

Diese Bekanntmachung auf der TED-Website: <https://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:414345-2022:TEXT:DE:HTML>

**Deutschland-Augsburg: Öffentlichkeitsarbeit
2022/S 145-414345**

Auftragsbekanntmachung

Dienstleistungen

Rechtsgrundlage:

Richtlinie 2014/24/EU

Abschnitt I: Öffentlicher Auftraggeber

I.1) Name und Adressen

Offizielle Bezeichnung: Freistaat Bayern vertreten durch das Bayerische Landesamt für Umwelt

Postanschrift: Bürgermeister-Ulrich-Straße 160

Ort: Augsburg

NUTS-Code: DE2 Bayern

Postleitzahl: 86179

Land: Deutschland

Kontaktstelle(n): Schnabl, Stephanie

E-Mail: vergabeservicezentrum@lfu.bayern.de

Internet-Adresse(n):

Hauptadresse: <https://www.lfu.bayern.de>

I.3) Kommunikation

Die Auftragsunterlagen stehen für einen uneingeschränkten und vollständigen direkten Zugang gebührenfrei zur Verfügung unter: <https://www.evergabe.bayern.de/evergabe.bieter/api/external/deeplink/subproject/d39a447c-fd4e-46c5-9a9d-4be84e50be4b>

Weitere Auskünfte erteilen/erteilt die oben genannten Kontaktstellen

Angebote oder Teilnahmeanträge sind einzureichen elektronisch via: <https://www.evergabe.bayern.de/evergabe.bieter/api/external/deeplink/subproject/d39a447c-fd4e-46c5-9a9d-4be84e50be4b>

I.4) Art des öffentlichen Auftraggebers

Regional- oder Kommunalbehörde

I.5) Haupttätigkeit(en)

Umwelt

Abschnitt II: Gegenstand

II.1) Umfang der Beschaffung

II.1.1) Bezeichnung des Auftrags:

Informations- und Akzeptanzkampagne Erneuerbare Energien

Referenznummer der Bekanntmachung: 2022000402

II.1.2) CPV-Code Hauptteil

79416000 Öffentlichkeitsarbeit

II.1.3) Art des Auftrags

Dienstleistungen

II.1.4) Kurze Beschreibung:

Los 1: Im Rahmen des Projektes „Wärmewende“ ist eine Informationskampagne geplant, die sich an die breite Öffentlichkeit richtet. Damit werden die an LENK gestellten Aufgaben aus dem Aktionsprogramm Energie umgesetzt. Für die zielgruppengerechte Umsetzung der Kampagne ist ein schlüssiges Kommunikationskonzept notwendig. Des Weiteren muss umfangreiches Begleitmaterial in Form von Videos, Slide-Shows, Social-Media-Beiträgen erstellt werden. Die Roadshow erfordert ein geeignetes Konzept für eine mobile Ausstellung bzw. Werkstatt.

//

Los 2: Des Weiteren soll im Rahmen des Projektes „Windkümmerer 2.0“ eine Informations- und Akzeptanzkampagne durchgeführt werden.

Bei der Windenergie handelt es sich um ein sehr emotionales und kontrovers diskutiertes Thema, das in der Bevölkerung viele Ängste auslöst. Die Kampagne zielt vor allem darauf ab, Akzeptanz für den Ausbau der Windenergie in der bayerischen Bevölkerung zu erhöhen und die Notwendigkeit für diese Maßnahmen zu vermitteln. Im Fokus steht die zielgruppengerechte Aufbereitung der Inhalte samt passendem Wording und Design in einer crossmedialen, auf die Zielgruppe zugeschnittene Gesamtkampagne.

