

Information zum Bewerbungsformblatt

Teilnahmewettbewerb

Projekt: [PR, Kommunikation und Marketing](#)

Maßnahme: [Mediengestaltung und Digitales](#)

Vergabe-Nr.: [CF-0130-18-V-EU](#)

Leistungsart: [Freiberufliche Leistung](#)

Hamburg, [04.04.2018](#)

Auftraggeber: Hamburg Port Authority
Neuer Wandrahm 4, 20457 Hamburg

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Allgemeines	3
2. Information zum Inhalt des Teilnahmeantrags	4
3. Projektbeschreibung	5
4. Hinweis zur Kategorie A - Persönliche Lage des Bewerbers	10
5. Hinweis zur Kategorie B - Bewerbungsgemeinschaften	11
6. Hinweis zur Kategorie C - Nachunternehmer	12
7. Hinweis zur Kategorie D - Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit	13
8. Hinweis zur Kategorie E - Technische Leistungsfähigkeit	14
9. Mindestanforderungen	16
10. Eignungskriterien und deren Bewertung	17
11. Weiteres Verfahren	18

1. Allgemeines

Das Vergabeverfahren erfolgt nach der [Sektorenverordnung 2016](#)

Folgende Unterlagen werden im Teilnahmewettbewerb zur Verfügung gestellt:

- ☒ Anschreiben zum Bewerbungsformblatt
- ☒ Information zum Bewerbungsformblatt
- ☒ Bewerbungsformblatt (Excel-Tabelle)
- ☒ Referenzformblatt
- ☐ Sonstige Unterlagen

Auf der Vergabeplattform www.vergabe.rib.de und auch unter www.hamburg-port-authority.de im Bereich "HPA 360°" und dort unter "Aktuelle Ausschreibung/Teilnahmewettbewerbe" sind die oben genannten Unterlagen abzurufen.

Bewerbungen sind in deutscher Sprache einzureichen. Ausländische Bewerber haben die geforderten Erklärungen und Nachweise in Form von gleichwertigen Bescheinigungen ihres Herkunftslandes in deutscher Übersetzung vorzulegen.

Bewerbungen sind auf elektronischem Weg unter der jeweiligen Vergabe auf www.vergabe.rib.de oder per Post in einem verschlossenen Umschlag einzureichen. Es werden nur Bewerbungen zur Eröffnung zugelassen, die dem Verhandlungsleiter bis zum Ablauf der Bewerbungsfrist vorliegen. Bewerbungen, die nachweislich vor Ablauf der Bewerbungsfrist dem AG zugegangen waren, aber bis zum Ablauf der Bewerbungsfrist aus vom Bewerber nicht zu vertretenden Gründen dem Verhandlungsleiter nicht vorgelegen haben, werden wie eine rechtzeitig eingegangene Bewerbung behandelt.

Sollten sich aus Sicht des Bewerbers Nachfragen ergeben, sind diese über die Vergabe-Plattform oder schriftlich mit Angabe der Vergabenummer per E-Mail an folgende Adresse zu richten:

E-Mail: ZentralerEinkauf@hpa.hamburg.de

Rechtzeitig beim Auftraggeber beantragte Auskünfte zu den Bewerbungsunterlagen werden in der nach § 16 Abs. 3 Nr. 1 SektVO vorgesehenen Frist vor Eingang der Teilnahmeanträge erteilt.

Fragen, die während des laufenden Verfahrens gestellt und beantwortet werden, sind unter www.vergabe.rib.de bzw. www.hamburg-port-authority.de veröffentlicht. Der Bewerber hat eigenverantwortlich und regelmäßig die Informationen abzurufen.

2. Information zum Inhalt des Teilnahmeantrags

Der Teilnahmeantrag muss

1. das Formular "Anschreiben zum Bewerbungsformblatt" (HPA 15.0-5)
2. das zugehörige Bewerbungsformblatt (Excel-Tabelle)
3. und die entsprechenden Anlagen

enthalten.

Das Anschreiben zum Bewerbungsformblatt ist rechtsverbindlich zu unterzeichnen. Hiermit wird die Richtigkeit der Angaben im Bewerbungsformblatt und der Anlagen bestätigt.

Die im Bewerbungsformblatt aufgeführten Inhalte, Nachweise und Erklärungen sind dem Teilnahmeantrag vollständig und in der genannten Form beizufügen. Die Vergabestelle behält sich vor, fehlende Unterlagen aus dem Bewerbungsformblatt nachzufordern.

