

Auftragsbekanntmachung

Dienstleistungen

Rechtsgrundlage:

Richtlinie 2014/24/EU

Abschnitt I: Öffentlicher Auftraggeber

I.1) **Name und Adressen**

Offizielle Bezeichnung: Universität der Bundeswehr München (UniBw M)

Postanschrift: Werner-Heisenberg-Weg 39

Ort: Neubiberg

NUTS-Code: DE21H München, Landkreis

Postleitzahl: 85577

Land: Deutschland

Kontaktstelle(n): ZV I.3

E-Mail: BeschaffungUniBwM@heuking.de

Internet-Adresse(n):

Hauptadresse: <http://www.unibw.de>

I.3) **Kommunikation**

Die Auftragsunterlagen stehen für einen uneingeschränkten und vollständigen direkten Zugang gebührenfrei zur Verfügung unter: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YVCRGNE/documents>

Weitere Auskünfte erteilen/erteilt die oben genannten Kontaktstellen

Angebote oder Teilnahmeanträge sind einzureichen elektronisch via: <https://www.dtv.de/Satellite/notice/CXP4YVCRGNE>

I.4) **Art des öffentlichen Auftraggebers**

Ministerium oder sonstige zentral- oder bundesstaatliche Behörde einschließlich regionaler oder lokaler Unterabteilungen

I.5) **Haupttätigkeit(en)**

Andere Tätigkeit: Lehre und Forschung

Abschnitt II: Gegenstand

II.1) **Umfang der Beschaffung**

II.1.1) **Bezeichnung des Auftrags:**

Videoproduktion und Online- / Social Media Marketing

Referenznummer der Bekanntmachung: UniBw M KOKO MT 139

II.1.2) **CPV-Code Hauptteil**

92111100 Herstellung von Lehrfilmen und -videofilmen

II.1.3) **Art des Auftrags**

Dienstleistungen

II.1.4) **Kurze Beschreibung:**

Gegenstand der Ausschreibung ist der Abschluss eines Vertrages für Leistungen der Videoproduktion sowie eines Vertrages über Leistungen des Online-/ Social Media Marketings, jeweils zunächst bis zum 31.12.2024, ggf. verlängert bis zum 31.12.2026.

Für ihr Forschungsprojekt "KOKO. Konflikt und Kommunikation" benötigt die UniBw M einerseits externe Expertise und Unterstützung in der Videoproduktion, der Konzepterstellung, dem Drehen vor Ort sowie der Postproduktion und andererseits externe Expertise im Online- und Social-Media-Marketing, insbesondere für

den Markenaufbau, den Aufbau und die Etablierung von Social-Media-Kanälen und Website sowie für deren redaktionelle Betreuung und der Entwicklung und Realisierung von Werbekampagnen.

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:**

Videoproduktion
Los-Nr.: 1

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

79960000 Dienstleistungen des fotografischen Gewerbes und zugehörige Leistungen
92110000 Film- und Videofilmherstellung und verbundene Dienstleistungen
92111100 Herstellung von Lehrfilmen und -videofilmen
92111250 Herstellung von Informationsfilmen
92111260 Herstellung von Informationsvideofilmen
92112000 Dienstleistungen im Zusammenhang mit Film- und Videofilmherstellung
73100000 Dienstleistungen im Bereich Forschung und experimentelle Entwicklung

II.2.3) **Erfüllungsort**

NUTS-Code: DE21H München, Landkreis

Hauptort der Ausführung:

Der projekteigene Forschungs- und Media-Truck wird zahlreiche Orte in Deutschland besuchen, um Experimente und Interviews aufzunehmen. Die Leistungen sind entsprechend an diesen Orten zu erbringen.

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

Das derzeit an der Universität der Bundeswehr München laufende dtec.bw Projekt "KOKO. Konflikt und Kommunikation" beschäftigt sich mit Fragen anwendungsorientierter Konfliktforschung und verbindet diese mit der medialen Weitergabe relevanter Erkenntnisse an die Bevölkerung. Im Dialog von Forschenden und Beforschten soll der eigene Forschungs- und Media-Truck zahlreiche Orte in Deutschland besuchen, vor Ort wissenschaftliche Erkenntnisse weitergeben, Befragungen, Beobachtungen und Experimente durchführen und

auf diese Weise Filmmaterial für videobasierte Transferformate generieren, die im Anschluss über Social-Media-Kanäle vermarktet und verwertet werden.