II.1.5) **Geschätzter Gesamtwert**

II.1.6) **Angaben zu den Losen**

Aufteilung des Auftrags in Lose: ja
Angebote sind möglich für alle Lose

II.2) **Beschreibung**

II.2.1) **Bezeichnung des Auftrags:**

Informationskampagne Wärmewende
Los-Nr.: 1

II.2.2) **Weitere(r) CPV-Code(s)**

79416000 Öffentlichkeitsarbeit

II.2.3) **Erfüllungsort**

NUTS-Code: DE271 Augsburg, Kreisfreie Stadt

II.2.4) **Beschreibung der Beschaffung:**

Im Rahmen des Projektes „Wärmewende“ ist eine Informationskampagne geplant, die sich an die breite Öffentlichkeit richtet. Damit werden die an LENK gestellten Aufgaben aus dem Aktionsprogramm Energie umgesetzt. Für die zielgruppengerechte Umsetzung der Kampagne ist ein schlüssiges Kommunikationskonzept notwendig. Des Weiteren muss umfangreiches Begleitmaterial in Form von Videos, Slide-Shows, Social-Media-Beiträgen erstellt werden. Die Roadshow erfordert ein geeignetes Konzept für eine mobile Ausstellung bzw. Werkstatt.

II.2.5) **Zuschlagskriterien**

Die nachstehenden Kriterien
Qualitätskriterium - Name: Leistung / Gewichtung: 50
Kostenkriterium - Name: Preis / Gewichtung: 50

II.2.6) **Geschätzter Wert**

II.2.7) **Laufzeit des Vertrags, der Rahmenvereinbarung oder des dynamischen Beschaffungssystems**

Beginn: 27/03/2022

Ende: 30/11/2024

Dieser Auftrag kann verlängert werden: nein

II.2.9) **Angabe zur Beschränkung der Zahl der Bewerber, die zur Angebotsabgabe bzw. Teilnahme aufgefordert werden**

Geplante Anzahl der Bewerber: 5

Objektive Kriterien für die Auswahl der begrenzten Zahl von Bewerbern:

Im Rahmen des Teilnahmewettbewerbes wird die Eignung der Bewerber festgestellt und eine Bewertung der Teilnahmeanträge durchgeführt (vgl. Bewertungsmatrix Eignung). Es wird eine Rangfolge pro Los gebildet. Es ist daher bereits im Teilnahmewettbewerb anzugeben für welche Lose später ein Angebot abgegeben werden soll. Entsprechend Angabe ist auf den beigefügten Formblättern zum jeweiligen Kriterium vorzunehmen.

Die Bewerber auf den Rängen 1 bis 5 werden zur Angebotsabgabe aufgefordert und können dann ein Angebot für alle Lose abgeben.

II.2.10) **Angaben über Varianten/Alternativangebote**

Varianten/Alternativangebote sind zulässig: nein

II.2.11) **Angaben zu Optionen**

Optionen: nein

II.2.13) **Angaben zu Mitteln der Europäischen Union**

Der Auftrag steht in Verbindung mit einem Vorhaben und/oder Programm, das aus Mitteln der EU finanziert wird: nein

II.2.14) **Zusätzliche Angaben**

Der unter II.2.7 genannte Beginn des Vertrages ist eine Schätzung. Vertragsbeginn mit Zuschlagserteilung. Vertragsende 30.11.2024. Die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebotes erfolgt über die Einfache Richtwertmethode.

Bewerber dürfen sich auf ein oder beide Lose bewerben. Es besteht keine Zuschlagslimitierung, sodass ein Bieter den Zuschlag für alle bebotenen Lose erhalten kann.

II.2) **Beschreibung**

II.2.1) **Bezeichnung des Auftrags:**

Informations- und Akzeptanzkampagne Windenergie
Los-Nr.: 2

II.2.2) **Weitere(r) CPV-Code(s)**

79416000 Öffentlichkeitsarbeit

II.2.3) **Erfüllungsort**

NUTS-Code: DE271 Augsburg, Kreisfreie Stadt

II.2.4) **Beschreibung der Beschaffung:**

Los 2: Des Weiteren soll im Rahmen des Projektes „Windkümmerer 2.0“ eine Informations- und Akzeptanzkampagne durchgeführt werden.