3. Projektbeschreibung

Das Projekt

WIR MACHEN HAFEN und suchen einen verbindlichen, zuverlässigen, kreativen Partner mit Weitblick und Erfahrung bei der Erstellung von Kommunikationsmitteln - digital wie analog als unsere Fullserviceagentur für PR, Kommunikation und Marketing.

Die HPA betreibt ein zukunftsorientiertes Hafenmanagement aus einer Hand und ist überall dort aktiv, wo es um Effizienz, Sicherheit und Wirtschaftlichkeit im Hamburger Hafen geht. Den wachsenden Ansprüchen des Hafens begegnet die HPA mit intelligenten und innovativen Lösungen. Die HPA ist verantwortlich für die effiziente, ressourcenschonende und nachhaltige Planung und Durchführung von Infrastrukturmaßnahmen. In dieser Funktion ist die HPA auch für verschiedene öffentliche Anlagen wie Brücken und Straßen im Hafengebiet verantwortlich und sorgt für ihre Verkehrssicherheit sowie ihre fachgerechte Bedienung. Ziel ist die Gewährleistung einer leistungsfähigen, bedarfsorientierten und sicheren landseitigen Infrastruktur im Hafen.

Im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit ist die HPA insbesondere auch zuständig für die Vermarktung des Hafenstandortes, der Wahrnehmung der hamburgischen Hafeninteressen auf nationaler und internationaler Ebene sowie der Entwicklung und Vermarktung speziellen hafenspezifischen Fachwissens.

Seit der Gründung des Unternehmens arbeitet das elfköpfige Team im Bereich Public Affairs an der Schärfung und Bekanntheit der Marke Hamburg Port Authority. Auf dem Weg von der Behörde zum Unternehmen war es eine essentielle Aufgabe, die Marke HPA intern wie extern einheitlich zu gestalten und in den Zielgruppen zu positionieren. Dabei verstehen wir unsere rund 1800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als wichtige Multiplikatoren, die in ihrem Umfeld und der Öffentlichkeit ihren individuellen Beitrag zur Markenbildung leisten.

Das Team Public Affairs entwickelt ganzheitliche Kommunikationskonzepte und setzt diese in- und extern unter Einhaltung der Corporate Identity um.

Gegenstand dieser Ausschreibung sind Dienstleistungen in Bezug auf Kommunikation und Marketing, die darauf abzielen, dass die Marke HPA gestärkt und weiter ausgebaut wird.

Wir verstehen unseren neuen Dienstleister als Partner, der uns auf Augenhöhe berät, Projekte zuverlässig und absolut termingetreu managt und uns als Ergebnis qualitätsgesicherte Produkte liefert. Basis aller Produkte bildet ein ganzheitlicher Ansatz. Auf allen Kanälen und Produkten wie Website, Newsletter, Broschüren, Flyern, Werbeartikeln, (Bau-)Schildern und Präsentationen soll eine moderne, zielgruppengerechte, inhaltlich verzahnte und CI-konforme Darstellung des Unternehmens Hamburg Port Authority stattfinden. Als unser neuer Dienstleister haben Sie mit uns die Kanäle und Zielgruppen im Blick und sind dabei unser Experte in allen Fragen rund um Gestaltung und Redaktion. Als unser Berater entwickeln Sie für unsere vielfältigen Inhalte und Zielgruppen die passenden Produkte.

Sie decken Widersprüche in der Stringenz unserer Kommunikation auf und sind unserer strategischer Sparringspartner bei der Weiterentwicklung der Marke Hamburg Port Authority. Sie werden zum Hüter unserer CI und bringen aktiv Ideen ein, um diese stets aktuell zu halten. Darüber hinaus steuern Sie externe Dienstleister, wie Druckereien, Übersetzer oder Werbemittelproduzenten und haben auch hierbei grundsätzlich Timing, Qualität und

Wirtschaftlichkeit im Blick.

Durch Ihr exzellentes Projektmanagement und einen festen Ansprechpartner, mit einem gut aufgestellten Team im Hintergrund sowie klare Vertretungsregeln werden Sie zu unserem Treiber und fordern aktiv fehlende Zulieferungen und Freigaben ein. Dabei haben Sie auch die Kosten im Blick. Abweichungen vom kalkulierten Angebot melden Sie proaktiv an uns. Zu jedem Vorgang legen Sie einen Projektsteckbrief vor, der Briefing und Rebriefing sowie wesentliche Schritte des Projekts beinhaltet. Abschließend machen Sie uns Vorschläge für den Austausch der Dokumente und gewährleisten die reibungslose Implementierung des Tools.

