

**Vergabeermächtigung Kommunikationskonzept
IHFEM**

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 09032



**Beschluss des Unterausschusses
vom 20.06.2017**
Öffentliche Sitzung

I. Vortrag der Referentin

Mit dem Beschluss „Anpassung der Förderrichtlinie Elektromobilität und Mittelumschichtung innerhalb des integrierten Handlungsprogramms zur Förderung der Elektromobilität München (IHFEM 2015)“ (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 07497) der Vollversammlung vom 14.12.2016 hat der Stadtrat das Referat für Gesundheit und Umwelt (RGU) mit der Umsetzung einer Kommunikationskampagne zu Elektromobilität beauftragt. Dafür ist eine Ausschreibung nötig, die eine Vergabeermächtigung durch den Stadtrat erfordert. Der Stadtrat hat die finanziellen Mittel hierfür bereitgestellt.

1. Anlass, Ziel und Auftrag

Ziel der Kommunikationskampagne ist es, über zielgruppenspezifische Ansprache (Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen, Pendler etc.) die Vorteile der Elektromobilität zu kommunizieren und damit die Stadtbevölkerung für die angestrebte Mobilitätswende hin zu sauberer Elektromobilität in München zu motivieren. Im Einzelnen sollen die vielfältigen Maßnahmen und auch Fördermöglichkeiten aus allen stadtübergreifenden Handlungsfeldern des „Integrierten Handlungsprogramm zur Förderung der Elektromobilität in München“ (IHFEM) ineinandergreifend öffentlichkeitswirksam dargestellt werden.

Dem Referat für Gesundheit und Umwelt als federführendem Referat stehen für die Durchführung dieser Kommunikationskampagne keine personellen Ressourcen zur Verfügung. Daher soll die Kommunikationskampagne nach fachlicher Vorarbeit im Referat für Gesundheit und Umwelt über eine Vergabe von einer Auftragnehmerin oder einem Auftragnehmer konzipiert und durchgeführt werden.

Bei nachfolgend dargestelltem Sachverhalt handelt es sich um die Vergabe einer Beratungsleistung. Da der geschätzte Auftragswert die Wertgrenze der Geschäftsordnung des Stadtrats der Landeshauptstadt München übersteigt, ist eine Vergabeermächtigung durch den Stadtrat erforderlich.

Aufgrund der Beschlüsse des Verwaltungs- und Personalausschusses (VPA) vom 16.01.2013 und der Vollversammlung vom 23.01.2013 über die Zuständigkeit von Ausschüssen bei Vergabeverfahren, ist die Vorlage wegen der dezentralen Ressourcenverantwortung und der Sachbezogenheit im Umweltausschuss als zuständigem Fachausschuss vor Durchführung der Ausschreibung zu behandeln.

In den Vergabeunterlagen wird der geschätzte Auftragswert als Hinweis an die Bieterin oder den Bieter genannt. Dieser Hinweis ist vergaberechtlich zulässig und in diesem Fall wegen der begrenzten Haushaltsmittel gerechtfertigt. Da der geschätzte Auftragswert in den Vergabeunterlagen genannt wird, kann die Behandlung des Kosten- und Finanzteils sowie der Auftragssumme in öffentlicher Sitzung stattfinden.

2. Inhalt, Kosten und Finanzierung

Der geschätzte Auftragswert in Höhe von 200.000 € netto liegt unterhalb des Schwellenwertes von 209.000 € (ohne MwSt.), der zu einer EU-weiten Ausschreibung verpflichten würde. Hierfür sind die finanziellen Mittel bereitgestellt (vgl. Beschluss „Anpassung der Förderrichtlinie Elektromobilität und Mittelumschichtung innerhalb des integrierten Handlungsprogramms zur Förderung der Elektromobilität München (IHFEM 2015)“, (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 07497 der Vollversammlung vom 14.12.2016).

