die von den Bietern erbetenen personenbedingten Angaben werden im Rahmen des Vergabeverfahrens verarbeitet und gespeichert, siehe dazu die datenschutzrechtlichen Hinweise auf der Homepage der NVBW.

3.3 Mitteilung von Unklarheiten in den Verdingungsunterlagen

Enthalten die Verdingungsunterlagen nach Auffassung des Bewerbers Unklarheiten, so hat der Bewerber unverzüglich die Vergabestelle vor Angebotsabgabe in ausschließlich schriftlicher Form über das **Portal von DTVP** darauf hinzuweisen.

Fragen zum Angebot müssen **ausschließlich** schriftlich in deutscher Sprache bis zum

Montag, 08.11.2021, 12:00 Uhr

auf dem Portal von **DTVP** unter **www.dtv.de** mit der dort angegebenen Nummer eingereicht werden.

Die Antworten werden ebenfalls schriftlich gegeben. Sowohl Fragen als auch Antworten werden, soweit sie von allgemeinem Interesse sind, in anonymisierter Form an alle Bewerber bekannt gegeben. Die Bieter müssen sich fortlaufend und eigeninitiativ über neue Informationen durch Besuch der Webseite unterrichten.

3.4 Auswahl- und Zuschlagskriterien

Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt anhand folgender **Auswahlkriterien**:

1. Inhaltliche und kreative Qualität der Konzeptentwürfe sowie Gestaltung der Umsetzung der beschriebenen Maßnahmen 40 %

Die Bieter sollen die angebotene Leistung anhand der Inhalte der Aufgabenbeschreibung und lösungsorientiert sowie mit Verständnis für die Marke bewegt darstellen.

2. Preis anhand einer fiktiven Angebotskalkulation mit

5 Stunden Geschäftsführung,

20 Stunden Seniorberatung,

40 Stunden Projektmanagement,

20 Stunden Projektassistenz,

10 Stunden Text,

10 Stunden Grafik,

20 Stunden Programmierung/Webentwicklung,

20 Stunden Content-Management

20 %

Die Preisbewertung erfolgt wie folgt: Es wird der Mittelwert aller Angebote ermittelt. Dieser Mittelwert erhält (jeweils für den durchschnittlichen Tagessatz) die halbe Punktzahl. 0 Punkte erhält ein fiktives Angebot mit dem 1,5-fachen des Mittelwertes. Die volle Punktzahl erhält ein fiktives Angebot mit dem 0,5-fachen Preis des Mittelwertes. Alle Angebote mit darüber oder darunterliegenden Preisen erhalten ebenfalls 0, bzw. alle Punkte. Die Punkteermittlung für die dazwischenliegenden Preise erfolgt über eine lineare Interpolation gerundet auf volle Punktzahl.

3. Erfahrungen mit vergleichbaren Aufgaben der letzten 5 Jahre mit Aussagen zu Auftraggebern, Budget, Maßnahmen und Leistungszeitraum (Umfangreiche Dachmarkenkommunikation inkl. vollständige Betreuung der Website) 10 %

4. Fachliche Leistungsfähigkeit in Bezug auf die Betreuung der Typo3-Website und Frontendentwicklung von Apps durch Angaben zur Qualifikation des Personals. 15 %

Die Bieter haben durch entsprechende Referenzen nachzuweisen, dass sie über ausreichend in den im Rahmen der Ausschreibung geforderten Aufgabenbereichen erfahrenes Personal verfügen (Programmierung/Webentwicklung inkl. Schnittstellen und deren Management, technische Betreuung, UX-Design, Content-Management). Sie haben die ProjektmitarbeiterInnen zu benennen und deren einschlägige Erfahrungen aufzuzeigen.

5. Fachliche Leistungsfähigkeit durch Angaben zur Qualifikation des Personals (exkl. Website, da bereits unter 4. erforderlich). 15 %

Die Bieter haben durch entsprechende Referenzen nachzuweisen, dass sie über ausreichend in den im Rahmen der Ausschreibung geforderten Aufgabenbereichen erfahrenes Personal verfügen. Sie haben die ProjektmitarbeiterInnen zu benennen und deren einschlägige Erfahrungen aufzuzeigen.