Bei der Windenergie handelt es sich um ein sehr emotionales und kontrovers diskutiertes Thema, das in der Bevölkerung viele Ängste auslöst. Die Kampagne zielt vor allem darauf ab, Akzeptanz für den Ausbau der Windenergie in der bayerischen Bevölkerung zu erhöhen und die Notwendigkeit für diese Maßnahmen zu vermitteln. Im Fokus steht die zielgruppengerechte Aufbereitung der Inhalte samt passendem Wording und Design in einer crossmedialen, auf die Zielgruppe zugeschnittene Gesamtkampagne.

II.2.5) **Zuschlagskriterien**

Die nachstehenden Kriterien

Qualitätskriterium - Name: Leistung / Gewichtung: 50

Kostenkriterium - Name: Preis / Gewichtung: 50

II.2.6) **Geschätzter Wert**

II.2.7) **Laufzeit des Vertrags, der Rahmenvereinbarung oder des dynamischen Beschaffungssystems**

Beginn: 27/03/2023

Ende: 30/11/2025

Dieser Auftrag kann verlängert werden: nein

II.2.9) **Angabe zur Beschränkung der Zahl der Bewerber, die zur Angebotsabgabe bzw. Teilnahme aufgefordert werden**

Geplante Anzahl der Bewerber: 5

Objektive Kriterien für die Auswahl der begrenzten Zahl von Bewerbern:

Im Rahmen des Teilnahmewettbewerbes wird die Eignung der Bewerber festgestellt und eine Bewertung der Teilnahmeanträge durchgeführt (vgl. Bewertungsmatrix Eignung). Es wird eine Rangfolge pro Lose gebildet. Es ist daher bereits im Teilnahmewettbewerb anzugeben für welche Lose später ein Angebot abgegeben werden soll. Entsprechend Angabe ist auf den beigefügten Formblättern zum jeweiligen Kriterium vorzunehmen.

Die Bewerber auf den Rängen 1 bis 5 werden zur Angebotsabgabe aufgefordert und können dann ein Angebot für alle Lose abgeben.

II.2.10) **Angaben über Varianten/Alternativangebote**

Varianten/Alternativangebote sind zulässig: nein

II.2.11) **Angaben zu Optionen**

Optionen: nein

II.2.13) **Angaben zu Mitteln der Europäischen Union**

Der Auftrag steht in Verbindung mit einem Vorhaben und/oder Programm, das aus Mitteln der EU finanziert wird: nein

II.2.14) **Zusätzliche Angaben**

Der unter II.2.7 genannte Beginn des Vertrages ist eine Schätzung. Vertragsbeginn mit Zuschlagserteilung. Vertragsende 30.11.2025. Die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebotes erfolgt über die Einfache Richtwertmethode.

Bewerber dürfen sich auf ein oder beide Lose bewerben. Es besteht keine Zuschlagslimitierung, sodass ein Bieter den Zuschlag für alle bebotenen Lose erhalten kann.

Abschnitt III: Rechtliche, wirtschaftliche, finanzielle und technische Angaben

III.1) **Teilnahmebedingungen**

III.1.1) **Befähigung zur Berufsausübung einschließlich Auflagen hinsichtlich der Eintragung in einem Berufs- oder Handelsregister**

Auflistung und kurze Beschreibung der Bedingungen:

- Abgabe einer Eigenerklärung über das Nichtbestehen von zwingenden und fakultativen Ausschlussgründen nach §§ 123 und 124 GWB (Dokument in den Vergabeunterlagen enthalten – als Bestätigung wird die Beantwortung einer Frage im Kriterienkatalog der Angebotserstellung gefordert)
- ggf. Abgabe einer Eigenerklärung, warum bestehende fakultative Ausschlussgründe nach § 124 GWB nicht zum Ausschluss führen sollen (Darlegung im Rahmen einer Frage im Kriterienkatalog der Angebotserstellung)
- Die Vergabestelle des Auftraggebers wird vor Zuschlagserteilung eine aktuelle Auskunft aus dem Wettbewerbsregister einholen.
- Ein Ausschluss aufgrund der Regelungen der §§ 123 und 124 GWB ist zu jedem Zeitpunkt des Vergabeverfahrens möglich.
- Abgabe einer Eigenerklärung über das Nichtbestehen von Ausschlussgründen hinsichtlich der Beteiligung russischer Unternehmen bzw. Personen im Sinne des Artikel 5 k) Absatz 1 der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23 der Verordnung (EU) 2022/576 des Rates vom 8. April 2022 über restriktive Maßnahmen angesichts der Handlungen Russlands, die die Lage in der Ukraine destabilisieren (Dokument in

den Vergabeunterlagen enthalten – als Bestätigung wird die Beantwortung einer Frage im Kriterienkatalog der Angebotserstellung gefordert).

III.1.2) **Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit**

Auflistung und kurze Beschreibung der Eignungskriterien:

- Anzahl der ständig beschäftigten Fachkräfte der letzten drei Jahre (im Mittel); wie z. B.

Kommunikationswissenschaftler*innen, Kommunikationsdesigner*innen, Grafiker*innen, WebEntwickler*innen, Mediengestalter*innen oder eine vergleichbare Ausbildung.

(Nachweis durch Eigenerklärung über bereitgestelltes Formblatt)

- Jährlicher Gesamtumsatz (Mittel der letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahre bzw. bei späterer Gründung seit Existenz des Unternehmens) mindestens 600.000 Euro.

(Nachweis durch Eigenerklärung im Kriterienkatalog der e-Vergabe Plattform - Ankreuzen in der Rubrik „Eignungskriterien“ bei der entsprechenden Frage)

- Nachweis der Versicherung - Betriebshaftpflicht über mindestens 500.000 €

Nachweis einer Erklärung eines Versicherungsunternehmens, die im Auftragsfall den Abschluss einer Betriebshaftpflichtversicherung über mind. 500.000 € zusichert bzw. Nachweis, dass eine solche Versicherung bereits ständig abgeschlossen ist. Die Deckung muss über die Vertragslaufzeit uneingeschränkt erhalten bleiben.

(Nachweis durch Eigenerklärung im Kriterienkatalog der e-Vergabe Plattform - Ankreuzen in der Rubrik „Eignungskriterien“ bei der entsprechenden Frage)

III.1.3) **Technische und berufliche Leistungsfähigkeit**

Auflistung und kurze Beschreibung der Eignungskriterien:

- Erfahrungen der Agentur bei der Umsetzung von Informations- und Akzeptanzkampagnen:

Benennen von mindestens einer Referenz der letzten fünf Jahre für den Nachweis der Umsetzung von Kampagnen mit verschiedenen Beteiligten und Zielgruppen über eine Laufzeit von mindestens einem Jahr.

(Mindestpunktzahl 1)

(Nachweis durch Eigenerklärung über bereitgestelltes Formblatt)

- Erfahrungen der Agentur mit öffentlichen Auftraggebern:

Benennen von Referenzen der letzten fünf Jahre zum Nachweis der Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit öffentlichen Auftraggebern.

(Nachweis durch Eigenerklärung über bereitgestelltes Formblatt)

- Erfahrungen der Agentur bei der Umsetzung von Vor-Ort Veranstaltungen:

Benennen von mindestens einer Referenz der letzten fünf Jahre zum Nachweis der Erfahrung bei der Umsetzung von Präsenzveranstaltungen.

