



# **Angebots-, Vergabe- und Vertragsbedingungen inkl. Leistungsbeschreibung**

**zum Verhandlungsverfahren der  
Allgäu GmbH**

**Vergabe der Leistung**

**Rahmenvereinbarung für eine  
Public Relations &  
Kommunikationskampagne  
Standortmarketing**

**Los 2: Influencerkampagne**

---

## INHALTSVERZEICHNIS

1	ANGEBOTS-, VERGABE- UND VERTRAGSBEDINGUNGEN	3
1.1	Auftraggeber	3
1.2	Angaben zu den Leistungen	3
1.3	Übersicht über das Ausschreibungsverfahren	4
2	LEISTUNGSBESCHREIBUNG	5
2.1	Strategische Vorgaben	5
2.1.1	Markenstrategie	5
2.1.2	Standortstrategie ‚Wirtschaftsregion Allgäu‘	6
2.1.3	Vergangene Standortmarketing-Kampagnen	9
2.1.4	Abgeleitete Ausrichtung der vorliegenden Kampagnen-Ausschreibung	9
2.2	Leistungsbeschreibung Los 2 Influencer Kampagne	11
2.2.1	Briefing	11
2.2.2	Kostensätze	12
2.3	Aufgabenstellung zur Vergabeentscheidung	13
3	VERFAHRENSBEDINGUNGEN	14
3.1	Übersicht über das Ausschreibungsverfahren	14
3.2	Fragen zum Vergabeverfahren und zu den Vergabeunterlagen	15
3.3	Vollständigkeits   Unklarheiten	15
3.4	Angebotsabgabe	16
3.5	Form des Angebotes	16
3.6	Unterschriften	17
3.7	Datenschutzklausel	17
3.8	Verschwiegenheit	17
3.9	Vergütung	18
3.10	Hinweis, wenn kein Angebot zum Verhandlungsverfahren abgegeben wird	18
3.11	Änderungen, Berichtigungen und Rücknahme des Angebotes	18
3.12	Ausschreibungsfremde Bedingungen	19
3.13	Copyright und Schutzrechte	19
3.14	Bietergemeinschaften	19
3.15	Weitergabe von Leistungen an Subunternehmen	19
3.16	Vertragsbestandteile   einzureichende Angebotsunterlagen	20
3.18	Bewertung des Erstangebots	21
3.19	Verhandlungsgespräch (Pitch)	22
3.20	Zuschlagswertung finales Angebot	22
3.21	Zahlungsbedingungen	23
3.21.1	Zahlungsfrist	23
3.21.2	Rechnungstellung	23
3.22	Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen	23

## 1 Angebots-, Vergabe- und Vertragsbedingungen

### 1.1 Auftraggeber

Auftraggeber (AG) für die ausgeschriebene Leistung ist:

Allgäu GmbH – Gesellschaft für Standort und Tourismus  
Allgäuer Straße 1  
**D-87435 Kempten**

Die Allgäu GmbH ist die offizielle Dachorganisation für die Themenfelder Marke, Standort & Tourismus in der Region Allgäu.

Aufgaben und Leistungen:

Die Gesellschaft kümmert sich um das Tourismus- und Standortmanagement im Allgäu und initiiert das Marketing für alle Bereiche sowie das Management der Marke Allgäu.

### 1.2 Angaben zu den Leistungen

Bezeichnung der Ausschreibung:

**Rahmenvereinbarung:**  
**Public Relations &**  
**Kommunikationskampagne Standortmarketing**  
Los 2: Influencerkampagne

Die Vergabe der Leistung erfolgt strukturiert in zwei Losen (Das vorliegende Dokument behandelt nur Los 2: Influencerkampagne. Die Beschreibung zu Los 1 ist in einem separaten Dokument zu finden). Eine losweise Vergabe ist möglich. Eine Angebotsabgabe kann auf beide Lose oder eines der beiden Lose erfolgen.

Der Leistungsort ist

**Kempton**

Der Vertragsbeginn ist der

**01.09.2018**

Projekttermine

**01.09.2018 – 31.08.2020** (Leistung- und Vertragsphase)

✚ Je nach Angebotsabgabe und Zuschlag wird entweder eine Vereinbarung über zwei Lose mit einem Wirtschaftsteilnehmenden getroffen oder über jeweils ein Los mit jeweils einem Wirtschaftsteilnehmenden.

✚ Es besteht keine Beauftragungspflicht oder Beauftragungsmenge seitens des Auftraggebers.

✚ Die Vereinbarung endet am 31.08.2020 ohne, dass es einer separaten Kündigung bedarf.

### **1.3 Übersicht über das Ausschreibungsverfahren**

Es wird eine Verhandlungsvergabe gemäß §8 (4) UVgO durchgeführt. Die Gespräche des Verhandlungsverfahrens finden in Kempton statt:

Allgäu GmbH  
Allgäuer Straße 1  
D-87435 Kempton

## 2 Leistungsbeschreibung

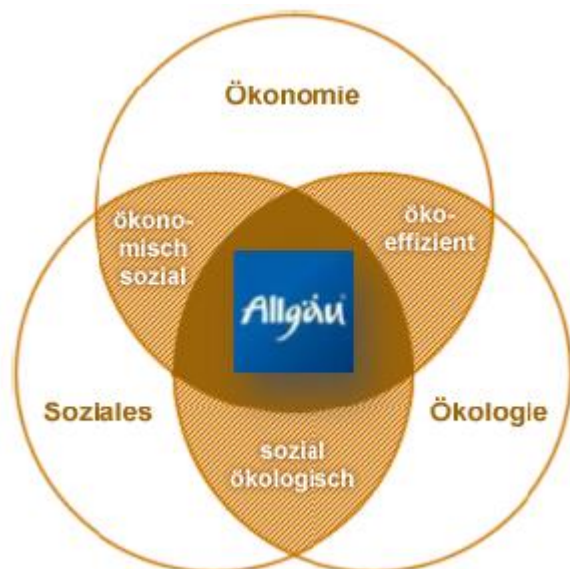
### 2.1 Strategische Vorgaben

Die Allgäu GmbH ist auf folgenden drei Säulen aufgebaut: „Tourismus, Marke, Standort“:



#### 2.1.1 Markenstrategie

- Insgesamt lautet unsere Allgäu-Marken-Vision: Das Allgäu wird zukünftig als führender, leistungsstarker und zukunftsorientierter Gestaltungsraum für Leben, Arbeiten und Urlauben im ländlichen Raum wahrgenommen. Es zeichnet sich durch Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften und gesundes Leben aus.



- Strategisch gesehen wollen wir von der reinen Herkunfts- zur Qualitätsmarke – durch einen intensiven Markenprozess, erarbeitete Qualitätskriterien und Markenzertifizierung.

- Unsere Markenkern-Werte sind: zukunftsorientiert, unternehmenstreu, bestens ausgebildet, kompetent, leistungsstark, Mächler & Macher, bodenständig, zuverlässig, nachhaltig, innovativ, anregend lebendig, vernetzt.

Weitere Infos zur Marke Allgäu auf [www.marke.allgaeu.de](http://www.marke.allgaeu.de)

### 2.1.2 Standortstrategie ‚Wirtschaftsregion Allgäu‘

Das Allgäu – bestehend aus den Landkreisen Oberallgäu, Ostallgäu, Unterallgäu und Lindau sowie den kreisfreien Städten Kaufbeuren, Kempten und Memmingen und dem baden-württembergischen Allgäu – gilt als eine der bedeutendsten Tourismusregionen in Deutschland. ***Darüber wird häufig übersehen, dass das Allgäu auch eine Wirtschaftsregion mit einer starken mittelständisch geprägten Unternehmensstruktur ist***, die eine stabile Grundlage für die Region bildet. Viele von ihnen, insbesondere Maschinenbau- und Mechatronik-Unternehmen, sind erfolgreich international tätig, oftmals sogar Weltmarktführer in ihren jeweiligen Produkt- oder Tätigkeitsfeldern. Durch die Entwicklung verschiedener Cluster nutzt das Allgäu seine regionalen Möglichkeiten für eine passende Unterstützung der Entwicklung seiner Leitwirtschaftsbereiche in wettbewerbsfähiger Form.

#### Die sechs Leitwirtschaftsbereiche des Allgäus sind wie folgt:

##### ***Maschinen- und Fahrzeugbau:***

Generell ist das Allgäu im Maschinen- und Anlagenbau, im Elektromaschinen- und Fahrzeugbau sowie in der Fahrzeugzulieferung breit aufgestellt. Energieversorgungsunternehmen, aber auch Hersteller von Geräten der Mess-, Steuerungs- und Regelungstechnik sind im Allgäu ebenso vielfach angesiedelt wie Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen im Maschinen- und Fahrzeugbau. Die überwiegend klein- und mittelständisch geprägten Unternehmen des Maschinen- und Fahrzeugbaus verzeichnen, trotz der weltweiten Krisen, gute Auftragslagen sowohl bei der Inlandsnachfrage, als auch im traditionellen Exportgeschäft und blicken damit positiv in die Zukunft. Insbesondere die Weiterentwicklung erneuerbarer Energien hat bei den branchenspezifischen Allgäuer Betrieben einen hohen Stellenwert.

### ***Lebensmittel- und Verpackungstechnologie:***

Historisch durch die Landwirtschaft geprägt, ist es nicht verwunderlich, dass sich die Lebensmittel- und Verpackungswirtschaft auch heute schwerpunktmäßig im Allgäu befindet. Die Region zählt in den Bereichen Milch und Fleisch zu einer der führenden Ursprungsregionen in Deutschland und Europa. Mehr als 7.000 Menschen sind allein in der Verpackungswirtschaft beschäftigt. Doch die Wertschöpfung endet nicht. Sie reicht weiter über die Lebensmitteltechnologie bis hin zur Lebensmittellogistik.

### ***Energietechnik und Umweltwirtschaft***

Das Allgäu lebt von einer intakten Mensch-Umwelt-Beziehung. Es gilt daher, die artenreiche Natur und hervorragende Luft- und Wasserqualität so gut es geht zu schützen. Dementsprechend umweltschonend muss auch unser Umgang mit Ressourcen und Energie sein. Um dies sicherzustellen, erforschen und investieren Allgäuer Unternehmen in eine nachhaltige Energieversorgung, die vor allem auf die erneuerbaren Energien Windenergie, Biomasse, Wasserkraft, Sonnenenergie und Geothermie setzt. Mit zahlreichen Projekten nimmt sich das Allgäu der Verpflichtung an, für eine nachhaltige Energiezukunft zu sorgen.

### ***Landwirtschaft/Regionale Produkte***

Auch heute ist das Allgäu noch immer landwirtschaftlich geprägt. Kleine und mittelgroße bäuerliche Betriebe mit dem Schwerpunkt Milcherzeugung zählen zum Hauptlandwirtschaftsbereich in der Region. Ein Blick in die Gegenwart verrät: Regionale Produkte aus dem Allgäu sind nicht nur im Trend, sie entsprechen auch hohen Standards in Sachen Qualität und Gesundheit. In den vergangenen Jahren haben sich zahlreiche regionale Vermarktungsinitiativen in der Region etabliert. Gemeinsam mit diesen Initiativen und Erzeugern hat die Allgäu GmbH für die wesentlichen Grundnahrungsmittel von Milchprodukten über Backwaren bis hin zu Fleisch einheitliche Qualitätskriterien definiert.