Im Detail sind das unsere Themen:

Corporate Identity

Die HPA hat sich zum Ziel ihrer Kommunikation gesetzt, ihre Bekanntheit und die Bekanntheit ihrer Aufgaben bei den Bürgerinnen und Bürgern in Hamburg auszubauen sowie die Expertise ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter herzustellen. Grundlage für die Erreichung dieser kommunikativen Zielsetzung ist ein Corporate Design (CD), das einen einheitlichen Markenauftritt mit hohem Wiedererkennungswert definiert - nach innen und außen.

Der Auftragnehmer soll einerseits den Auftraggeber hinsichtlich Weiterentwicklungsmöglichkeiten beraten. Er soll mit dem Bereich Public Affairs Ideen entwickeln und Vorschläge generieren, die diese Zielrichtung konsequent beibehalten. Weiter soll der Auftragnehmer Kommunikationsmittel gestalten.

Die Kommunikationsmittel werden gegenwärtig entsprechend dem CD Handbuch umgesetzt. Aufgabe des Auftragnehmers ist es, dass CD Handbuch kontinuierlich zu pflegen, weiterzuentwickeln und auf eine stringente Implementierung zu achten. Das vorhandene CD Handbuch inkl. einer Zusammenfassung für die HPA-Mitarbeiter wird in einführenden Gesprächen zwischen dem Auftraggeber und dem Auftragnehmer ausführlich besprochen. Mit dem aus diesem Gespräch/en gewonnenen Erkenntnissen und auf Basis des CD Handbuchs wird der Auftragnehmer die erforderlichen Kommunikationsmittel gestalten. In regelmäßigen Gesprächen wird über etwaig erforderliche Anpassungen, Ergänzungen oder Erweiterungen des CD Handbuchs gesprochen. Der Auftragnehmer protokolliert die Abstimmungsgespräche und hält die vereinbarten Termine/Todos laut Protokoll ein. Ein- bis zweimal jährlich wird das CD aktualisiert und die als umsetzungswürdigen Punkte ausgearbeitet und übernommen.

Print

Der Auftragnehmer soll den Bereich Public Affairs hinsichtlich der Weiterentwicklungsmöglichkeiten im Bereich Print beraten.

Dazu gehört insbesondere die Konzeption und Erstellung von Periodika wie dem jährlichen Geschäftsbericht, dem jährlichen Hafen Verkehrsbericht sowie dem alle zwei Jahre erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht. Die Rolle des Auftragnehmers beginnt dabei bei der grundsätzlichen Konzeption der Produkte. Hier erwarten wir - insbesondere beim Geschäftsbericht - die Beratung in puncto einer logischen, dem Zeitgeist entsprechenden Weiterentwicklung der Publikationen. Dabei sind innovative, neue Lösung auf Seiten des Auftraggebers ausdrücklich erwünscht. Die Erstellung der Publikationen beinhaltet neben der Konzeption, die Aufstellung eines verbindlichen Zeitplans, die Umsetzung inkl. Redaktion, Erstellung von Grafiken, Fotokonzept sowie die komplette Druckregie in Absprache mit dem

Auftraggeber.

Ferner ist es Aufgabe des Auftragnehmers, nach Bedarf Flyer und Broschüren kurzfristig zu aktualisieren oder neu zu konzipieren und umzusetzen. Auch hier erwarten wir eine Abwicklung von der Konzeption in Absprache mit dem Auftraggeber, eine Realisierung in mehreren Korrekturschleifen und - wenn nötig - die Abwicklung der Druckregie bis zum fertigen Produkt.