Zuschlagskriterien:

Der Zuschlag wird auf das unter Berücksichtigung aller Umstände wirtschaftlichste Angebot erteilt. Der niedrigste Angebotspreis allein ist nicht entscheidend. Die Bewertung der Angebote erfolgt anhand folgender Zuschlagskriterien:

1. Strategie, Konzept 50 %

Darstellung der kreativen Entwicklung des strategischen Gesamtkonzepts in einem Präsentationstermin auf Basis einer Ist-Analyse mit Botschaften, Zielgruppen, Auswahl der Kanäle und Darstellung der inhaltlichen Ausrichtung im Mediamix sowie Darstellung der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Strategie

2. Beispielhafte Darstellung einzelner Maßnahmen 30 %

Darstellung der kreativen Entwicklung beispielhafter Maßnahmen, Auswahl der Kanäle und Darstellung der inhaltlichen Ausrichtung im Mediamix in einem Präsentationstermin

3. Projektmanagement 10 %

Darstellung des Prozesses zur Planung der Projektumsetzung (Projektplan, Timings, Budgetplan, Zuständigkeiten, Definition von KPIs) in einem Präsentationstermin

4. Höhe der Stundensätze (nach Qualifikation, s.o.)

10 %

Die Preisbewertung erfolgt wie folgt: Es wird der Mittelwert aller Angebote ermittelt. Dieser Mittelwert erhält (jeweils für den durchschnittlichen Tagessatz) die halbe Punktzahl. 0 Punkte erhält ein fiktives Angebot mit dem 1,5-fachen des Mittelwertes. Die volle Punktzahl erhält ein fiktives Angebot mit dem 0,5-fachen Preis des Mittelwertes. Alle Angebote mit darüber oder darunterliegenden Preisen erhalten ebenfalls 0, bzw. alle Punkte. Die Punkteermittlung für die dazwischenliegenden Preise erfolgt über eine lineare Interpolation gerundet auf volle Punktzahl.

3.5 Nebenangebote und Änderungsvorschläge

Nebenangebote sind nicht zulässig.

3.6 Erstattung von Aufwendungen

Aufwendungen, die bei der Antrags-/Angebotserstellung und im weiteren Verlauf des Ausschreibungsvorgangs entstehen, werden nicht erstattet.

Die **ausgewählten Bieter**, die nach Kapitel 3.1 zur Abgabe eines Angebotes aufgefordert werden, ein zuschlagsfähiges Angebot abgeben und nicht den Zuschlag erhalten, erhalten eine Aufwandentschädigung in Höhe von je 5.000 € (netto).

3.7 Nachprüfung der Vergabe

Zuständig für die Nachprüfung der Vergabe dieses Auftrags im Verfahren nach §§ 155 ff. des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) ist die Vergabekammer Baden-Württemberg, beim Regierungspräsidium Karlsruhe:

Vergabekammer Baden-Württemberg

Durlacher Allee 100,

76137 Karlsruhe

Telefon: 0721/926-8730

Telefax: 0721/926-3985

Etwaige Vergabeverstöße muss der Bieter gem. § 160 Abs. 3 GWB unverzüglich rügen. Ein Vergabenachprüfungsantrag ist innerhalb von 15 Kalendertagen nach der Mitteilung der Auftraggeber, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, bei der Vergabekammer einzureichen.

4. Formale Anforderungen an die Teilnahmeanträge

4.1 Abgabe in deutscher Sprache

Der Teilnahmeantrag (und das spätere Angebot) sind in allen Bestandteilen, inklusive aller geforderten Nachweise und Erklärungen, in deutscher Sprache abzufassen. Ausländischen Schriften müssen neben dem Original auch deutsche Übersetzungen der Nachweise und Erklärungen beiliegen. Hierfür entstehende Kosten sind vom Bieter zu tragen. Die Bieter tragen die Verantwortung für die korrekte Übersetzung der eingereichten Nachweise und Erklärungen.