### ***Gesundheitsregion***

Das Allgäu ist bekannt für seine herrliche Landschaft und das gute Klima. 16 hochprädikatisierte Kur- und Heilbäder haben sich im Bereich Prävention auf Gäste und Patienten spezialisiert. Wichtige Themen, wie die zukünftige medizinische Versorgung stehen zudem im Fokus der Politik und werden im Zuge des demografischen Wandels immer wichtiger.

### **Tourismus und Freizeitwirtschaft:**

Das Allgäu zählt zu den Top-Urlaubsregionen in Deutschland. Die südlichste Urlaubsregion gilt als die größte zusammenhängende Tourismusdestination Deutschlands. Nicht nur Urlauber aus dem eigenen Land, sondern auch Gäste aus dem Ausland sorgen im Allgäu seit Jahren für steigende Übernachtungszahlen und treiben die Entwicklung des Tourismus als eine der Leitwirtschaftsbranchen im Allgäu voran. In der Allgäuer Tourismuswirtschaft finden sich vorwiegend mittelständisch und familiär geprägte Unternehmen. In Zukunft wird das touristische Bild des Allgäus besonders durch Themen wie Nachhaltigkeit, regionale Verantwortung und Gesundheitstourismus geprägt sein.

**Angestrebt wird eine situationsgerechte und zeitgemäße Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung, welche sich auf die Entwicklungs- und Innovationsbedarfe der bedeutsamsten und zukunftssträngigsten, regionalen Wirtschaftsbereiche konzentriert.**

### **Projekte der Allgäu GmbH im Bereich Wirtschaftsstandort**

Bitte informieren Sie sich auf unseren Webseiten über weitere inhaltliche Projekt der Allgäu GmbH, die zur Kommunikation dienen könnten: [www.standort.allgaeu.de](http://www.standort.allgaeu.de)

- Wettbewerb „Beste Arbeitgeber Allgäu“
  - Jobmesse „Freiraum“
  - Jobchallenge Allgäu
  - Bildungsportal Allgäu
  - Gründerregion & Gründerzentrum Allgäu Digital
- etc.

### **Zielsetzung & Zielgruppen im Standortmarketing:**

Das Allgäu ist für seine Menschen und Betriebe so attraktiv, weil es viele der besten Seiten und Möglichkeiten von urbanen und ländlichen Lebensformen zu einer neuen Standort- und Lebensqualität vereint. Ein naturverbundenes und kulturell anregendes Leben, die Freizeitqualitäten eines Urlaubslandes und beste Möglichkeiten für die Umsetzung innovativer Vorhaben und Geschäfte für ein nachhaltiges Wirtschaften machen das Allgäu zu einem attraktiven Standort.



## Ziel Standortmarketing:

Das Allgäu soll in Deutschland und in den angrenzenden Regionen als einer der führenden Wirtschaftsstandorte im ländlichen Raum wahrgenommen werden.

<b>Zielmarkt</b>	„Allgäuauffine“ Gebiete in Deutschland  Besonderer Fokus liegt auf Großstädten  Bei notwendiger geographischer Begrenzung wird München & Stuttgart fokussiert
<b>End-Zielgruppe</b>	Entscheider, Unternehmer, Investoren, Unternehmensgründer, Fachkräfte
<b>Kommunikationsziele</b>	- Bekanntheitssteigerung des Allgäus als Wirtschaftsstandort - Allgäu als attraktiven Lebens- und Arbeitsraum darstellen

Diese Zielgruppen können im laufenden Zeitraum aufgrund von durchgeführten Studien ggf. angepasst werden.

### 2.1.3 Vergangene Standortmarketing-Kampagnen

Durch die Produktion des „Mehr Freiraum“ Imagefilms in der Förderperiode 2013-2015 und der Verbreitung dieses Imagefilms über verschiedene Bewegtbild-Werbeformate in der Förderperiode 2015-2017 konnte für den Wirtschaftsstandort Allgäu ein sehr positiver Branding-Effekt erzielt werden.

Nun gilt es, dieses Gesamtbranding mit einzelnen, spezifisch aufbereiteten Themen zu untermauern und Multiplikatoren für ihre Kommunikation gezielt mit Infos zu versorgen.

### 2.1.4 Abgeleitete Ausrichtung der vorliegenden Kampagnen-Ausschreibung

Mit der vorliegenden Ausschreibungen soll ein bisher stark vernachlässigter Marketingkanal angegangen werden: Reichweitenstarke Multiplikatoren, die ihre Leser, Follower oder Fans, welche gleichzeitig die Zielgruppen der Allgäu GmbH sind, **vor allem außerhalb des Allgäus** ansprechen und über das Allgäu informieren. Diese Multiplikatoren sollen eine **authentische und glaubwürdige** Ansprache bisher

noch nicht erreichter Zielgruppen ermöglichen, indem sie als neutrale Instanz über das Allgäu schreiben, berichten und kommunizieren. Multiplikatoren können beispielweise Blogger, Social Media-Influencer oder Personen des öffentlichen Lebens u.v.m. sein.

Gerade diese Multiplikatoren sind es, in deren Wahrnehmung der Wirtschaftsstandort durch die Stärke des Tourismus im Allgäu oft in den Hintergrund rückt (Quelle: Studie Beratungsunternehmen Experconsult):

- Bisher fehlen Ihnen eigene Themen, die Sie gezielt platzieren
- Ihre Bilder transportieren keine Themen und sind deshalb oft wenig aussagekräftig

Das Standortmarketing der Allgäu GmbH konzentriert sich in vorliegender Ausschreibung daher auf die **Kommunikation über Dritte** und somit auf den Medienkanal der Multiplikatoren.

