

**Munich4Europe-Kampagne: crossmediale Europa-Kampagne in 2018/2019
zur Stärkung der Demokratie und Europäischen Gemeinschaft**

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 10004

Beschluss des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 7.11.2017 (SB)
Öffentliche Sitzung

Kurzübersicht
zur beiliegenden Beschlussvorlage

Anlass	Antrag des Referenten für Arbeit und Wirtschaft Herr Bürgermeister Josef Schmid
Inhalt	In der Vorlage wird der Sachstand zur Durchführung der Munich4Europe-Kampagne dargestellt.
Gesamtkosten/ Gesamterlöse	(-/-)
Entscheidungsvorschlag	Der Stadtrat befürwortet die Planung und Durchführung der crossmedialen Munich4Europe-Kampagne im Zeitraum 2017-2019.
Gesucht werden kann im RIS auch nach	Munich4Europe München für Europa Kampagne EUROCITIES Cities4Europe Europa-Tag
Ortsangabe	Gesamtes Stadtgebiet (Europa-Tag 2019 am Marienplatz)

**Munich4Europe-Kampagne: crossmediale Europa-Kampagne in 2018/2019
zur Stärkung der Demokratie und Europäischen Gemeinschaft**

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 10004

**Vorblatt zur Beschlussvorlage des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am
7.11.2017 (SB)**
Öffentliche Sitzung

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Vortrag des Referenten	2
1. Munich4Europe-Kampagne	2
2. Bedarf	7
3. Kosten und Finanzierung	8
4. Vergabeverfahren	8
II. Antrag des Referenten	10
III. Beschluss	10

**Munich4Europe-Kampagne: crossmediale Europa-Kampagne in 2018/2019
zur Stärkung der Demokratie und Europäischen Gemeinschaft**

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 10004

Beschluss des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 7.11.2017 (SB)

Öffentliche Sitzung

I. Vortrag des Referenten

Bei nachfolgend dargestelltem Sachverhalt handelt es sich u. a. um die Vergabe einer Beratungsleistung (Konzeptionsleistungen). Nachdem 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 vom 16.01.2013 und der Vollversammlung vom 23.01.2013 über die Zuständigkeit von Ausschüssen bei Vergabeverfahren ist die Vorlage wegen der zentralen Ressourcenverantwortung und der Sachbezogenheit im zuständigen Fachausschuss vor Durchführung der Ausschreibung zu behandeln.

In der Beschlussvorlage werden auch Angaben über Kosten, den geschätzten Auftragswert und die Kalkulationsgrundlagen gemacht. Diese Angaben könnten die Bewerber bei der Kalkulation beeinflussen und den Wettbewerb einschränken. Der Tagesordnungspunkt ist daher in einen öffentlichen und nichtöffentlichen Teil aufzuteilen.

1. Munich4Europe-Kampagne

Die LHM möchte für unsere freiheitliche demokratische Grundordnung und eine starke Europäische Gemeinschaft eintreten. Bereits am 7. März 2017 auf dem EUROCITIES Mayors summit on the future of Europe haben die Städte des EUROCITIES-Netzwerkes beschlossen, selbst aktiv zu werden und eine eigene Kampagne für eine starke Demokratie in Europa zu entwerfen. Die EUROCITIES-Kampagne „Cities4Europe, Europe for Citizens“ soll verschiedenste Veranstaltungsformate, Events, Workshops, bürgerliche Initiativen etc. umfassen, die im Mai 2019 in Brüssel sowie in allen EUROCITIES Städten für deren Bürgerinnen und Bürger öffentlichkeitswirksam umgesetzt werden. EUROCITIES ruft daher alle Mitglieder auf: „As the network of Europe's biggest cities, we cannot stand on the side and watch. We need to act and take our responsibility, let's do this together!“ („Als Europas größtes Städtetzwerk können wir nicht am Rand stehen und zusehen. Wir müssen handeln und Verantwortung übernehmen, lassen Sie uns dies gemeinsam tun!“)

Die LHM möchte nicht nur an der EUROCITIES-Kampagne teilnehmen, sondern auch eine eigene umfassende Münchner Kampagne entwickeln, um den Rückhalt für die Europäische Union und den Demokratied Gedanken in der Öffentlichkeit zu stärken und die Europaarbeit der LHM sichtbarer zu machen. Die Kampagne weckt Begeisterung für Europa, sie bietet wertvolle Informationen und stellt dabei die emotionale Ansprache der Bürgerinnen und Bürger in den Vordergrund. Der Arbeitstitel der Kampagne lautet „München für Europa“ / „Munich4Europe“.