Bei der vorliegenden Vergabeermächtigung handelt es sich um eine Kreativleistung. Dies bedeutet, dass eine genaue Kalkulation/ Aufteilung des Budgets nur eingeschränkt möglich ist. Es soll ein möglichst modernes, lokales und in sich stimmiges Konzept erstellt werden, das so viele Münchnerinnen und Münchner wie möglich erreicht. Die angestrebte Mobilitätswende hin zu sauberer Elektromobilität in München soll überdies nachhaltig in der Stadtgesellschaft verankert werden.

Dieses Ziel lässt sich unter anderem über eine Kommunikationskampagne mit einheitlichem Erscheinungsbild erreichen. Damit wird das Interesse am Thema erhöht, der Wiedererkennungswert gestärkt und die Akzeptanz gefördert. Mit der Herstellung eines kommunikativen Rahmens kann auf das individuelle Mobilitätsverhalten der Bürgerinnen und Bürger eingegangen werden und zugleich eine kommunikative Brücke zum Ziel der Mobilitätswende hergestellt werden. Das heißt, mit der Kampagne sollen Bürgerinnen und Bürger an die neue Fortbewegungsform Elektromobilität herangeführt werden.

Die Vergabeermächtigung für die Kommunikationskampagne für Elektromobilität umfasst folgende Punkte:

- Planung, Konzeption und Durchführung der Kommunikationskampagne bis Ende 2020 mit einer optisch wiedererkennbaren Gestaltung. Dabei ist die bereits bestehende Linie zur Elektromobilität (E-zapft is!) aufzugreifen. Die Gestaltungsrichtlinien der Landeshauptstadt München sind dabei einzuhalten. In diesem Arbeitspaket sollen die Ideen der Mobilitätswende durch Elektromobilität sowie die bestehenden Fördermöglichkeiten und vielfältigen stadtweiten Maßnahmen zu diesem Thema beworben werden. Ausschlaggebend dabei ist, eine ansprechende Kampagne aus einem Guss zu entwickeln, die die vielfältigen Maßnahmen aus allen stadtweiten Handlungsfeldern des „Integrierten Handlungsprogramm zur Förderung der Elektromobilität in München“ (IHFEM) umfasst.
- Konzeption und Ausarbeitung eines Mediaplans. Zusammenfassend soll im Mediaplan die strategische Planung der Kampagnenführung festgelegt werden. Die Mediaplanung soll sich mit der Entscheidung befassen, welche Medien innerhalb der Kommunikationskampagne eingesetzt werden, um die maximale Anzahl der Münchner Stadtbevölkerung effektiv und kostengünstig zu erreichen. Im Mittelpunkt sollen stehen: Auswahl der Mediengattung, zeitliche Planung sowie Festlegung des Werbebudgets. Dabei sollen auch ein entsprechender Media-Mix zusammengestellt (Plakat, Print, Radio, kurze Werbespots auf Infoscreens und in Kinos, TV, Online, Mobile) und gezielte Veranstaltungen und Marketingmaßnahmen geplant werden.
- Konzeption und Ausarbeitung von Werbe- und Infomaterial für Elektromobilität in Corporate Design der Gesamtkampagne (z.B. Werbebanner für Aktionsstände, Gestaltung und Produktion von Give-aways, (Fach-)Präsentationen, Plakate, Anzeigen, Flyer, Infobroschüren etc.). Dabei ist die bereits bestehende Linie zur Elektromobilität (E-zapft is!) aufzugreifen. Die Gestaltungsrichtlinien der Landeshauptstadt München sind dabei einzuhalten.

3. Zeitplan

Die Vergabe wird mit Beschlussfassung des Stadtrats erfahrungsgemäß drei Monate bis zur Erteilung des Zuschlags an die Bieterin bzw. an den Bieter in Anspruch nehmen. Umgehend nach Erteilung des Zuschlags erfolgt die Umsetzung. Die Kommunikationskampagne zu Elektromobilität soll möglichst im Jahr 2017 öffentlichkeitswirksam werden. Die im Kapitel 2 beschriebenen Arbeitspakete müssen durch die externe Dienstleisterin bzw. den externen Dienstleister zwingend zuvor zum Abschluss und von der Landeshauptstadt München freigegeben worden sein. Die Auftragsvergabe an das wirtschaftlichste Angebot ist im III. Quartal 2017 geplant.