Durch diese **indirekte** Kommunikation soll in der breiten Öffentlichkeit das Vertrauen ausgebaut werden, um so das Image des Wirtschaftsstandortes Allgäu langfristig zu stärken. Ziel ist es nach wie vor, das Allgäu als wettbewerbsfähig agierenden, strategisch koordinierten Wirtschaftsstandort darzustellen, der sich im Spitzenfeld ländlich geprägter Wirtschaftsregionen etablieren und halten kann.

Wirtschaftsthemen sollen durch den strukturellen Aufbau eines Themenplans im Dialog mit Multiplikatoren **bewusst gesetzt und geplant** werden. Für die qualitativ hochwertige Kommunikation dieser Themen nach außen ist der Aufbau eines professionellen Netzwerks an Multiplikatoren in Social Media-Kanälen an Influencern oder Bloggern nötig. Der Service für Multiplikatoren im Bereich der Wirtschaftsthemen soll sowohl über die Webseite als auch über neue, innovative Formate deutlich ausgebaut werden.

Im Zuge der Public Relations- & Kommunikationskampagne Standortmarketing werden zwei Lose gebildet.

 Los 1: Presseoffensive

 Los 2: Influencer Kampagne

Das vorliegende Dokument behandelt nur Los 2: Influencerkampagne. Die Details zu Los 1 befinden sich in einem separaten Dokument.

## 2.2 Leistungsbeschreibung Los 2 Influencer Kampagne

Bei Los 2 handelt es sich um eine Konzept-, Betreuungs- und Durchführungsdienstleistung. Anhand des unter diesem Punkt festgelegten Briefings soll das Kampagnenkonzept ausgearbeitet werden.

Zu Dokumentationszwecken wird eine schriftliche Ausarbeitung der Betreuungs-/und Konzeptionsdienstleistung vorausgesetzt.

### 2.2.1 Briefing

#### *Zielgruppe*

*B2B Zielgruppe (direkt):*

Blogger, Influencer & Multiplikatoren von Sozialen Medien

*End-Zielgruppe (indirekt):*

Entscheider, Unternehmer, Investoren, Gründer, Fachkräfte

#### *Ziele*

- Steigerung der gezielten und authentischen Kommunikation über den Wirtschaftsstandort sowie die Lebens- und Arbeitsregion Allgäu in Sozialen Medien **außerhalb** des Allgäus
- Steigerung der von - für die Allgäu GmbH relevanten- Influencern und Multiplikatoren geteilten Inhalte auf sozialen Medien zur Thematik ‚Wirtschaftsstandort Allgäu‘
- Erhöhung der Reichweitezahlen in sozialen Medien

#### *Einmalige Aufgaben*

- **Erstellung Kampagnenkonzept**

Zu Beginn der Standortkampagne soll ein Kampagnenkonzept ausgearbeitet werden. Dies beinhaltet sowohl Kampagnenideen, einen ersten Vorschlag relevanter Influencer & Multiplikatoren, Kommunikationsstrategie und Kommunikationskanäle.

- **Kickoff-Workshop**

Nach Vergabe und Vertragsbeginn soll ein Kickoff-Workshop stattfinden bei dem das vorge-

schlagene Kampagnenkonzept detailliert ausgearbeitet wird. Weiterhin soll in diesem Rahmen eine Spezifikation der relevanten Influencer & Multiplikatoren für die definierten Zielgruppen des Standortmarketings stattfinden.

### ***Fortlaufende Aufgaben***

- **Jährlicher Workshop & Erstellung Kampagnen- & Themenplan für das Folgejahr**

Zum Ende des Jahres soll von der Agentur jährlich ein aktualisierter Kampagnen- & Themenplan für das Folgejahr aufgesetzt werden. Dieser soll sowohl Aufwandschätzung, Projektplan mit Meilensteinen, Zugehörigkeit und Fertigstellungsdatum enthalten. Dieser wird in einem Workshop mit der Allgäu GmbH detailliert ausgearbeitet und abgestimmt.

- **Reporting**

Es wird ein monatliches Reporting zu den umgesetzten Aktivitäten erwartet. Dieses Reporting soll mindestens folgende Inhalte darlegen: Medium in dem publiziert wurde, Reichweite, CTR auf Webseite, Zielgruppe.

### **2.2.2 Kostensätze**

Bitte füllen Sie hierzu das angehängte Kostenblatt aus und unterschreiben Sie dieses.

Für die genannten Aufgaben steht ein **Gesamtbudget** zur Verfügung in Höhe von:

01.09.2018 – 31.08.2020: 48.000 €

**Das Gesamtbudget muss neben den Agenturkosten folgende Kosten inkludieren:**

Anreisekosten der Agenturmitarbeiter oder Kosten, die im Zusammenhang mit durchgeführten Leistungen bei Dritten entstehen. Wie beispielsweise Honorare für Influencer, Mietkosten, etc. bei Events, Instahikes o.ä. Es wird davon ausgegangen, dass bei Aufhalten von Influencern im Allgäu – außerhalb von Kempten - keine Zusatzkosten für Unterkünfte entstehen, da diese von Hotels gesponsert werden. Für Bewirtung steht ein geringes Zusatzbudget zur Verfügung.

## 2.3 Aufgabenstellung zur Vergabeentscheidung

**Mit dem Angebot** ist ein Kampagnenkonzept textlich vorzulegen, dieses ist als Power-Point-Präsentation bei einer möglichen Einladung zum Pitch verbal vorzustellen. Das Kampagnenkonzept ist zu dem bzw. den Leistungs-Los(en) darzustellen, zu dem/denen ein Angebot abgegeben wird.