Die Botschaften in der Munich4Europe-Kampagne sollen deutlich machen, warum die LHM den Fortbestand der EU unterstützt und wie die Stadt zur Gestaltung der Zukunft Europas beiträgt. Dabei aktiviert sie auch Bürgerinnen und Bürger zur sichtbaren, friedlichen Beteiligung. Die Inhalte nehmen Bezug zu aktuellen Themen der EU-Organe – etwa zum „Weißbuch zur Zukunft Europas“ der EU-Kommission – und sind integrierbar in die europaweite Kampagne „Cities4Europe, Europe for Citizens“ des führenden Städte-Netzwerks EUROCITIES, in dem München aktives Mitglied ist. Ein Höhepunkt der Kampagne ist der „Münchner Europa-Tag 2019“, der im Rahmen der Münchner Europa-Wochen im Mai auf dem Marienplatz gefeiert wird, kurz vor den Europa-Wahlen 2019. Die Kampagne soll bereits vom Europa-Tag 2018 einen Bogen schlagen zur Veranstaltung 2019. Direkte Zielgruppen in der Kampagne sind die Bürgerinnen und Bürger Münchens sowie die lokale und überregionale Medienlandschaft. Weitere Zielgruppen und Stakeholder in ganz Europa kommen über die Verbindung mit der EUROCITIES-Kampagne dazu. Die Münchner Kampagne nutzt alle modernen Medienkanäle für Öffentlichkeitsarbeit und politische Kommunikation. Insbesondere über die sozialen Medien sowie über Veranstaltungen werden Chancen zur Interaktion mit Bürgerinnen und Bürgern eröffnet. Die Erfolge der Kampagne wirken langfristig. In den sozialen Netzwerken bildet sich eine fortbestehende „Community“, die an EU- und Demokratie-Themen der LHM interessiert ist.

Der zeitliche Schwerpunkt der Munich4Europe-Kampagne liegt im Zeitraum Mitte 2018 bis Mitte 2019 – mit dem Start der EUROCITIES-Kampagne und dem Europa-Tag im Mai 2018 bis zum Europa-Tag 2019 und den Europa-Wahlen 2019. Besonders in der zweiten zeitlichen Hälfte soll die Kampagne Bezug nehmen auf die anstehende Europawahl, um eine möglichst hohe Wahlbeteiligung zu erreichen, das Demokratie-Verständnis und die Politisierung zu stärken.

Einige Kernbotschaften der Munich4Europe-Kampagne, wie sie auch in der Stadtrats-Resolution „Europas Zusammenhalt sichern - für Europa eintreten“ vom 5. April 2017 zu finden sind:

- Die Landeshauptstadt München tritt für ein vereintes, demokratisches und gerechtes Europa ein.
- Mit der Kampagne macht die Landeshauptstadt München den europäischen Gedanken weithin sichtbar, hörbar und erlebbar.

- Die Landeshauptstadt München spielt eine maßgebliche Rolle in der EU und gestaltet die Zukunft Europas mit.
- Die Landeshauptstadt München führt hochkarätige EU-Projekte durch, die auf die Zukunft Münchens und Europas einzahlen. Zum Beispiel ist München eine von der EU-Kommission ausgewählte Leuchtturm-Stadt im Bereich „Smart Cities“ sowie eine Vorreiterin in E-Mobilität mit dem CIVITAS-Projekt „Eccentric“.
- Die Landeshauptstadt München setzt sich nachdrücklich für die Interessen ihrer Bürgerinnen und Bürger ein. Insbesondere die Kommunen in Europa sind betroffen von den größten sozialen, wirtschaftlichen, technologischen und die Sicherheit betreffenden Herausforderungen. Die Landeshauptstadt München nimmt die Sorgen und Bedenken der Bevölkerung hinsichtlich der Entwicklung der EU ernst und zeigt Lösungswege auf.
- Die rasante Radikalisierung des politischen Lebens und der Aufschwung anti-europäischer Kräfte in vielen Ländern Europas sind Besorgnis erregend. Der Brexit ist bereits der erste Schritt hin zu einer Desintegration. Gerade deshalb gilt es, das „Ja zu Europa“ zu bekräftigen.
- Die Landeshauptstadt München unterstützt die Ziele von pro-europäischen zivilgesellschaftlichen Initiativen, wie bereits bekräftigt für „Pulse of Europe“. Die Landeshauptstadt München begrüßt, dass sich so viele Menschen in München zusammenfinden, um für Europa einzustehen.