Im Zuge der Konzeption von Printprodukten für die HPA soll der Auftragnehmer aber auch dem Auftraggeber bei Fragen zu möglichen Digitalisierungen beraten, wenn sie im Rahmen von konkreten Projekten Sinn machen. Dahinter steckt die Frage, ob es z. B. immer nötig ist, alle Themen in Form von Printprodukten zu vermarkten. Gibt es auch andere Wege, z. B. einen Geschäftsbericht abzubilden? Die HPA ist dabei ausdrücklich offen, auch neue Medienformate wie Augmented Reality oder Virtual Reality mit in ihre Produkte zu integrieren. Wichtig ist dem Auftraggeber, dass bei allen Beratungsleistungen immer der Dreiklang zwischen Print, Digital und Werbemittel bedacht wird. Er soll mit dem Bereich Public Affairs Ideen entwickeln und Vorschläge generieren, die diese Zielrichtung konsequent beibehalten. Weiter soll der Dienstleister Kommunikationsmittel gestalten. Dabei ist dem Auftraggeber wichtig, dass alle Maßnahmen CD konform umgesetzt werden.

Digital

Mitte 2017 hat die HPA ihren Auftritt unter www.hamburg-port-authority.de umfassend neu gestaltet. Dabei benutzt sie als Content Management System Typo3. So ist gewährleistet, dass sich Anforderungen schnell umsetzen lassen.

Der Webseite der HPA liegt die Idee zu Grunde, dass alle wichtigen Informationen schnell zur Verfügung stehen und gleichzeitig ein umfassender Imagetransfer gewährleistet wird. Um dies zu realisieren, ist die Webseite in vier große Bereiche unterteilt:

HPA 360°, Wasser, Straße, Schiene.

Die Bereiche Wasser, Straße und Schiene bilden alle wichtigen Verkehrsträger und die damit verbundenen hoheitlichen Aufgaben im Hafengebiet ab. Dort findet der User die fachlichen Informationen zu Themen und Projekten. Über die Rubrik 360° transportieren wir unsere Ziele, die Philosophie und die Geschäftsbedingungen der HPA. Zudem berichten wir dort auch über spannende Bauprojekte. Ein weiteres wichtiges Element der Webseite ist der „infoPORT“. Dort laufen die Verkehrsmeldungen aller drei Verkehrsträger, alle Downloads und Kontakte zusammen.

Auf der Website führen den User drei Wege zu seinen Suchergebnissen: Eine klassische Volltextsuche, die auch PDF-Dokumente und Videos anzeigt, einen „Quickfinder“ und die klassische Navigation. Bei dem Quickfinder werden Zielgruppen der HPA und Inhalte miteinander verknüpft. So können einzelne User schnell die für sie relevanten Informationen finden.

Die Webseite ist responsiv programmiert.

Mit dem Relaunch der Website hat die HPA auch einen zweisprachigen Newsletter aufgesetzt. In dem Newsletter informiert die HPA alle zwei Monate über HPA- und Hafenthemen.

In der alle sechs Wochen stattfindenden Redaktionsroutine erörtern wir die Themen, die auf der Webseite oder im Newsletter umgesetzt werden.

Sie betreuen die Webseite der HPA auf Inhaltlicher und technischer Ebene. Inhaltlich bedeutet, dass Sie die Redaktionsroutinen vorbereiten, diese leiten und proaktiv Themen vorschlagen. Sie verfassen die Texte der Website, übersetzen diese nach Freigabe durch den Auftraggeber ins Englische, sorgen für entsprechendes Bild oder Videomaterial (teilweise aus dem Fundus der HPA) und bauen die entsprechenden Inhalte über das Typo3 Backend ein. Sie denken ganzheitlich und haben ein gutes Gespür dafür, wie die Geschichte oder das Thema aufgebaut und aufbereitet werden könnte. Darüber hinaus haben Sie im Blick wie und wo das Thema ggf. ergänzend aufgegriffen werden muss.

Sie monitoren die Webseite proaktiv über ein entsprechendes Tool und machen Verbesserungsvorschläge, bzw. korrigieren dort, wo es auffällt. Sie entwickeln Ideen, um die Webseite zu verbessern und weiterzuentwickeln. Immer unter dem Aspekt, die Webseite als den zentralen Anker der externen HPA Kommunikation zu sehen.

Sie betreuen das derzeit bestehende Ticketsystem JIRA oder implementieren ein neues. Sie sind verantwortlich dafür, dass der Content auf der Website platziert wird. Mit welchen Mitteln ist Ihnen als Auftragnehmer überlassen. Wichtig ist hierbei nur die Übersichtlichkeit und Nachvollziehbarkeit von Aufträgen. Gleichzeitig muss der Workflow oder das verwendete Tool handhabbar für die HPA sein. Sie schließen den Vertrag mit dem Hoster und schließen einen entsprechenden Servicelevelvertrag mit ihm. Das bedeutet: Sie als Auftragnehmer sind auch unser Ansprechpartner bei sämtlichen Fragestellungen bezüglich der Technik.