Das bzw. die Konzeptionen müssen vorstellen:

- a.
  - die Umsetzung der Wert der Marke Allgäu
  - das Genre der vorhandenen Multiplikatoren-Kontakte mit den Zielgruppen der Allgäu GmbH
  - Kurzvorstellung der Agentur inkl. Referenz-Projekte mit relevanten Multiplikatoren (Gewichtung 1,0)
- b. Neben den in a genannten Kriterien des Kampagnenkonzeptes wird insbesondere Wert auf Kreativität und Innovation gelegt. (Gewichtung 2,0)

Eine Kurzvorstellung der Agentur sollte die Vorstellung der Mitarbeiter, Philosophie, USP, Netzwerkpartner, Dienstleistungsbereiche und die Top 3 Referenzen enthalten.

Für das erste Angebot sind die geforderten Einzelpreise anzugeben (s.u.) und das Dienstleistungskonzept schriftlich und digital auf USB Stick vorzulegen, strukturiert nach den Positionen.

Die Entscheidung darüber, welches Unternehmen zum Verhandlungsgespräch aufgefordert wird, erfolgt anhand der in 3.17 dargestellten Zuschlagskriterien.

## 3 Verfahrensbedingungen

### 3.1 Übersicht über das Ausschreibungsverfahren

Die Vergabe der Leistungen erfolgt im Verfahren eines Verhandlungsverfahrens gem. § 8 (4) UVgO.

Der Ablauf dieses Verfahrens ist wie folgt geplant:

#### a. Erstangebot

Nach vergaberechtskonformer Angebotsphase werden eingehende Angebote zweistufig bewertet nach dem (A.) Angebotspreis und der (B.) Qualität (siehe 3.17). Der (A.) Angebotspreis und die (B.) Qualität gehen in der Relation 40:60 in die Zuschlagswertung ein.

Auf der Basis dieser Bewertung der Erstangebote werden maximal 3 Angebote der Bieterunternehmen für das eigentliche Verhandlungsverfahren (Pitch) ausgewählt. Diese müssen im Durchschnitt die Mindestpunktzahl „2“ erreichen.

#### b. Verhandlung

Die Bieterunternehmen präsentieren ihre Kampagnenkonzepte und erläutern diese in der Diskussion im Rahmen eines Pitches. Es werden Fragen und Änderungswünsche seitens der Allgäu GmbH besprochen.

**Die Verhandlungstermine (Pitch) sind terminiert für den 14.08.2018 zwischen 13 – 18 Uhr.**

**Präsentationsort ist: Allgäu GmbH, Allgäuer Str. 1, 87435 Kempten.**

#### c. Finales Angebot

Die Bieterunternehmen werden formell aufgefordert, mit den Ergebnissen des Verhandlungsgesprächs ein verbindliches Angebot abzugeben, das alle zur Ausführung des Projekts erforderlichen Einzelheiten enthalten muss. Das ggf. angepasste Leistungsverzeichnis wird entsprechend seitens der ausschreibenden Stelle vorgelegt bei der Aufforderung zur finalen Angebotsabgabe.

Aufgrund der dann abgegebenen endgültigen Angebote wird eine Vergabeentscheidung getroffen. Dabei gehen der Angebotspreis, das Kampagnenkonzept und die Bewertung des Pitch im Verhältnis 30:35:35 in die Zuschlagswertung ein.

Während des gesamten Verfahrens werden die Bieterunternehmen frühzeitig über den Zeitplan informiert, insbesondere über die Präsentations- und Abgabetermine für die Angebote. Die Bieter wer-

den gebeten, die Verhandlungstermine rechtzeitig einzuplanen und freizuhalten, um Terminverschiebungen möglichst zu vermeiden.

### 3.2 Fragen zum Vergabeverfahren und zu den Vergabeunterlagen

Mögliche Fragen zum Vergabeverfahren sind ausschließlich in deutscher Sprache an die folgende Mailadresse zu stellen: [vergabe@allgaeu.de](mailto:vergabe@allgaeu.de)

Mögliche Bieterückfragen können bis **31.07.2018 12:00 Uhr** gestellt werden. Antworten werden durch die ausschreibende Stelle jeweils innerhalb von zwei Werktagen nach den benannten Fristen allen Bieterunternehmen zur Verfügung gestellt. Fragen, die der oben genannten Stelle nicht bis zu dieser Frist vorliegen, können nicht beantwortet werden. Bitte beachten Sie, dass die Bieterückfragen mit den entsprechenden Antworten anonymisiert beantwortet und unter folgendem Downloadlink zur Verfügung gestellt werden: <https://extranet.allgaeu.de/auftragsvergabe>

Änderungen oder Ergänzungen an den Vergabeunterlagen werden ebenfalls über diesen Downloadlink bekannt gemacht. Alle Informationen (Fragen, Antworten, Änderungen oder Ergänzungen) die über den Downloadlink bekanntgemacht werden, sind für das Vergabeverfahren und die zu erbringenden Leistungen bindend.