Der aktuell ersichtliche Leistungsumfang beinhaltet die nachfolgenden Punkte, wenngleich sich durch strategische Planungen andere Schwerpunkte im Bereich der Videoproduktion ergeben können:

> Vorproduktion Gesamtkonzept:

o Workshop

o Ideenentwicklung

o Konzepterstellung und stetige -weiterentwicklung

> Vorproduktion Videos:

o Storyline und Drehplanung

> Produktion der Videos

o Drehtage im Media-Truck

> Postproduktion

o Schnitt und Tonmischung

o Farbkorrektur und Bildoptimierung

o Musik inkl. sämtlicher Rechte

o Erstellen von Animationen

o Export und Bereitstellung

Einzelheiten ergeben sich aus der Leistungsbeschreibung, die Teil der Vergabeunterlagen ist.

II.2.5) **Zuschlagskriterien**

Der Preis ist nicht das einzige Zuschlagskriterium; alle Kriterien sind nur in den Beschaffungsunterlagen aufgeführt

II.2.6) **Geschätzter Wert**

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

Beginn: 01/07/2022

Ende: 31/12/2024

Dieser Auftrag kann verlängert werden: ja

Beschreibung der Verlängerungen:

Der Auftraggeber darf die Dauer des Vertrages auf gesonderten Abruf um bis zu zwei weitere Jahre bis zum 31.12.2026 verlängern.

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

Geplante Anzahl der Bewerber: 3

Objektive Kriterien für die Auswahl der begrenzten Zahl von Bewerbern:

Der Auftraggeber behält sich vor, nur die 3 am besten geeigneten Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften zur Abgabe eines Angebotes für das jeweilige Los aufzufordern. Der Auftraggeber wird zur Auswahl der Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften in 3 Stufen vorgehen:

1) Zunächst wird geprüft, ob die Teilnahmeanträge den formalen Anforderungen genügen.

2) Anschließend wird beurteilt, ob der Bewerber nach den vorgelegten Angaben und Nachweisen geeignet erscheint, die verfahrensgegenständlichen Leistungen ordnungsgemäß zu erbringen. Dies ist der Fall, wenn der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft die in Ziffer III.1.) dargestellten Anforderungen erfüllt.

3) Schließlich wird für den Fall, dass sich mehr als drei geeignete Unternehmen beworben haben, beurteilt, wer unter den geeigneten Bewerbern im Vergleich zu den Mitbewerbern mit Blick auf die zu erbringende Leistung besonders geeignet erscheint und daher am weiteren Verfahren beteiligt werden soll. Um dieses Ranking zu ermitteln, wird der Auftraggeber insbesondere die Referenzen des Bewerbers (Ziffer III.1.3) bewerten.

-
- 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**
Die Bewerber erhalten für die Erstellung des Teilnahmeantrags keine Aufwandsentschädigung durch die UniBw M.
- II.2) **Beschreibung**
- II.2.1) **Bezeichnung des Auftrags:**
Online- / Social Media-Marketing
Los-Nr.: 2
- II.2.2) **Weitere(r) CPV-Code(s)**
73100000 Dienstleistungen im Bereich Forschung und experimentelle Entwicklung
92112000 Dienstleistungen im Zusammenhang mit Film- und Videofilmherstellung
79342000 Marketing
79340000 Werbe- und Marketingdienstleistungen
79413000 Marketing-Beratung
- II.2.3) **Erfüllungsort**
NUTS-Code: DE21H München, Landkreis
- II.2.4) **Beschreibung der Beschaffung:**
Das derzeit an der Universität der Bundeswehr München laufende dtec.bw Projekt "KOKO. Konflikt und Kommunikation" beschäftigt sich mit Fragen anwendungsorientierter Konfliktforschung und verbindet diese mit der medialen Weitergabe relevanter Erkenntnisse an die Bevölkerung. Im Dialog von Forschenden und Beforschten soll der eigene Forschungs- und Media-Truck zahlreiche Orte in Deutschland besuchen, vor Ort wissenschaftliche Erkenntnisse weitergeben, Befragungen, Beobachtungen und Experimente durchführen und

auf diese Weise Filmmaterial für videobasierte Transferformate generieren, die im Anschluss über Social-Media-Kanäle vermarktet und verwertet werden.