Mit Hilfe von SEO bauen Sie die Sichtbarkeit unserer Themen sukzessive aus beziehungsweise unterstützen uns im Konzipieren von entsprechenden Texten mit optimierter Keyworddichte. Im Hinblick auf die Sichtbarkeit in den Suchmaschinen beraten Sie uns.

Der Auftragnehmer erstellt die Texte für den HPA-Newsletter, kümmert sich um das entsprechende Bild- oder Videomaterial, baut den Newsletter auf und versendet ihn über ein entsprechendes Tool. Darüber hinaus monitort der Dienstleister den Newsletter, zieht daraus Rückschlüsse und steht uns als Berater zur Weiterentwicklung des Newsletters zur Seite.

Werbemittel

Werbeartikel werden bei der HPA von Kolleginnen und Kollegen verschiedener Unternehmensbereiche eingesetzt. Die Verwendung ist dabei divers: Sowohl im Rahmen der Kontaktpflege und Anbahnung von Geschäftsbeziehungen im nationalen und internationalen Kontext, als auch im Recruiting oder auf Fachmessen finden Werbeartikel Verwendung.

Das Werbeartikelsortiment der HPA umfasst aktuell 35 Produkte der Kategorien Streuartikel, Werbeartikel, Geschenke und Exclusive Line Geschenke.

Der Bereich Public Affairs entwickelt das Bestandssortiment an Werbeartikeln der HPA stetig weiter. Darüber hinaus entwickeln wir für Bereiche der HPA eigene Werbeartikel, produzieren Banner für Veranstaltungen oder Hinweisschilder für Brücken oder Schleusen.

Der Auftragnehmer ist für uns ein strategischer Berater für die Weiterentwicklung des Werbeartikelsortiments. Bei der Auswahl von Werbeartikeln sind uns folgende Dinge wichtig: Beratungsleistung, Innovationskraft und wirtschaftliche Gesichtspunkte. Sie beraten uns in

Projekt: PR, Kommunikation und Marketing
Maßnahme: Mediengestaltung und Digitales

Vergabe- Nr.: CF-0130-18-V-EU

der Auswahl passender Werbeartikel, abgestimmt auf Verwendungszweck und Zielgruppe, übernehmen das Projektmanagement der Beschaffung und erstellen in enger Abstimmung mit uns das CD-konforme Layout der Artikel. Die Lagerung und Distribution ist nicht Bestandteil des Auftrags.

Projekt: PR, Kommunikation und Marketing
Maßnahme: Mediengestaltung und Digitales

Vergabe- Nr.: CF-0130-18-V-EU

4. Hinweise zur Kategorie A - Persönliche Lage des Bewerbers

Die Basisdaten des Bewerbers sind vollständig gemäß den Vorgaben im Bewerbungsformblatt anzugeben.

Die Nachweise und Erklärungen der Kategorie A.5 bis A.12 sind als nummerierte Anlagen dem Bewerbungsformblatt beizufügen. Die Anlagen sind in der Spalte für "Eintragungen des Bewerbers" in ihrer Reihenfolge zu nummerieren und in dieser Reihenfolge einzureichen.

5. Hinweise zur Kategorie B - Bewerbergemeinschaften

Bewerbergemeinschaften sind zugelassen, jedoch ist die Bildung einer Bewerbergemeinschaft zu begründen.

Bei Bewerbergemeinschaften ist das Bewerbungsformblatt von **jedem Mitglied** der Bewerbergemeinschaft auszufüllen.

Die Angaben zu Bewerbergemeinschaften sind im Bewerbungsformblatt in den Kategorien B.1 -B.4 auszufüllen.

In dem Teilnahmeantrag ist ein zentraler Ansprechpartner anzugeben, der bevollmächtigt ist, die Bewerbergemeinschaft und später im Fall der Auswahl für das weitere Vergabeverfahren auch die Bietergemeinschaft zu vertreten. Die Vollmacht ist mit dem Teilnahmeantrag vorzulegen. (Kopie ist ausreichend).