4.2 Notwendiger Inhalt (Liste der vorzulegenden Unterlagen)

Der Teilnahmeantrag muss folgenden Inhalt umfassen, dabei ist die nachfolgende Gliederung einzuhalten:

Teil 1:

- Der Teilnahmeantrag muss im Original von einer zeichnungsberechtigten Person rechtsverbindlich unterschrieben sein. Das Angebot einer Bietergemeinschaft muss von allen an der Bietergemeinschaft beteiligten Unternehmen rechtsverbindlich unterschrieben sein. Fehlt die Unterschrift eines Mitgliedes, so liegt kein rechtsverbindliches Angebot der Bietergemeinschaft vor. Der Antrag ist in einem solchen Fall von der Wertung auszuschließen. Kommt jedoch einem Mitglied aufgrund eines rechtsgültigen Gesellschaftsvertrages zum Zeitpunkt der Angebotseröffnung Alleingeschäftsführerbefugnis zu oder ist er aufgrund entsprechender Erklärung aller Bieter für alle bevollmächtigt, so genügt die Unterschrift dieses Mitglieds. Die Alleingeschäftsführerbefugnis ist in diesem Fall nachzuweisen.
- Benennung eines verantwortlichen Ansprechpartners für das Vergabeverfahren (Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse) gemäß Anlage.
- Bestätigung der Bindefrist gemäß Anlage.
- Erklärung des Bieters gemäß Anlage, dass sein Angebot in allen Punkten den Forderungen der Leistungsbeschreibung entspricht und die Regelungen dieser Verdingungsunterlagen von ihm uneingeschränkt akzeptiert werden.
- Eine Erklärung des Bieters gemäß Anlage, dass er sich zur Einhaltung allgemeiner Verschwiegenheit und Vertraulichkeit hinsichtlich der durch die Leistungserbringung erworbenen Informationen verpflichtet.
- Eine Erklärung des Bieters gemäß Anlage, dass er mit Erhalt der vereinbarten Vergütung alle Urheberrechte aus der erbrachten Leistung und die Nutzungsrechte daran an die NVBW, bzw. das Verkehrsministerium überträgt.

- Abgabe einer Mindestentgelterklärung gem. § 4 Abs. 1 Landestariftreue- und Mindestlohngesetz Baden-Württemberg (LTMG), gemäß Anlage, ggf. von jedem Mitglied der Bietergemeinschaft und von Subunternehmern.
- Angaben zur Bietergemeinschaft; vergleiche Teil A Kapitel 5.4
- Angaben zu Subunternehmern; vergleiche Teil A Kapitel 5.5

Teil 2: Nachweis der Eignung

- Eigenerklärungen und Nachweise, wie im Einzelnen in Teil A Kapitel 5.1 bis 5.6 gefordert.
- Geschäftsbericht des letzten Kalender- oder Wirtschaftsjahres, vgl. Teil A Kap. 5.2.
- Zu erbringende Nachweise über die Referenzen, vgl. Teil A Kap. 5.3.
- Die den Auswahlkriterien entsprechenden Erklärungen, Referenzen und Bestätigungen, vgl. Teil A Kap. 3.4. Die Erfahrungen sind jeweils durch geeignete Referenzen nachzuweisen.
- Angabe derjenigen Personen, die im Falle einer Beauftragung zum Einsatz vorgesehen sind (inkl. Übersicht über beruflichen Werdegang sowie berufliche u. fachliche Erfahrungen).
- Benennung eines verantwortlichen Ansprechpartners und der für die Projektleitung vorgesehenen Person (inkl. einer Übersicht über den beruflichen Werdegang sowie berufliche und fachliche Erfahrungen).