Der aktuell ersichtliche Leistungsumfang beinhaltet demnach die nachfolgenden Punkte, wenngleich sich durch strategische Planungen andere Schwerpunkte im Bereich des Online- bzw. Social-Media-Marketings ergeben können:

- Konzeptionelle Zusammenarbeit mit der Universität der Bundeswehr München sowie einer Videoagentur bei der Erstellung eines geeigneten, primär videobasierten Transferkonzeptes
 - Erarbeitung eines passenden Marketingkonzeptes, Workshop zu Zielgruppen, Protoperonas, Targeting-Vorgaben
 - Erstellung eines Website-Konzeptes, Aufbau und technische Umsetzung, Contentpflege und Contenterstellung, SEO
 - Einrichten und Betreuung von Social-Media-Kanälen, Contenterstellung, Posts
 - Einrichten und Betreuung von Kampagnen, Erstellung der Werbemittel, Targeting und Anpassen der Werbemittel
 - Bewerben der Aktivitäten des Mediatruck in Deutschland
 - Beratung zu Höhe und Einsatz des Mediabudgets
 - Fortlaufende Analyse der Nutzung auf Grundlage diverser Nutzungsdaten und Beratung zu Optimierungsoptionen
- Einzelheiten ergeben sich aus der Leistungsbeschreibung, die Teil der Vergabeunterlagen ist.

II.2.5) **Zuschlagskriterien**

Der Preis ist nicht das einzige Zuschlagskriterium; alle Kriterien sind nur in den Beschaffungsunterlagen aufgeführt

II.2.6) **Geschätzter Wert**

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

Beginn: 01/07/2022

Ende: 31/12/2024

Dieser Auftrag kann verlängert werden: ja

Beschreibung der Verlängerungen:

Der Auftraggeber darf die Dauer des Vertrages auf gesonderten Abruf um bis zu zwei weitere Jahre bis zum 31.12.2026 verlängern.

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

Geplante Anzahl der Bewerber: 3

Objektive Kriterien für die Auswahl der begrenzten Zahl von Bewerbern:

Der Auftraggeber behält sich vor, nur die 3 am besten geeigneten Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften zur Abgabe eines Angebotes für das jeweilige Los aufzufordern. Der Auftraggeber wird zur Auswahl der Bewerber bzw. Bewerbergemeinschaften in 3 Stufen vorgehen:

- 1) Zunächst wird geprüft, ob die Teilnahmeanträge den formalen Anforderungen genügen.
- 2) Anschließend wird beurteilt, ob der Bewerber nach den vorgelegten Angaben und Nachweisen geeignet erscheint, die verfahrensgegenständlichen Leistungen ordnungsgemäß zu erbringen. Dies ist der Fall, wenn der Bewerber/die Bewerbergemeinschaft die in Ziffer III.1.) dargestellten Anforderungen erfüllt.
- 3) Schließlich wird für den Fall, dass sich mehr als drei geeignete Unternehmen beworben haben, beurteilt, wer unter den geeigneten Bewerbern im Vergleich zu den Mitbewerbern mit Blick auf die zu erbringende Leistung besonders geeignet erscheint und daher am weiteren Verfahren beteiligt werden soll. Um dieses Ranking zu ermitteln, wird der Auftraggeber insbesondere die Referenzen des Bewerbers (Ziffer III.1.3) bewerten.

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

Die Bewerber erhalten für die Erstellung des Teilnahmeantrags keine Aufwandsentschädigung durch die UniBw M.

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:

Mit dem Teilnahmeantrag sollen die Bewerber möglichst folgende Unterlagen vorlegen (bei Bewerbungsgemeinschaften von jedem Mitglied):

a) Formlose Eigenerklärung, aus der hervorgeht,

- dass keine Ausschlussgründe im Sinne des §§ 123, 124 GWB vorliegen bzw. erfolgreiche Selbstreinigungmaßnahmen im Sinne des § 125 GWB durchgeführt worden sind;

- der Bewerber in das einschlägige Berufsregister (Handelsregister oder Handwerksrolle) oder ein vergleichbares Register (Standeskammern etc.) des Herkunftslandes eingetragen ist sowie für seine Berufshaftpflichtversicherung, seine Krankenkasse(n) und seiner Berufsgenossenschaft rückstandslos Beiträge entrichtet hat sowie seinen steuerlichen Verpflichtungen nachgekommen ist.

b) Unternehmensdarstellung mit Angaben zum Leistungsspektrum, dem Kerngeschäft, der Unternehmensorganisation, Standorten und Geschäftsstellen sowie dem Kundendienst.

c) Bewerbungsgemeinschaften sollen zusätzlich eine Erklärung abgeben, aus der hervorgeht, dass kein Verstoß gegen Kartellrecht vorliegt, und dass keine unzulässigen wettbewerbsbeschränkenden Absprachen getroffen wurden.