4. Vergabeverfahren

Bei der zu vergebenden Leistung handelt es sich um eine Vergabe, die unter die Verfügung des OB vom 22.08.2008 fällt und somit nur im Einvernehmen mit der Vergabestelle 1 erfolgen kann. Das Direktorium-HA II, Vergabestelle 1 wird mit der Durchführung des Vergabeverfahrens beauftragt.

Die Erstellung der Vergabeunterlagen erfolgt in enger Zusammenarbeit zwischen dem Referat für Gesundheit und Umwelt und der Vergabestelle 1.

Als Verfahren wird eine Freihändige Vergabe gemäß § 3 Abs. 5 Buchst. h VOL/A durchgeführt, da die Leistung vor der Vergabe noch nicht eindeutig und erschöpfend beschrieben werden kann, da gerade die kreative Leistung der Bieterinnen oder der Bieter benötigt wird. Aus Transparenzgründen wird ein Teilnahmewettbewerb vorgeschaltet.

Ziel ist es im ersten Schritt, im Rahmen des Teilnahmewettbewerbs in Frage kommende Bewerberinnen und Bewerber ausfindig zu machen und anhand der vorgelegten Unterlagen auf ihre Eignung zu prüfen.

Die Bekanntmachung des Teilnahmewettbewerbs erfolgt überregional auf www.bund.de, www.baysol.de und www.muenchen.de/vgst1. Die Bewerberinnen und Bewerber erhalten eine Frist von drei Wochen, um einen Teilnahmeantrag einreichen zu können.

Die Bewerberinnen und Bewerber müssen ihre Eignung anhand von folgenden Unterlagen zur Fachkunde und Leistungsfähigkeit nachweisen:

- Eigenerklärung zu Eignung, Umsätze/ Personalzahlen und Referenzen
- Referenzliste mit in den letzten drei Jahren in Art und Umfang vergleichbar erbrachter Leistungen (z.B. Kommunikationsleistungen für Projekt insbesondere mit Auftraggebern der öffentlichen Hand; Vorerfahrung/ Kommunikationsdienstleistungen für Projekte aus dem Bereich Klimaschutz/ Nachhaltigkeit)
- Darstellung der Qualifikation und Erfahrung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Beurteilung der Eignung erfolgt nach einem Punktesystem. Dabei werden folgende Auswahlkriterien zugrunde gelegt:

- | | |
|---|------|
| • Einschlägigkeit der Referenzen | 50 % |
| • Fachliche Qualifikation und Erfahrung der Mitarbeiter | 50 % |

Die Wertung der eingegangenen Teilnahmeanträge hinsichtlich formeller Kriterien erfolgt durch die Vergabestelle 1, die inhaltliche Bewertung der Eignung erfolgt durch das RGU.

Im Rahmen des Teilnahmewettbewerbs werden bis zu maximal fünf Bewerberinnen und Bewerber ausgewählt, die im nachfolgenden zweiten Schritt des Vergabeverfahrens zur Abgabe eines Angebots aufgefordert werden. Die Verantwortung für den fachlichen Inhalt der Leistungsbeschreibung trägt das RGU.

Die Beurteilung der Wirtschaftlichkeit der Angebote erfolgt nach einem Punktesystem und werden anhand folgender Wertungskriterien zugrunde gelegt:

- | | |
|--|-----|
| • Preis: | 30% |
| • Nachvollziehbarkeit und Grad der Umsetzbarkeit | 20% |
| • Kreativität | 30% |
| • Zielführung | 20% |

Die einzelnen Kriterien werden dabei mittels einer Nutzwertanalyse zueinander ins Verhältnis gesetzt. Die preisliche und formelle Wertung der Angebote erfolgt durch die Vergabestelle 1. Die inhaltliche Wertung wird durch das RGU vorgenommen.

Sofern die in diesem Verfahrensschritt erhaltenen Angebote den Anforderungen des RGU nicht gerecht werden, besteht die Möglichkeit, entsprechend angepasste Angebote erneut einzureichen.