Teil 3: Konzept

Der Bieter soll für die Leistungserbringung ein erstes Konzept erstellen. Dieses soll höchstens 20 DIN-A4 - Seiten umfassen und folgendes beinhalten:

- Kurze Analyse zur aktuellen Situation des Nahverkehrs und der Fahrgastentwicklung unter Berücksichtigung der Auswirkungen von Corona
- Aussagen zur Positionierung der Dachmarke bwegt auf Basis der Analyse im aktuellen Umfeld
- Entwicklung von Botschaften einer Kampagne zur überzeugenden (Rück-) Gewinnung von Fahrgästen für den Nahverkehr in Baden-Württemberg unter Berücksichtigung der Auswirkungen von Corona
- Aussagen zu den Zielgruppen der Botschaften
- Aussagen zu den möglichen Kanälen unter Berücksichtigung einer gewünschten stärkeren Verankerung in den Regionen Baden-Württembergs
- Daraus abgeleitetes strategisches Gesamtkonzept

- Beispielhafte Beschreibung von Kampagnen/Maßnahmen abgeleitet aus der Gesamtkonzeption
- Darstellung des Prozesses zur Planung der Projektumsetzung (Projektplan, Timings, Budgetplan, Zuständigkeiten, Definition von KPIs)

Dem Antrag sind also folgende Unterlagen beizufügen:

Konzeptentwürfe mit kurzen Erläuterungen

Teil 4: Kalkulation/Kostensätze

- Die Stundensätze, differenziert nach Funktion/Qualifikation wie im Kalkulationsblatt gefordert. Das Kalkulationsblatt ist rechtsverbindlich zu zeichnen.
- Alle Preise sind in netto in Euro anzugeben.

4.3 Vollständigkeit des Antrages

Der Antrag muss vollständig sein; unvollständige Anträge können ausgeschlossen werden. Der Antrag muss die Preise und die in den Verdingungsunterlagen geforderten Erklärungen, Nachweise und Angaben (erforderlichenfalls mit den deutschen Übersetzungen) enthalten. Fehlende oder unvollständige Nachweise und Erklärungen können zum Ausschluss vom Vergabeverfahren führen.

Änderungen des Bieters an seinen Eintragungen müssen zweifelsfrei sein. Alle Eintragungen müssen dokumentenecht sein. Änderungen an den Verdingungsunterlagen sind unzulässig.

4.4 Bindefrist

Die Bindefrist läuft bis 28.02.2022. Bis zum Ablauf dieses Datums ist der Bieter an seinen Antrag, bzw. Angebot, gebunden.

4.5 Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen

Teilnahmeanträge und Angebote von Bietern und Bietergemeinschaften, die sich im Zusammenhang mit diesem Vergabeverfahren an einer unzulässigen Wettbewerbsbeschränkung beteiligen, werden ausgeschlossen.

5. Anforderungen an den Bieter, Nachweis der Eignung

5.1 Ausschlussgründe

Zur Prüfung der Eignung muss der Bieter gemäß Anlage erklären, ob die unter §§ 123 und 124 GWB genannten Fälle auf ihn zutreffen und inwiefern eine Selbstreinigung nach § 125 GWB vorliegt. Der Auftraggeber kann hierzu geeignete Nachweise nachfordern.

Von der Teilnahme am Vergabeverfahren werden Bieter ausgeschlossen, die aufgrund eines der in Artikel 57 Absatz 1 der Richtlinie 2014/24/EU genannten Gründe rechtskräftig verurteilt worden sind.

Des Weiteren können Bieter ausgeschlossen werden, die im Vergabeverfahren vorsätzlich unzutreffende Erklärungen in Bezug auf ihre Fachkunde, Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit abgegeben haben.