(Mindestpunktzahl 1)

(Nachweis durch Eigenerklärung über bereitgestelltes Formblatt)

- Erfahrungen der Agentur in der Kommunikation anspruchsvoller und komplexer Themen mit Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln, z.B. Umsetzung von Projekten aus den Bereichen Klimaschutz und Energiewende, Naturschutz, Umweltschutz, Klimaschutz, erneuerbare Energien, Gesundheit, o.ä.:

Benennen von Referenzen der letzten fünf Jahre zum Nachweis der Erfahrung.

(Mindestpunktzahl 1)

(Nachweis durch Eigenerklärung über bereitgestelltes Formblatt)

Sie finden hier ergänzend einen Direktlink zur Eignungsmatrix, aus der alle geforderten Kriterien und Mindeststandards hervorgehen.

<https://www.lfu.bayern.de/ausschreibungen/doc/eignungskriterien/11.pdf>

III.2) **Bedingungen für den Auftrag**

III.2.2) **Bedingungen für die Ausführung des Auftrags:**

Sprachkenntnisse - Erklärung zur Beherrschung der deutschen Sprache im Rahmen der Angebotsphase:
Die gesamte schriftliche und mündliche Projektkommunikation erfolgt in deutscher Sprache. Verfügen die für den Auftrag Hauptverantwortlichen und die mit der Auftragsausführung betrauten Bearbeiterinnen und Bearbeiter über sehr gute deutsche Sprachkenntnisse in Wort und Schrift?
(Nachweis durch Eigenerklärung im Kriterienkatalog der e-Vergabe Plattform)

Abschnitt IV: Verfahren

IV.1) **Beschreibung**

IV.1.1) **Verfahrensart**

Verhandlungsverfahren

IV.1.3) **Angaben zur Rahmenvereinbarung oder zum dynamischen Beschaffungssystem**

IV.1.5) **Angaben zur Verhandlung**

IV.1.8) **Angaben zum Beschaffungsübereinkommen (GPA)**

Der Auftrag fällt unter das Beschaffungsübereinkommen: ja

IV.2) **Verwaltungsangaben**

IV.2.2) **Schlussstermin für den Eingang der Angebote oder Teilnahmeanträge**

Tag: 29/08/2022

Ortszeit: 12:00

IV.2.3) **Voraussichtlicher Tag der Absendung der Aufforderungen zur Angebotsabgabe bzw. zur Teilnahme an ausgewählte Bewerber**

Tag: 24/10/2022

IV.2.4) **Sprache(n), in der (denen) Angebote oder Teilnahmeanträge eingereicht werden können:**

Deutsch

IV.2.6) **Bindefrist des Angebots**

Das Angebot muss gültig bleiben bis: 30/04/2023

Abschnitt VI: Weitere Angaben

VI.1) **Angaben zur Wiederkehr des Auftrags**

Dies ist ein wiederkehrender Auftrag: nein

VI.2) **Angaben zu elektronischen Arbeitsabläufen**

Aufträge werden elektronisch erteilt

Die elektronische Rechnungsstellung wird akzeptiert

Die Zahlung erfolgt elektronisch

VI.3) **Zusätzliche Angaben:**

Das Gesamtvolumen für die Kampagnen beträgt bis zum Ende der Laufzeit für:

- Los 1 - max. 600.000 Euro netto

- Los 2 - max. 538.000 Euro netto

Die Angebotssumme gilt als Obergrenze.

Der Referenzzeitraum der Eignungskriterien 2.1 – 2.4 wurde auf fünf Jahre erweitert.

Die Mindestanforderung wäre auch innerhalb der gesetzlich vorgegebenen drei Jahre erreichbar. Durch die Erweiterung des Referenzzeitraumes soll eine unnötige Verengung des Bieterwettbewerbs verhindert werden.

Zwischen Auftraggeber und dem Bieter wird über das eingereichte Erstangebot verhandelt. Ziel der Verhandlungen ist es, die Angebote optimal an die Bedürfnisse des Auftraggebers anzupassen.

Verhandlungsspielraum liegt im gesamten Leistungsumfang, wohingegen Zuschlagskriterien und Mindestanforderungen nicht verhandelt werden.