Die Mitglieder der Bewerbergemeinschaft sind in dem Teilnahmeantrag vollständig zu benennen. Die Anforderungen aus den Kategorien D.1 bis D.4 müssen von jedem Mitglied der Bewerbergemeinschaften erfüllt bzw. angegeben werden. Sämtliche Anforderungen aus der zutreffenden Kategorie E (Bau-, Liefer- oder freiberufliche Leistungen) müssen im Summe von der Bewerbergemeinschaft durch Abgabe von entsprechenden Erklärungen bzw. Nachweisen der Mitglieder erfüllt werden. Ob sie für dieses Bewerbungsverfahren zutreffend sind, ist aus dem Bewerbungsformblatt ersichtlich.

Schließen sich mehrere Bewerber zu einer Bewerbergemeinschaft zusammen, so ist zu gewährleisten, dass kein Bewerber Mitglied in mehr als einer Bewerbergemeinschaft ist. Ist ein Bewerber Mitglied in mehreren Bewerbergemeinschaften, so werden diese Bewerbergemeinschaften zwingend vom Teilnahmeverfahren ausgeschlossen.

6. Hinweise zur Kategorie C - Nachunternehmer

Die einzelnen Nachunternehmer und deren zugedachte Leistungsbereiche sind zu benennen (Anlagen C.1 und C.2). Der Bewerber hat für jeden Nachunternehmer, dessen Kapazitäten er sich bedienen will, nachzuweisen, dass dieser die Eignungsanforderungen gemäß Kategorie E - soweit zutreffend - anhand entsprechender Referenzen erfüllt.

Ist der Einsatz von Nachunternehmern vorgesehen, ist eine Erklärung der/s Nachunternehmer/s zur Verfügbarkeit während des Ausführungszeitraums abzugeben (Anlage C.3).

Sollte die Auswahl der Bewerber für das weitere Vergabeverfahren zu einer Mehrfachbeteiligung von Nachunternehmern führen, wird der Auftraggeber einzelfallbezogen entscheiden, ob ein Ausschluss unter dem Gesichtspunkt einer Wettbewerbsbeeinflussung geboten ist. Hierzu wird dem Bewerber die Möglichkeit eingeräumt dazulegen, wie mögliche Wettbewerbsbeeinträchtigungen in Folge eines oder mehrerer Nachunternehmer durch Maßnahmen des Bewerbers bzw. der / des Nachunternehmers verhindert werden sollen (Anlage C.4).

7. Hinweise zur Kategorie D - Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

Erklärung zum Gesamtumsatz Kategorie D.1

- ☒ Der Gesamtumsatz des Bewerbers ist für die letzten **drei** abgeschlossenen Geschäftsjahre anzugeben. Die Angaben sind auf gesonderter Anlage D.1 beizufügen.

Erklärung zum Mindestumsatz Kategorie D.2

- ☐ Für die folgenden Leistungsbereiche hat der Bewerber einen Mindestumsatz pro Geschäftsjahr für die letzten abgeschlossenen Geschäftsjahre anzugeben:

Erklärung zum Umsatz vergleichbarer Leistungen Kategorie D.3

- ☒ Angaben zum Umsatz des Unternehmens in den letzten **drei** abgeschlossenen Geschäftsjahren, soweit sie mit den zu vergebenden Leistungen vergleichbar sind. Soweit die Umsätze der Unternehmens mit anderen Unternehmen erbracht wurden, sind die jeweiligen Anteile des Unternehmens gesondert anzugeben. Die Angaben sind auf gesonderter Anlage D.3 beizufügen.

[Vergleichbare Leistungen, die mit dem ausgeschriebenen Portfolio übereinstimmen.](#)

Erklärung zur Anzahl der Mitarbeiter Kategorie D.4

- ☐ Angaben zur Zahl der in den letzten abgeschlossenen Geschäftsjahren jahresdurchschnittlich beschäftigten Arbeitskräfte, gegliedert nach Berufsgruppen. Die Höhe der Mitarbeiterzahl soll Auskunft über die personelle Leistungsfähigkeit des Bewerbers geben. Die Angaben sind auf gesonderter Anlage D.4 beizufügen.

8. Hinweise zur Kategorie E - Technische Leistungsfähigkeit

Die Kategorie E ist in drei Bereiche unterteilt, in Kriterien für die Vergabe von Bauleistungen (E.1 bis E.3), in Kriterien zur Vergabe von Lieferungen und Dienstleistungen (E.5 bis E.7) und in Kriterien für die Vergabe von freiberuflichen Leistungen (E.8 bis E.13).