5.2 Finanzielle und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit

Zur Beurteilung der finanziellen und wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Bieters hat dieser den Geschäftsbericht des letzten Kalender- oder Wirtschaftsjahres, aus dem auch die Eigentums- und Gesellschaftsverhältnisse hervorgehen, vorzulegen. Falls durch einen Bieter kein eigener Geschäftsbericht herausgegeben wird, ist die Vorlage des Jahresabschlusses (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und ggf. des Lageberichts) sowie eine Erklärung über die aktuellen Eigentums- und Gesellschaftsverhältnisse ausreichend. Diese Unterlagen sind zwingend für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr vorzulegen.

5.3 Fachkunde, Leistungsfähigkeit, Erfahrung und Zuverlässigkeit

Zur Beurteilung der für die Durchführung der ausgeschriebenen Leistung erforderlichen Fachkunde, Leistungsfähigkeit, Erfahrung und Zuverlässigkeit, sind vom Bieter und ggfls. von Subunternehmern Referenzen über bisher erbrachte vergleichbare Leistungen im Bereich der Betreuung, Weiterentwicklung und Umsetzung von großen kanalübergreifenden Marketingkampagnen vorzulegen.

5.4 Bietergemeinschaften

Geben mehrere Unternehmen einen gemeinschaftlichen Antrag ab, so hat die Bietergemeinschaft in ihrem Antrag eine von allen Mitgliedern unterschriebene Erklärung abzugeben. In dieser Erklärung muss die Bildung einer Bietergemeinschaft im Auftragsfall organisatorisch geregelt sein. Darüber hinaus sind alle Mitglieder der Bietergemeinschaft

aufzuführen und der für die Durchführung des Vertrages bevollmächtigte Vertreter zu benennen. Die entsprechende Vollmacht ist dem Antrag beizufügen. Darüber hinaus ist zu erklären, dass alle Mitglieder als Gesamtschuldner haften.

Die oben genannten Nachweise müssen für jedes Mitglied einer Bietergemeinschaft vorgelegt werden. Bei der Beurteilung der Eignung einer Bietergemeinschaft wird die Bietergemeinschaft als Ganzes beurteilt. Die Bildung von Bietergemeinschaft nach Angebotsabgabe ist unzulässig.

5.5 Subunternehmer

Der Auftragnehmer ist berechtigt, Teile der **Agenturleistung** durch Dritte (Subunternehmer) erbringen zu lassen. Der Auftragnehmer hat daher in seinem Antrag Art und Umfang der Leistungen anzugeben, die er an Subunternehmer übertragen will. Diese Subunternehmer sind zu benennen bzw. bekannt zu geben.

Die Beauftragung von Subunternehmern (**Fremdleistungen**) nach Zuschlagserteilung ist nur nach schriftlicher Zustimmung des Auftraggebers zulässig. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, bei der Weitergabe von Leistungen an Unterauftragnehmer nach den allgemeinen Wettbewerbsgrundsätzen zu verfahren. Die Fremdleistungen stellen immer Subunternehmen des Auftragnehmers dar.

Unternehmen, die sich mehrfach – sei es als einzelnes Unternehmen, Mitglied einer Bietergemeinschaft oder Nachunternehmer – an diesem Vergabeverfahren beteiligen, können wegen Verstoßes gegen das Wettbewerbsprinzip ausgeschlossen werden.

5.6 Nachweise

Der Auftraggeber behält sich vor, die bei Abgabe des Antrages nicht vorliegenden bzw. nicht den Anforderungen entsprechenden Dokumente zum Nachweis der Eignung nach Kapitel 5.1 bis 5.5 unter Fristsetzung von den Bietern nachzufordern. Sollte ein Bieter der Nachforderung nicht fristgerecht nachkommen, kann dieser Bieter vom weiteren Verfahren ausgeschlossen werden.