Bewerber sollen die auf der in Ziffer I.3. genannten Website hinterlegten Vordrucke verwenden. Der Auftraggeber behält sich vor, Unterlagen im Rahmen des § 56 Abs. 2 VgV nachzufordern. Hierauf besteht kein Rechtsanspruch.

III.1.2) Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

Auflistung und kurze Beschreibung der Eignungskriterien:

Mit dem Teilnahmeantrag sollen die Bewerber möglichst folgende Unterlagen vorlegen (bei Bewerbungsgemeinschaften von mindestens einem Mitglied):

a) Angabe der Gesamtumsätze der letzten bis zu 3 abgeschlossenen Geschäftsjahre, möglichst durch Jahresabschlüsse und Prüfberichte belegt, sowie die Angabe der Umsätze der letzten 3 Geschäftsjahre mit Leistungen, die mit dem vorliegenden Auftragsgegenstand (Los 1: Videoproduktion; Los 2: Online- / Social Media-Marketing) vergleichbar sind. Der Bewerber bzw. die Bewerbungsgemeinschaft muss mit den Angaben

mindestens einen Jahresumsatz in Höhe von durchschnittlich jährlich EUR 100.000,00 (Los 1) bzw. EUR 400.000,00 (Los 2) in den letzten beiden Geschäftsjahren nachweisen.

b) Bestätigung, dass der Bewerber eine Berufs-/Betriebshaftpflichtversicherung mit einer Deckungssumme von mindestens Euro 1,5 Millionen pro Schadensfall, 2-fach maximiert, unterhält oder im Falle der Auftragserteilung abschließen wird.

Für den Fall, dass ein Bewerber einzelne Unternehmen als Nachunternehmer einsetzen möchte, wird auf die Möglichkeit der Eignungslleihe und die in § 47 VgV genannten Voraussetzungen hingewiesen. Wenn und soweit sich der Bewerber auf die Eignung des Nachunternehmers beruft, ist mit dem Teilnahmeantrag insbesondere eine Verpflichtungserklärung des Nachunternehmers einzureichen, dass dieser seine Ressourcen und Kapazitäten dem Bewerber im Auftragsfall zur Verfügung stellt. Bei Bewerbergemeinschaften wird die Eignung der Bewerbergemeinschaft als Ganzes betrachtet.

Bewerber sollten die auf der in Ziffer I.3) genannten Website hinterlegten Vordrucke verwenden. Der Auftraggeber behält sich vor, Unterlagen im Rahmen des § 56 Abs. 2 VgV nachzufordern. Hierauf besteht kein Rechtsanspruch.

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

Auflistung und kurze Beschreibung der Eignungskriterien:

Mit dem Teilnahmeantrag sollen die Bewerber möglichst folgende Unterlagen vorlegen (bei Bewerbergemeinschaften von mindestens einem Mitglied):

a) Mindestens fünf Referenzen über Aufträge, die mit dem vorliegenden Auftragsgegenstand in Bezug auf die Leistung (Los 1: Videoproduktion, Los 2: Online- / Social Media-Marketing) vergleichbar sind aus den letzten bis zu 3 Jahren, unter Angabe des genauen Auftrags, des Auftraggebers, der Leistungsart und Leistungszeiträume,

der Referenzen mit Ansprechpartnern inkl. Tel.-Nr. Soweit erforderlich, um einen ausreichenden Wettbewerb sicherzustellen, wird der Auftraggeber auch Referenzen berücksichtigen, die mehr als drei Jahre zurückliegen. Mit den Referenzen muss der Bewerber bzw. die Bewerbungsgemeinschaft nachweisen,

aa) Los 1:

- dass alle Projekte auf eigenen Videoideen (Video-Konzeption durch Bieter) basieren,
- dass mindestens 3 der Projekte Produktionen für Hochschulen umfassen,
- dass mindestens 3 der Projekte Videoproduktion zur Ausspielung in Social Media umfassen,
- dass mindestens 3 der Projekte Arbeiten mit Laiendarstellern umfassen,
- dass mindestens 1 der Projekte ein vergleichbares Leistungsspektrum hinsichtlich der videobasierten Weitergabe wissenschaftlicher Inhalte umfasst.

bb) Los 2:

- dass mindestens 3 der Projekte Leistungen im Bereich des Hochschulmarketings umfassen,
- dass mindestens 3 der Projekte Online- und Social-Media-Marketing für öffentliche Auftraggeber umfassen,
- dass mindestens 1 der Projekte ein vergleichbares Leistungsspektrum hinsichtlich der Vermarktung von geisteswissenschaftlichen Inhalten umfasst,
- dass das Projektbudget mindestens eines Referenzprojektes mindestens 100.000 EUR pro Jahr betrug bei vergleichbarem Aufgabenspektrum und Kampagnenzielen; bitte geben Sie hier an, wieviel des Projektbudgets für Mediakosten und wieviel für Personal aufgewendet wurde.