Kriterien Freiberufliche Leistungen Kategorie E.8 bis E.13

In **Kategorie E.8** sind Leistungen/ Referenzen der letzten **fünf** abgeschlossenen Geschäftsjahren anzugeben, die mit der ausgeschriebenen Leistung vergleichbar sind.

Zu jedem Referenzprojekt können Referenzschreiben zu Projekten sowie eine detaillierte Projektdarstellung auf gesonderter Anlage im Formular „Referenzprojekte“ beigelegt werden. Das Formular wird einmal zur Verfügung gestellt und ist vom Bewerber entsprechend oft zu kopieren und auszufüllen.

Es ist mindestens ein vergleichbares Referenzprojekt vorzulegen.

Als vergleichbar gilt eine Referenz, wenn mindestens einer der folgend aufgeführten Kompetenzbereiche in einem ähnlichen Umfang wie unter Punkt 3 beschrieben, bearbeitet worden ist:

Kompetenzbereich 1: Corporate Identity

Kompetenzbereich 2: Print

Kompetenzbereich 3: Website

Kompetenzbereich 4: Newsletter,

Kompetenzbereich 5: Werbemittel

Es gilt, dass mit drei vergleichbaren Referenzen die maximal zu erreichende Punktzahl erreicht werden kann. Je mehr Kompetenzbereiche abgedeckt werden, um so höher wird die Referenz bewertet.

Werden mehr als drei Referenzen eingereicht, werden die drei besten Referenzen in die Wertung aufgenommen. Weitere Referenzen führen nicht zu einer höheren Punktzahl bzw. besseren Wertung.

Kategorie E.9 soll eine Erklärung des Bewerbers auf gesonderter Anlage zu E.9 abgeben, die inhaltlich die jahresdurchschnittlich fest angestellten Beschäftigten der letzten **drei** abgeschlossenen Geschäftsjahre des Bewerbers widerspiegelt.

Die in **Kategorie E.10** geforderten Angaben, der zur Verfügung stehenden technischen Ausrüstung, sind Angaben zu Geräten, Softwareprodukten oder ähnlichem. Angaben können auf gesonderter Anlage E.10 in folgender Form gemacht werden:

./.

In **Kategorie E.11** sind ggf. Maßnahmen zur Qualitätssicherung mit Beschreibung anzugeben oder Nachweise auf gesonderter Anlage E.11 zu erbringen sowie Angaben zu Forschungs- und Untersuchungsmöglichkeiten aufzuführen.

./.

Sollten Teile des Auftrags an Nachunternehmer, lt. **Kategorie E.12** vergeben werden, sind in Anlage E.12 Angaben zum Inhalt sowie des Leistungsanteils zu machen. Alle weiteren Angaben zu Nachunternehmern sind entsprechend in Kapitel 6 zu machen und als Anlagen beizufügen.

Ggf. sind in **Kategorie E.13** weitere Unterlagen einzureichen

E.13-1 Bewerberkonzept: Die Bewerber werden aufgefordert, in einem maximal sechsseitigen Konzept zu skizzieren, wie Sie das folgende Szenario ganzheitlich umsetzen würden:

Die Bauarbeiten des Fehmarnbelttunnel sind gut vorangeschritten. Die Arbeiten der Tunnelbohrmaschine sind beendet worden. Vor sechs Wochen fand der Tunneldurchbruch statt, das wurde medienwirksam gefeiert. Nun geht es an den weiteren Ausbau des Tunnels, der künftig eine direkte Verbindung für Schienen- und Straßenverkehr zwischen Deutschland und Skandinavien ermöglichen soll. Das Projekt hat aktuell eine zeitliche Verzögerung von neun Monaten und liegt rund 50 Mio. Euro über dem ursprünglich kalkulierten Kosten.

Der Auftraggeber möchte auf der diesjährigen Messe InnoTrans in Berlin das Projekt auf einem Messestand präsentieren. Das dafür bereitstehende Budget beträgt 500.000 Euro.

Als Kommunikationskanäle stehen dem Auftraggeber neben der klassischen Pressearbeit, seine Website, ein Newsletter sowie ein Facebook-Kanal zur Verfügung.

Das Konzept soll insbesondere folgendes aufzeigen: Wie sieht der Messestand aus? Welche flankierenden Informationen und Werbemittel empfehlen Sie? Wie transportieren Sie das Thema in den zur Verfügung stehenden Kanälen?

Fügen Sie dazu auch einen Projektplan bei, aus dem Timing und Kosten hervorgehen.