Die eingegangenen Angebote sind wieder anhand o.g. Wertungskriterien zu beurteilen und aus diesen ist abschließend das wirtschaftlichste auszuwählen. Sofern notwendig, wird dieser Verfahrensschritt wiederholt, bis ein wirtschaftliches Angebot vorliegt.

Falls erforderlich, kann mit den Bietern über die eingegangenen Angebote verhandelt werden und die Bieterinnen und Bieter können nochmal zum Einreichen überarbeiteter Angebote aufgefordert werden.

Die überarbeiteten Angebote sind wieder anhand der o.g. Zuschlagskriterien zu beurteilen und aus diesen ist abschließend das wirtschaftlichste auszuwählen. Sofern notwendig, wird dieser Verfahrensschritt wiederholt, bis ein wirtschaftliches Angebot vorliegt.

Einer erneuten Stadtratsbefassung bedarf es nicht, wenn aus vergaberechtlichen Gründen eine Änderung der Wahl der Vergabe- und Vertragsordnung, der Vergabeverfahrensart, der Eignungskriterien oder der Zuschlagskriterien erforderlich sein sollte, um Rügen abzuwehren, Nachprüfungsverfahren abzuwenden oder zu beenden oder weil das Vergabeverfahren aus vergaberechtlichen Gründen aufgehoben werden musste oder falls das wirtschaftlichste Angebot den geschätzten Auftragswert um mehr als 20 % übersteigen sollte.


Die Beschlussvorlage ist hinsichtlich der Ausführungen zum Vergabeverfahren mit dem Direktorium, Vergabestelle 1 abgestimmt. 

Anhörung des Bezirksausschusses


In dieser Beratungsangelegenheit ist die Anhörung des Bezirksausschusses nicht vorgesehen (vgl. Anlage 1 der BA-Satzung).

Die Korreferentin des Referates für Gesundheit und Umwelt, Frau Stadträtin Sabine Krieger, sowie die Stadtkämmerei haben einen Abdruck der Vorlage erhalten.

II. Antrag der Referentin

1. Das Referat für Gesundheit und Umwelt wird beauftragt, in Zusammenarbeit mit dem Direktorium – HA II, Vergabestelle 1, die Ausschreibung zur Umsetzung einer Kommunikationskampagne wie in dieser Vorlage dargestellt, vorzubereiten und die Konzeptionierung, Planung und Durchführung der Kommunikationskampagne sowie die Konzeption und Ausarbeitung eines Mediaplans und Werbe- und Infomaterials an eine externe Dienstleisterin bzw. einen externen Dienstleister zu vergeben. Die hierfür in dem Jahr 2018 erforderlichen Haushaltsmittel werden aus den Budgetmitteln des Referats für Gesundheit und Umwelt, Produkt 5350100 Umweltvorsorge, Finanzposition 1160.650.0000.6 zur Verfügung gestellt.
2. Die Vergabestelle 1 führt das Vergabeverfahren zu den in dieser Vorlage genannten Bedingungen durch und erteilt den Zuschlag auf das wirtschaftliches Angebot.
3. Eine erneute Befassung des Stadtrates ist nur erforderlich, falls das wirtschaftlichste  Angebot den geschätzten Auftragswert um mehr als 20% überschreiten sollte.
4. Dieser Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.

III. Beschluss

nach Antrag. Die endgültige Entscheidung in dieser Angelegenheit bleibt der Vollversammlung des Stadtrates vorbehalten. 



Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der Vorsitzende

Die Referentin

Ober-/Bürgermeister

Stephanie Jacobs
Berufsmäßige Stadträtin

- IV. Abdruck von I. mit III. (Beglaubigungen)
über das Direktorium HA II/V - Stadtratsprotokolle 
an das Revisionsamt
an die Stadtkämmerei
an das Direktorium – Dokumentationsstelle 
an das Referat für Gesundheit und Umwelt RGU-RL-RB-SB
- V. Wv Referat für Gesundheit und Umwelt RGU-RL-RB-SB zur weiteren Veranlassung (Archivierung, Hinweis-Mail).