Die Referenzen belegen

aa) Los 1:

- Produktionserfahrung im E-Learning Bereich,
- Erfahrungen mit der Produktion von Webserien,
- Expertise in der Erstellung von Animationen.

bb) Los 2:

- möglichst lange Erfahrung im Online- bzw. Social-Media-Marketing für öffentliche Auftraggeber,
- möglichst lange Erfahrung in der hauseigenen Konzeption und Produktion von Bild- und Ton-Medien,
- mindestens 5 Jahre Erfahrung im Hochschulmarketing,
- Erfahrung in der Entwicklung und Vermarktung von mindestens einem Videokanal mit Infotainment-Inhalten.

Die Referenzen sind möglichst durch Angabe einer entsprechenden Internet-Verlinkung oder als Dateien für den Auftraggeber anschaulich zu machen.

b) Eigenerklärung mit Angabe der technischen Fachkräfte, die im Zusammenhang mit der Leistungsbringung eingesetzt werden sollen,

c) Erfahrung mit sozialwissenschaftlichen, vorzugsweise psychologischen Themen sowie Marketing (Los 1) und mit geisteswissenschaftlichen Themen sowie Film- und/oder Videoproduktion (Los 2), belegt durch Studien- und Ausbildungs- bzw. Weiterbildungsnachweise für den Inhaber und / oder die Führungskräfte des Unternehmens, sowie die technischen Fachkräfte, die im Zusammenhang mit der Leistungsbringung eingesetzt werden sollen

d) Angabe der Anzahl der in den letzten bis zu 3 Jahren durchschnittlich jährlich beschäftigten Arbeitskräfte insgesamt und gesondert ausgewiesen die Führungskräfte, für Los 2 mindestens 3 festangestellte Mitarbeiter in den in der Leistungsbeschreibung dargestellten Aufgabengebieten.

e) Formlose Eigenerklärung, in der der Bewerber erklärt, ob und welche Teilleistungen des ausgeschriebenen Auftrags er durch Nachunternehmer ausführen lassen wird.

Für den Fall, dass ein Bewerber einzelne Unternehmen als Nachunternehmer einsetzen möchte, wird auf die Möglichkeit der Eignungslleihe und die in § 47 VgV genannten Voraussetzungen hingewiesen. Bei Bewerbungsgemeinschaften wird die Eignung als Ganzes betrachtet. Der Auftraggeber behält sich vor, Unterlagen im Rahmen des § 56 Abs. 2 VgV nachzufordern. Hierauf besteht kein Rechtsanspruch.

Abschnitt IV: Verfahren

-
- IV.1) **Beschreibung**
- IV.1.1) **Verfahrensart**
Verhandlungsverfahren
- IV.1.3) **Angaben zur Rahmenvereinbarung oder zum dynamischen Beschaffungssystem**
Die Bekanntmachung betrifft den Abschluss einer Rahmenvereinbarung
Rahmenvereinbarung mit einem einzigen Wirtschaftsteilnehmer
- IV.1.4) **Angaben zur Verringerung der Zahl der Wirtschaftsteilnehmer oder Lösungen im Laufe der Verhandlung bzw. des Dialogs**
Abwicklung des Verfahrens in aufeinander folgenden Phasen zwecks schrittweiser Verringerung der Zahl der zu erörternden Lösungen bzw. zu verhandelnden Angebote
- IV.1.5) **Angaben zur Verhandlung**
Der öffentliche Auftraggeber behält sich das Recht vor, den Auftrag auf der Grundlage der ursprünglichen Angebote zu vergeben, ohne Verhandlungen durchzuführen
- 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: 06/05/2022
Ortszeit: 13:00
- IV.2.3) **Voraussichtlicher Tag der Absendung der Aufforderungen zur Angebotsabgabe bzw. zur Teilnahme an ausgewählte Bewerber**
- IV.2.4) **Sprache(n), in der (denen) Angebote oder Teilnahmeanträge eingereicht werden können:**
Deutsch
- IV.2.6) **Bindefrist des Angebots**
Laufzeit in Monaten: 2 (ab dem Schlussstermin für den Eingang der Angebote)
- 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
- VI.3) **Zusätzliche Angaben:**