Soweit erforderlich wird eine letzte Aktualisierung der Fragen und Antworten bzw. Änderungen und Ergänzungen am **02.08.2018** erfolgen. Es obliegt den Unternehmen, evtl. auftretende Störungen unter [vergabe@allgaeu.de](mailto:vergabe@allgaeu.de) unverzüglich der ausschreibenden Stelle für Rückfragen zu melden und insbesondere zwei Werktage nach der Frist zu möglichen Bewerbungsrückfragen unter dem Downloadlink den letzten Stand der Verfahrensinformationen zur Kenntnis zu nehmen. **Eine aktive Information durch die ausschreibende Stelle erfolgt nicht.**

### 3.3 Vollständigkeits|Unklarheiten

Die Ausschreibungsunterlagen sind kapitelweise mit fortlaufenden Seitenzahlen versehen. Das Unternehmen hat sich von der Vollständigkeit der ihm überlassenen Unterlagen zu überzeugen. Das Unternehmen hat bei Unvollständigkeit der Vergabeunterlagen unverzüglich die Vergabestelle schriftlich oder E-Mail hierüber zu unterrichten.

Enthalten die Vergabeunterlagen nach Auffassung des Unternehmens Unklarheiten, so hat das Unternehmen den Auftraggeber vor Abgabe des Teilnahmeantrags **schriftlich** darauf hinzuweisen.

### 3.4 Angebotsabgabe

Das Angebot ist bis zum **08.08.2018, 12.00 Uhr** bei der Allgäu GmbH einzureichen. Es besteht die Möglichkeit, die Angebote einzureichen per Briefpost oder persönlich am Empfang der Allgäu GmbH abzugeben. Die Angebote sind in einem verschlossenen Umschlag einzureichen.

Bitte den äußeren Umschlag wie folgt beschriften:

Allgäu GmbH – Gesellschaft für Standort und Tourismus  
Vergabestelle  
Angebot zur Ausschreibung „Public Relations &  
Kommunikationskampagne Standortmarketing“  
Allgäuer Straße 1  
**D-87435 Kempten**

Ein innerer Umschlag muss das Angebot und alle weiteren Unterlagen enthalten, verschlossen und wie folgt beschriftet sein:

**Umschlag nicht öffnen!**  
**Vergabe „Public Relations & Kommunikationskampagne Standortmarketing“**  
Los 2: Influencerkampagne

Angebote, die nicht bis zu oben genannten Zeitpunkt vorliegen, können nicht berücksichtigt werden, es sei denn, das Bieterunternehmen hat die Verspätung nicht zu vertreten und kann dies nachweisen. Unvollständige oder fehlende Unterlagen können zum Ausschluss des Antrages führen.

**Bei der Angebotsabgabe sind zusätzlich sämtliche Unterlagen per Datenträger digital abzugeben.**

### 3.5 Form des Angebotes

Die Angebote sind in allen ihren Bestandteilen, inklusive aller geforderten Nachweise und Erklärungen, in deutscher Sprache zu verfassen. Erforderlichenfalls ist neben dem Original auch eine deutsche



Übersetzung der Nachweise und Erklärungen vorzulegen. Hierfür entstehende Kosten sind vom Bieterunternehmen zu tragen. Das Bieterunternehmen trägt die Verantwortung für die korrekte Übersetzung der eingereichten Nachweise und Erklärungen.

Die in den Verdingungsunterlagen zwingend formulierten („ist“, „muss“, „sind“, „hat zu“ etc.) Leistungs- und Qualitätsstandards sind Mindestanforderungen und für das Bieterunternehmen bindend. Angebote, die diese Vorgaben nicht einhalten, werden von der Wertung ausgeschlossen.

Für das Angebot sind die von der Allgäu GmbH vorgegebenen Vordrucke zu verwenden.

Unterlagen bzw. mögliche Aufklärungsantworten zum Angebot, die von der Vergabestelle nach Angebotsabgabe verlangt werden, sind zu dem von der Vergabestelle bestimmten Zeitpunkt einzureichen.

Werden die Unterlagen nicht vollständig fristgerecht vorgelegt, wird das Angebot ausgeschlossen.

### **3.6 Unterschriften**

Das Angebot ist in Schriftform einzureichen, zu unterschreiben und mit dem Abdruck des Firmenstempels zu versehen. Nicht unterschriebene Unterlagen führen zum Ausschluss des Angebotes.

### **3.7 Datenschutzklausel**

Die von den Bieterunternehmen erbetenen personenbezogenen Angaben werden **nur** im Rahmen des Vergabeverfahrens verarbeitet und gespeichert. Eine anderweitige Weitergabe an unbeteiligte Dritte findet nicht statt. Die Angaben sind Voraussetzung für die Berücksichtigung des Angebotes.

### **3.8 Verschwiegenheit**

Das Bieterunternehmen hat – auch nach Beendigung der Phase des Verhandlungsverfahrens – über die ihm im Zusammenhang mit der Ausschreibung bekannt gewordenen Angelegenheiten Verschwiegenheit zu bewahren. Es hat außerdem Unterlagen und Informationen nur zur Durchführung dieses Vertrages zu verwenden sowie die Datenschutzbestimmungen des Bundes (BDSG) und der Allgäu GmbH zu beachten. Insbesondere hat das spätere Vertragsunternehmen ihm zur Kenntnis kommende personenbezogene Daten sowie Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse vertraulich zu behandeln, d.h. Dritten nicht zugänglich zu machen.

### **3.9 Vergütung**

Für die Beteiligung am Verhandlungsverfahren bzw. am Pitch wird für ein Los eine Vergütung von 500 €, für 2 Lose eine Vergütung 750 € gewährt. Die Angebote gehen ohne Anspruch auf Vergütung in das Eigentum der Allgäu GmbH über.

### **3.10 Hinweis, wenn kein Angebot zum Verhandlungsverfahren abgegeben wird**

Es steht Interessenten frei, auf die Aufforderung zur Angebotsabgabe kein Angebot abzugeben. Für diesen Fall wird um eine kurze schriftliche Mitteilung an die in 3.4. benannte Stelle gebeten.