E13-2

Der Bewerber hat ein Personaleinsatzkonzept über das für die beschriebenen Aufgaben vorgesehene Personal inklusive Vertretungsregelungen einzureichen. Es sind die vorgesehenen Personen anzugeben, die für die spätere Erbringung der Leistungen für den Auftraggeber eingesetzt werden sollen und für welche Aufgaben sie im Projekt vorgesehen wären.

Es ist ein zentraler Ansprechpartner für die HPA zu benennen.

Für alle vorgesehenen Personen inklusive Vertretung ist anzugeben: Name, Ausbildung, Qualifikation über persönliche Referenzen zu Projekten der letzten 5 Jahre, die mit der vorliegenden vergleichbar sind.

9. Mindestanforderungen

Folgende Mindestanforderungen bestehen:

Zu Kategorie D. **1**

- Gesamtumsatz des Unternehmens in den letzten **drei** abgeschlossenen Geschäftsjahren.
1 Mio. Euro p.a.

Zu Kategorie E. **8**

- Referenzliste über die Ausführung von Leistungen in den letzten **fünf** Geschäftsjahren, die mit der zu vergebenden Leistung vergleichbar sind einschließlich Angabe des Rechnungswertes, der Leistungszeit sowie der Auftraggeber.
(auf gesonderter Anlage)
Es ist mindestens eine vergleichbare Referenz einzureichen. Die Beschreibung zur Einstufung der Vergleichbarkeit wird unter E.8 beschrieben.

Können diese Mindestanforderungen nicht nachgewiesen werden, erfolgt der Ausschluss aus dem weiteren Vergabeverfahren.

10. Eignungskriterien und deren Bewertung

Nachfolgend werden die Kriterien, die bei der Auswahl der Bewerber zugrunde gelegt werden, beschrieben.

Erfüllung aller formalen Kriterien

Die Nichtvorlage des rechtsverbindlich unterzeichneten Formulars "Anschreiben zum Bewerbungsformblatt" (HPA 15.0-5) sowie ein nicht ausgefülltes Bewerbungsformblatt mit den erforderlichen Angaben führen zum Ausschluss aus dem Vergabeverfahren. Ebenfalls zum Ausschluss vom Vergabeverfahren führen nicht nachgewiesene Mindestanforderungen der Bewerber/ggf. Bewerbungsgemeinschaften/ggf. Nachunternehmer.

Bewertungskriterien

☒ Die wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit wird insgesamt mit 10 % bewertet.

☒ Die technische Leistungsfähigkeit wird insgesamt mit 79 % bewertet.

☒ weitere Kriterien

Die Gestaltung und der Gesamteindruck werden mit 11% bewertet.

Erläuterung zur Bewertung:

Die Bewertung erfolgt nach einem Punktesystem. Insgesamt können maximal 100 Punkte erreicht werden.

A) Bewertung der wirtschaftlichen und finanziellen Leistungsfähigkeit:

- Gesamtumsatzes: mit max. 10 Punkten

B) Bewertung der technischen Leistungsfähigkeit mit insgesamt max. 79 Punkten, diese sind folgendermaßen aufgeteilt:

B1: Vergleichbare Referenzen mit max. 24 Punkten

Die Bewertung der Referenzprojekte erfolgt über die Schnittmenge mit den geforderten Kompetenzbereichen der ausgeschriebenen Leistungen.

B2: Personaleinsatzkonzept max. 15 Punkte

Im Bereich des Personaleinsatzkonzeptes erfolgt die Bewertung über ein dem Auftrag angemessenen Personaleinsatzkonzeptes.

B3: Bewerberkonzept mit max. 40 Punkten

Die Bewertung der eingereichten Ideenskizze erfolgt nach Kriterien wie Innovativität und der Qualität der Lösungsansätze.

C) Gestaltung und Gesamteindruck der eingereichten Unterlagen mit max. 11 Punkte

Details zur Bewertung können der Anlage 1 - Bewertungsmatrix entnommen werden.

11. Weiteres Verfahren

Die am besten geeigneten Bewerber (max. 5) erhalten nach Auswertung der Teilnahmeanträge detaillierte Ausschreibungsunterlagen und werden zur Angebotsabgabe aufgefordert. Die anderen Bewerber erhalten eine entsprechende Information über die Nichtberücksichtigung im weiteren Vergabeverfahren.