- 1) Die Teilnahmeanträge sind elektronisch in Textform (§ 126b BGB) über das in Ziffer I.3) genannte Vergabeportal einzureichen. Nähere Informationen stehen auf der Startseite des in Ziffer I.3) genannten Vergabeportals zur Verfügung. Bieter werden gebeten, im Teilnahmeantrag einen Ansprechpartner mit Namen, Adresse, E-Mail, Telefon- und Faxnummer zu benennen.
 - 2) Die gesamte Kommunikation zwischen Auftraggeber und Bewerbern (auch Rückfragen zum Teilnahmeantrag) findet ausschließlich über das in Ziffer I.3) genannte Vergabeportal statt. Der Auftraggeber wird alle Fragen und Antworten auf dem in Ziffer I.3) genannten Vergabeportal anonymisiert zur Verfügung stellen.
 - 3) Mehrfachbewerbungen, als Einzelbewerber sowie als Mitglied einer/mehrerer Bewerbergemeinschaften, sind nicht zulässig. Bieter, die sich mit anderen Unternehmen zu Bewerber-/Bietergemeinschaften zusammenschließen und als solche einen Teilnahmeantrag einreichen, sind für die Dauer des Verfahrens daran gebunden. Ein Austausch einzelner Mitglieder der Bewerbergemeinschaft vor Auftragsvergabe bedarf der Zustimmung des Auftraggebers.
 - 4) Der Auftraggeber wird den Vorgaben in § 41 VgV dadurch nachkommen, dass er in dieser Bekanntmachung die wesentlichen Eckpunkte und Besonderheiten der zu erbringenden Leistung und des Verfahrens skizziert und auf dem in Ziffer I.3) genannten Vergabeportal einen Teil der Vergabeunterlagen, insbesondere eine funktionale Leistungsbeschreibung zur Verfügung stellt. Da der Auftraggeber wegen nicht abschließend beschreibbarer Leistung ein Verhandlungsverfahren mit vorgeschaltetem Teilnahmewettbewerb durchführt, erfüllt dies die Anforderungen des § 41 VgV. Ziel des Verhandlungsverfahrens ist, die konkreten Anforderungen an die Leistung mit den Bietern gemeinsam im Rahmen eines dynamischen Prozesses zu konkretisieren. Der Auftraggeber behält sich vor, den Zuschlag auf das Erstangebot zu erteilen.
 - 5) Auf die Möglichkeit der Eignungsleihe nach § 47 VgV wird hingewiesen.
- Bekanntmachungs-ID: CXP4YVCRGNE

VI.4) **Rechtsbehelfsverfahren/Nachprüfungsverfahren**

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

Offizielle Bezeichnung: Bundeskartellamt - Vergabekammer des Bundes

Postanschrift: Villemombler Straße 76

Ort: Bonn

Postleitzahl: 53123

Land: Deutschland

E-Mail: vk@bundeskartellamt.bund.de

Telefon: +49 2289499-0

Fax: +49 2289499-163

Internet-Adresse: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Kontaktdaten/DE/Vergabekammern.html?nn=3590536>

VI.4.3) **Einlegung von Rechtsbehelfen**

Genauere Angaben zu den Fristen für die Einlegung von Rechtsbehelfen:

Das Verfahren für Verstöße gegen diese Vergabe richtet sich nach den Vorschriften der §§ 160 ff. des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). Zur Wahrung der Fristen wird auf die §§ 160 ff. GWB verwiesen.

Insbesondere weisen wir darauf hin, dass der Nachprüfungsantrag gemäß § 160 Abs. 3 Satz 1 Nr. 4 GWB spätestens 15 Kalendertage nach Eingang der Mitteilung des Auftraggebers, einer Rüge nicht abhelfen zu wollen, zu stellen ist. Vergabeverstöße sind nach § 160 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 GWB vor Einreichen des Nachprüfungsantrags innerhalb von 10 Kalendertagen, nachdem der Bieter den Verstoß erkannt hat, beim Auftraggeber zu rügen. Vergabeverstöße, die aufgrund der Bekanntmachung erkennbar sind, sind gemäß § 160 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 GWB spätestens bis zum Ablauf der Teilnahmefrist bei dem Auftraggeber zu rügen.

VI.5) **Tag der Absendung dieser Bekanntmachung:**

06/04/2022