Insbesondere die für die Erstangebote erstellten Leistungsverzeichnisse sind aus Sicht des Auftraggebers in der Verhandlung zu thematisieren, um sie optimal an die Bedürfnisse der individuellen Angebote anzupassen. Die Verhandlung der Erstangebote bildet die Grundlage für die Erstellung der finalen Angebote.

Das Verfahren wird vollständig und ausschließlich elektronisch über die Vergabeplattform www.auftraege.bayern.de abgewickelt. Dort können nach kostenloser Registrierung die kompletten Vergabeunterlagen eingesehen und bearbeitet werden. Die elektronische Abgabe des Angebotes ist dort möglich. Unterlagen in konventioneller Form werden nicht abgegeben. Angebote werden ausschließlich elektronisch via Vergabeplattform akzeptiert.

Vergütung der Angebotserstellung

Alle Bieter, deren Angebot nicht ausgeschlossen werden musste und die somit bis zur Zuschlagsentscheidung im Rennen bleiben, erhalten eine Pitch Fee i.H.v. 2.000 € netto. Hierfür ist nach Übermittlung der Absage eine Rechnung zu stellen.

Der Bieter, der den Zuschlag erhält, ist von dieser Regelung ausgeschlossen.

VI.4) **Rechtsbehelfsverfahren/Nachprüfungsverfahren**

VI.4.1) **Zuständige Stelle für Rechtsbehelfs-/Nachprüfungsverfahren**

Offizielle Bezeichnung: Regierung von Oberbayern - Vergabekammer Südbayern

Postanschrift: Maximilianstr. 39

Ort: München

Postleitzahl: 80539

Land: Deutschland

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

Telefon: +49 8921762411

Fax: +49 8921762847

VI.4.3) **Einlegung von Rechtsbehelfen**

Genauere Angaben zu den Fristen für die Einlegung von Rechtsbehelfen:

Sofern sich ein am Auftrag interessierter Bieter durch Nichtbeachtung der Vergabevorschriften in seinen Rechten verletzt sieht, ist gem. § 160 Abs. 3 Nr. 1 GWB der Verstoß gegen Vergabevorschriften innerhalb einer Frist von 10 Kalendertagen bei der Vergabestelle des Bayerischen Landesamtes für Umwelt, Dienststelle Hof, Referat Z4, Hans-Högn-Straße 12, 95030 Hof, Telefax 0 92 81 18 00 45 19, E-Mail: vergabeservicezentrum@lfu.bayern.de, zu rügen; der Ablauf der Frist nach § 134 Abs. 2 GWB bleibt unberührt. Verstöße gegen Vergabevorschriften, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, sind gem. § 160 Abs. 3 Nr. 2 GWB spätestens bis Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Angebotsabgabe bei der Vergabestelle zu rügen.

Verstöße gegen Vergabevorschriften die in den Vergabeunterlagen erkennbar sind, sind gem. § 160 Abs. 3 Nr. 3 GWB spätestens bis zum Ablauf der in der Bekanntmachung benannten Frist zur Angebotsabgabe bei der Vergabestelle zu rügen.

Hilft die Vergabestelle der Rüge nicht ab, kann gem. § 160 Abs. 3 Nr. 4 GWB innerhalb von 15 Tagen nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers ein Antrag auf Nachprüfung bei der Vergabekammer gestellt werden. Gem. § 134 GWB werden Bieter, deren Angebote nicht berücksichtigt werden sollen, in Textform informiert. Ein Vertrag darf erst 15 Kalendertage nach Absendung der Information geschlossen werden. Wird die Information per Fax oder auf elektronischen Weg versendet, verkürzt sich die Frist auf 10 Kalendertage. Die Frist beginnt am Tag nach der Absendung der Information durch den Auftraggeber.

VI.5) **Tag der Absendung dieser Bekanntmachung:**
26/07/2022