Teil B: Leistungsbeschreibung

6. Hintergrund und Ziel der Ausschreibung

Das Land Baden-Württemberg strebt an, die Fahrgastzahlen im öffentlichen Personennahverkehr (Bus und Bahn) bis zum Jahr 2030 deutlich zu erhöhen. Dieses Ziel kann nur dann gelingen, wenn den Bürgerinnen und Bürgern in gesamthaften Kampagnen verdeutlicht wird, welche Vorteile und Qualitäten der Nahverkehr als Alternative zum motorisierten Individualverkehr künftig bietet. Ziel ist es, eine positive Mobilitätskultur im Land zu entwickeln, weiter zu stärken und in der Fläche zu verankern. Dadurch sollen mehr Menschen in Baden-Württemberg für den Umstieg auf Busse und Bahnen begeistert und motiviert werden, in ihrem Alltag ganz selbstverständlich so oft wie möglich das Auto stehen zu lassen.

Verkehrsleistungen werden in Baden-Württemberg durch zahlreiche Eisenbahnverkehrsunternehmen fast ausschließlich als Bruttoverkehrsverträge erbracht. Das Land Baden-Württemberg trägt damit das Erlösrisiko im Schienenpersonennahverkehr. Es müssen daher aktiv die Vernetzung der Player im Markt gefördert und Vertriebskonzepte zur Erlössicherung und -steigerung entwickelt werden.

Dies beschreibt die grundlegende Motivation hinter dieser Ausschreibung.

Gegenstand der Ausschreibung ist es, einen Dienstleister zu beauftragen, der/die für die Jahre 2022 – 2024 die Dachmarke bwegt weiterentwickelt und die Durchführung von Marketingkampagnen und -maßnahmen als Full-Service-Agentur übernimmt, sowie die Website www.bwegt.de betreut.

7. Leistungsbeschreibung

Im Oktober/November 2017 wurde die neue Mobilitätsmarke für den Nahverkehr in Baden-Württemberg „bwegt“ eingeführt (weitere Informationen unter www.bwegt.de). Unter der Dachmarke bwegt werden die Angebote und der Fortschritt aller Nahverkehrsanbieter gebündelt. Dabei startete die Marke als Initiative, bei der das Land, die Verkehrsunternehmen und -verbünde und alle Partner als "beweger" vorangehen. Sukzessive soll bwegt nun mehr und mehr Menschen in Baden-Württemberg begeistern und von der Nutzung des Schienenpersonennahverkehrs/Öffentlichen Nahverkehrs überzeugen.

Durch die Corona-Auswirkungen haben sich die Fahrgastzahlen im Nahverkehr zuletzt rückläufig entwickelt. So wird vermehrt im Homeoffice gearbeitet und dadurch weniger

gependelt. Zudem sind Fahrgäste auf andere Mobilitätsmittel umgestiegen. Diese veränderte Situation gilt es in der Kommunikation aufzugreifen und den Nahverkehr wieder als attraktive Mobilitätslösung zu positionieren – auch im Hinblick auf den Klimawandel.

Dabei soll die Dachmarke **bwegt** noch stärker in den **Regionen vor Ort** – auch dauerhaft – sichtbar gemacht und verankert werden.

Zudem gilt es die handelnden **Akteure im ÖPNV** (Land, Aufgabenträger, Eisenbahnverkehrsunternehmen, Verbünde, ...) in Baden-Württemberg im Rahmen eines zu entwickelnden übergreifenden ÖPNV-Kommunikationskonzepts (inkl. Ziel, Zielgruppen, Botschaften und Kanälen sowie Markenhierarchie) noch stärker für gemeinsame Kommunikationsbotschaften und einen mutigen, emotionalen Auftritt für den ÖPNV in Baden-Württemberg zu gewinnen. Ziel ist es, Synergieeffekte zu heben und Multiplikatorenkonzepte zu erarbeiten, um die Vernetzung der Akteure deutlich auszubauen.