### **3.11 Änderungen, Berichtigungen und Rücknahme des Angebotes**

Änderungen und Ergänzungen an den Verdingungsunterlagen sind nicht zulässig und führen zwangsläufig zum Ausschluss vom Vergabeverfahren. Soweit Ergänzungen zur besseren Beurteilung des Angebotes erforderlich erscheinen, können sie dem Angebot auf besonderer Anlage beigelegt werden. Änderungen des Bieterunternehmens an seinen Eintragungen - z.B. bei Streichungen, der Nutzung von Blanko Fluid, Korrekturstiften, -bändern oder ähnlichen Mitteln - müssen zweifelsfrei und dokumentenecht vorgenommen werden, d. h. in der Regel mit Datum und Kürzel versehen sein.

Bis zum Ablauf der oben genannten Angebotsfrist können die bereits eingereichten Angebote schriftlich zurückgezogen werden. Sofern bei bereits eingereichten Angeboten Berichtigungen und/oder Ergänzungen erfolgen müssen, kann dies bis zum Ablauf der o. g. Angebotsfrist erfolgen. Die Berichtigung(en) und/oder Ergänzung(en) müssen in einem verschlossenen Umschlag mit folgendem Hinweis entweder per Post eingehen oder persönlich angegeben werden:

Nicht öffnen!

Berichtigung/Ergänzung am Angebot zur Ausschreibung „Public Relations & Kommunikationskampagne Standortmarketing“

Berichtigungen/Ergänzungen per E-Mail oder Fax sind nicht zugelassen.

### **3.12 Ausschreibungsfremde Bedingungen**

Beiliegende AGB's des Bieterunternehmens und/oder der Hinweis des Unternehmens auf die Gültigkeit seiner AGB's stellen eine Änderung der Vergabeunterlagen dar und führen zwingend zum Ausschluss. Es wird zudem darauf hingewiesen, dass inhaltliche Änderungen an den Vergabeunterlagen durch die Bieterunternehmen ebenfalls zum Ausschluss führen.

### **3.13 Copyright und Schutzrechte**

Die vorliegende Leistungsbeschreibung ist urheberrechtlich geschützt und darf nur zur Angebotserstellung verwendet werden. Eine Weitergabe und/oder Vervielfältigung ist ohne ausdrückliche schriftliche Einwilligung der Allgäu GmbH nicht gestattet.

Das Bieterunternehmen hat im Rahmen der finalen Angebotsabgabe zum Verhandlungsverfahren anzugeben, ob für den Gegenstand des Angebotes gewerbliche Schutzrechte bestehen oder von ihm oder einem anderen beantragt sind. Es hat weiterhin anzugeben, ob es erwägt, Angaben aus seinem Angebot für die Anmeldung eines gewerblichen Schutzrechtes zu verwerten.

### **3.14 Bietergemeinschaften**

Wettbewerbsanträge von Bietergemeinschaften sind in diesem Verfahren nicht vorgesehen.

### **3.15 Weitergabe von Leistungen an Subunternehmen**

Die Unternehmen haben Art und Umfang der Leistungen anzugeben, die sie ggf. an Unterauftragnehmer übertragen wollen und diese mit Namen und Anschrift bereits im Antrag zu benennen. Bei der Übertragung von Teilleistungen ist nach Wettbewerbsgesichtspunkten zu verfahren und dem Unterauftragnehmer insgesamt keine ungünstigeren Bedingungen - insbesondere hinsichtlich der Zahlungsweise und der Sicherheitsleistungen – zu stellen, als sie durch den Auftrag mit dem Bieterunternehmen vereinbart werden.

Das Antragsunternehmen hat die Eignung und Leistungsfähigkeit etwaiger Unterauftragnehmer gemäß der Eignungskriterien der Wettbewerbsausschreibung (Anlage Formular L124) nachzuweisen sowie sicherzustellen, dass ein Unterauftragnehmer die Leistungen oder Teile davon nicht seinerseits – ohne vorherige schriftliche Zustimmung der ausschreibenden Stelle – weiter vergibt.

Sollten nach dem Vertragsabschluss oder während der Projektrealisierung Nachunternehmen zusätzlich oder im Austausch bisher beschäftigter Nachunternehmen seitens des Vertragsunternehmens zur

Projektarbeit hinzugezogen werden, so kann dies nur mit schriftlicher Zustimmung der Allgäu GmbH geschehen. Für diesen Fall sind für ein zusätzliches Nachunternehmen ebenfalls die Eignungskriterien der Wettbewerbsausschreibung durch das Vertragsunternehmen vorzulegen.

### **3.16 Vertragsbestandteile | einzureichende Angebotsunterlagen**

Die Vergabe der Leistungen erfolgt im Verfahren eines Verhandlungsverfahrens gem. § 8 (4) UVgO. Ergänzend zu den Wettbewerbs- und späteren Verdingungsunterlagen gelten die deutschen Rechtsvorschriften. Im Falle eines Zuschlags werden folgende Bestimmungen Vertragsbestandteil:

1. Die „Rahmenvereinbarung Public Relations & Kommunikationskampagne“
2. Dieses Dokument der Leistungsbeschreibung
3. Das letztgültige Angebot des Auftragnehmers sowie weitere diesbezügliche Erklärungen des Unternehmens inkl. Konzept und finales Preis- und Kostenblatt
4. Der Teil B der Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen in der Fassung der Bekanntmachung vom 05.08.2003 (BAV Nr. 178a)

Bei Widersprüchen gelten die Vertragsbestandteile in dieser Reihenfolge. Unter folgender Internet-Adresse können die gesetzlichen Grundlagen zur UVgO nachgelesen werden:

<http://www.bmwi.de/DE/Service/gesetze,did=191324.html>

Gerichtsstand ist Kempten. Allgemeine Geschäfts-, Liefer- und Zahlungsbedingungen des Bieterunternehmens sind ausgeschlossen und werden nicht Vertragsbestandteil.