Die **Website bewegt.de** ist ein wichtiges Bindeglied für alle Kampagnen und Maßnahmen der Dachmarke **bwegt**. Die Betreuung, regelmäßige Aktualisierung und Weiterentwicklung hin zu einem serviceorientierten Angebot ist daher eine wichtige Teilaufgabe. Die Typo3-basierte Website mit allen Unterseiten soll dabei vollumfänglich sowohl technisch als auch inhaltlich und grafisch betreut werden. Dies umfasst neben SEO- und SEA-Aktivitäten auch die regelmäßige Überprüfung von definierten Kennzahlen, die Analyse und Auswertung der Kennzahlen sowie die Ausarbeitung von Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Website und Services. Regelmäßig gilt es, auch Tools und Services entweder per Schnittstelle einzubinden (zuletzt z.B. neue Version der Fahrplanauskunft, Toubiz-Datenbank, Preisrechner) oder selbst zu entwickeln (zuletzt z.B. Jobportal mit Schnittstellen zu vorhandenen Jobportalen der Eisenbahnverkehrsunternehmen). Ein Teil der Website ist das B2B-Portal. Auch dieses gilt es zu betreuen und weiterzuentwickeln.

Darüber hinaus wird derzeit eine Weiterentwicklung der **bwegt-App** angestrebt. Hier soll der Dienstleister im Projektteam die Frontend-Konzeption und -entwicklung sowie die Bewerbung der App übernehmen.

Ab 2022 soll auch die **Zielgruppe der Meinungsbildner** verstärkt angesprochen werden. Hierzu sollen Informations-, Dialog- und Beteiligungsangebote entwickelt und umgesetzt werden.

Mit diesen Zielsetzungen soll die Dachmarke **bwegt** weiterentwickelt und mit entsprechenden Maßnahmen und Kampagnen unterlegt werden. Ein Austausch mit den für die Themen „Produktmarketing für Tickets im Baden-Württemberg-Tarif“, „PR- und Social Media / Content“ und „Medialeistungen“ vorhandenen Dienstleistern ist dabei regelmäßig erforderlich.

8. Maßnahmenplanung

Auf Basis einer gemeinsam abgestimmten Jahres- und Budgetplanung sollen die Maßnahmen definiert und mit Zielen hinterlegt werden. Größere Maßnahmen sind nach einem mit dem Auftraggeber abgestimmten Projektmanagement-Prozess durchzuführen.

Alle Maßnahmen sind anhand vorher festgelegten KPIs zu kontrollieren und zu dokumentieren. Dem Auftraggeber sind diese Auswertungen regelmäßig und nach Durchführung einer Maßnahme zur Verfügung zu stellen.

9. Übergabe

Zu Beginn des Vertrages soll eine Übergabe von zu betreuenden Themen mit dem bisherigen Dienstleister stattfinden. Diese Übergabe umfasst unter anderem:

- Bisherige Markenstrategie,
- Betreuung und Weiterentwicklung CD-Manual, CD-Checks für Eisenbahnverkehrsunternehmen und weitere Partner,
- regelmäßige Messeauftritte (u.a. CMT, Landesgartenschauen),
- regelmäßige Marktforschung,
- Betreuung und Entwicklung weiterer unter bwegt zu kommunizierenden Marken/Angebote, wie MEX (Metropolexpress), Regio S-Bahn, Regiobusse,
- Werbemittel und Lager,
- bwegt-Website
- BtoB-Portal.

Der Auftragnehmer ist verpflichtet nach Abschluss der Tätigkeit eine Übergabe an einen möglichen künftigen Dienstleister zu leisten. Diese wird nicht gesondert vergütet.

Anlagen

Anlage 1	Kalkulationsblatt (siehe gesonderte Datei)
Anlage 2	Allgemeinen Geschäftsbedingungen der NVBW (Stand 2020) (als gesonderte Datei)
Anlage 3	CD-Manual bewegt
Anlage 4	Entwurf zum Rahmenvertrag
Anlage 5 und 6	Besondere Vertragsbedingungen zur Erfüllung der Tariftreue- und Mindestentgeltverpflichtungen und Muster für Tariftreueerklärung (siehe gesondert bei Vordrucken)
Anlage 7	Vordruck für Erklärungen in Vergabeverfahren (Kapitel 4.2 Teil 1 und Kapitel 5.1) (siehe gesondert bei Vordrucken)