#### **Es sind folgende Unterlagen abzugeben:**

Erstangebot:

- Das unterzeichnete Angebot inkl. Dienstleistungskonzept, Agenturvorstellung & Referenzen
- Diese Leistungsbeschreibung, unterschrieben
- Das Preis- und Kostenblatt, ausgefüllt & unterschrieben
- Den Eignungsnachweis mit dem Formular L124

Finales Angebot:

- Unterzeichnetes finales Angebot inkl. Dienstleistungskonzept, Agenturvorstellung & Referenzen
- Das Preis- und Kostenblatt, ausgefüllt & unterschrieben

### 3.17 Bewertung des Erstangebots

Den Zuschlag erhält das wirtschaftlichste Angebot in Bezug auf die im Folgenden genannten Kriterien (im Rahmen der Verhandlungsvergabe).

Kriterium	Gewichtung
A. Angebotspreise	40 %
B. Qualität: Agentur-Erfahrung und Innovations- und Kreativitätsgrad des Erstkonzepts	60 %

#### A. Bewertung Angebotspreis

Zur Bewertung des Angebotspreises wird die einseitige Interpolationsmethode nach der Formel:  $(4 \times P_{\min} / P_{\text{Angebot}})$  herangezogen, die zwischen dem niedrigsten und dem Doppelten des niedrigsten Preises (Stundensatzes) interpoliert – einseitig deswegen, weil die Interpolation nur vom niedrigsten Angebotspreis  $P_{\min}$  abhängt. Dabei erhält der beste Preis die volle Punktzahl (4) und das Doppelte des besten Preises 1 Punkt.

#### B. Qualität: Innovations- und Kreativitätsgrad des Kampagnenkonzepts

Es ist textlich ein Kampagnenkonzept spezifisch zu Los 1 zu erstellen (s.o.) Die Punktwerte werden zu den folgenden Einzelkriterien vergeben:

- 1) Umsetzung der Werte der Marke Allgäu, Übereinstimmung des Genre der vorhandenen Multiplikatoren-Kontakte mit den Zielgruppen der Allgäu GmbH, Agentur & Beleg von Referenz-Projekten mit relevanten Multiplikatoren (Gewichtung 1,0)
- 2) Neben den qualitativen Kriterien des Kampagnenkonzeptes wird insbesondere Wert auf Kreativität und Innovation gelegt. (Gewichtung 2,0)

Die Punktevergabe pro Kriterium richtet sich nach dem Grad der Erfüllung der Anforderungen an dieses Kriterium.

- 4 Punkte: überzeugt in allen Punkten  
3 Punkte: erfüllt die Erwartungen zufriedenstellend  
2 Punkte: erfüllt die Erwartungen trotz Mängel ausreichend  
1 Punkte: erfüllt die Erwartungen nicht

Die Leistungspunktzahlen werden mit dem oben angegebenen Faktor gewichtet.

Auf Grundlage des Erstangebotes werden maximal 3 Agenturen mit dem bestbewerteten Angebot ausgewählt und zum Verhandlungsgespräch (Pitch) eingeladen. Die Agenturen müssen hierzu mindestens eine Durchschnittsbewertung von „2“ erhalten.

### 3.18 Verhandlungsgespräch (Pitch)

Vor der Vergabeentscheidung soll ein Verhandlungsgespräch in Form eines Pitches stattfinden. Dieses fließt mit folgenden Kriterien in die Zuschlagswertung ein:

- Übereinstimmung der Pitch-Inhalte mit formulierten Anforderungen
- Überzeugungskraft/Verständlichkeit der präsentierten Inhalte

### 3.19 Zuschlagswertung finales Angebot

Kriterium	Gewichtung
A. Angebotspreise	30 %
B. Qualität: Agentur-Erfahrung und Innovations- und Kreativitätsgrad des Kampagnenkonzepts	35 %
C. Erfolgreicher Pitch	35 %

Die Punktevergabe pro Kriterium richtet sich nach dem Grad der Erfüllung der Anforderungen an dieses Kriterium.

- 4 Punkte: überzeugt in allen Punkten  
3 Punkte: erfüllt die Erwartungen zufriedenstellend  
2 Punkte: erfüllt die Erwartungen trotz Mängel ausreichend  
1 Punkte: erfüllt die Erwartungen nicht

## **3.20 Zahlungsbedingungen**

### **3.20.1 Zahlungsfrist**

Die Zahlung des durch die Ausschreibung ermittelten Preises erfolgt grundsätzlich nach vollständiger Ausführung der Leistung binnen 14 Tagen nach Rechnungstellung.

### **3.20.2 Rechnungstellung**

Die Rechnungen sind an folgende Adresse zu stellen:

Allgäu GmbH – Gesellschaft für Standort und Tourismus  
Allgäuer Straße 1  
**D-87435 Kempten**

## **3.21 Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen**

Angebote von Bietern, die sich im Zusammenhang mit diesem Vergabeverfahren an einer unzulässigen Wettbewerbsbeschränkung beteiligen (z. B. Preisabsprachen, Austausch von Angebotsteilen), werden ausgeschlossen.

Zur Bekämpfung von Wettbewerbsbeschränkungen hat der Bieter auf Verlangen Auskünfte darüber zu geben, ob und auf welche Art der Bieter wirtschaftlich und rechtlich mit Unternehmen verbunden ist.

....., den .....

.....  
Auftragnehmer

## Anlagen

- Rahmenvereinbarung
- Preis- und Kostenblatt
- Eignungsnachweis L124