Die Kernelemente der München für Europa-Kampagne bestehen aus:

EUROCITIES-Kampagne „Cities4Europe, Europe for Citizens“:

An der europaweiten Kampagne sind voraussichtlich mehr als 56 Mitgliedsstädte des Netzwerks beteiligt. Das Konzept wird ab Oktober 2017 gemeinsam von den teilnehmenden Städten in der EUROCITIES-Arbeitsgruppe „Creative Citizenship“ entwickelt. Ziel der Kampagne ist es, einen Beitrag zu einer positiven Zukunft Europas zu leisten und auch neue Formen der Demokratie-Beteiligung, die auf zivilgesellschaftlichem Engagement beruhen und bereits lokal in Europa sichtbar sind, zu zeigen und zu fördern. Das übergreifende Konzept ist eine Serie von öffentlichen Veranstaltungen und Aktionen – zeitgleich und miteinander verbunden in teilnehmenden EUROCITIES-Städten ab Mai 2018, mit starker Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern. Ein nächster Meilenstein ist der „Mayors Summit 2019“ des Netzwerks, der Bezug nimmt auf die Kampagne von 2018 und auf die Europawahl 2019 hinarbeitet. Die Kampagne soll von den einzelnen EUROCITIES-Mitgliedern in ihren Städten realisiert werden, auch untereinander abgestimmt und europaweit miteinander verknüpft. So werden Teile der Münchner Kampagne auch in an-

deren Europäischen Städten sichtbar und erlebbar. EUROCITIES richtet zudem ab Oktober 2017 eine Stelle zur Kampagnen-Koordination ein. Die EUROCITIES-Kampagne richtet sich an Bürgerinnen und Bürger der Mitgliedsstädte, aber auch an politische Organe, Institutionen und Akteure der EU sowie weitere Kommunen außerhalb des Netzwerks. Die LHM plant dabei nicht nur aktiv mitzuwirken, sondern on top die eigene Munich4Europe-Kampagne in München aufzusetzen. Dabei wird eng mit EUROCITIES zusammengearbeitet, d. h. Beiträge zur europaweiten EUROCITIES-Kampagne mitentwickelt und sich mit EUROCITIES sowie Partner-Städten über Möglichkeiten zur Kooperation und für Synergien abgestimmt.

Münchener Europa-Tag 2019:

Der Europa-Tag ist der zentrale Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit des FB Europa und findet jedes Jahr für die Bürgerinnen und Bürger am Marienplatz statt. Er soll 2019 als Höhepunkt in der Munich4Europe-Kampagne fungieren, für die kurz danach anstehende Europa-Wahl motivieren und insgesamt noch attraktiver und interaktiver für ein breites Publikum und die Medien gestaltet werden. Bereits durch die kommunikative Verwertung des Europa-Tags 2018 sowie öffentlichkeitswirksame Aktionen im Vorfeld soll mehr Präsenz erlangt werden, um eine höhere Besucherzahl und höhere mediale Aufmerksamkeit zu erreichen. (Die Organisation des Europa-Tags 2018 ist Gegenstand einer gesonderten Ausschreibung. Sein Konzept soll aber bereits im Hinblick auf die Kernbotschaften der Munich4Europe-Kampagne hin durch die LHM modifiziert werden.) Auch sollen neue Multiplikatoren und Zielgruppen wie Institutionen, Bürger-Initiativen etc. miteinbezogen werden. Die Botschaften der Munich4Europe-Kampagne sollen im Programm integriert sein und auch visuell wiedergespiegelt werden. Die Landeshauptstadt München ist Veranstalter in Kooperation mit den Vertretungen des Europäischen Parlaments sowie der Europäischen Kommission in München und der Europa-Union München e. V..

Der Münchener Europa-Tag verbindet politische Diskussionen mit einem breit angelegten Kultur- und Unterhaltungsprogramm mit Bezug zu Europa-Themen, für Erwachsene und Kinder. Der Münchener Europa-Tag 2019 findet um den offiziellen Europa-Tag am 9. Mai herum auf dem Marienplatz statt. (Bericht vom Europa-Tag 2017: <https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Referat-fuer-Arbeit-und-Wirtschaft/Europa/Europa-Tag.html>)

Europaarbeit der LHM:

Der Fachbereich Europa ist im Referat für Arbeit und Wirtschaft der LHM angesiedelt, jedoch für alle Belange der LHM im europäischen Kontext zuständig. Die Bedeutung der EU auf kommunaler Ebene wächst. Viele städtische Entscheidungen werden von der EU beeinflusst. Gleichzeitig nehmen Städte eine zentrale Rolle für die EU ein, da ihre Entwicklung direkten Einfluss auf einen Großteil der Bürgerinnen und Bürger Europas hat. Die LHM betreibt Interessenvertretung in Brüssel und Straßburg, damit den Bedürfnissen und Herausforderungen der Stadt in der Strategie, der Gesetzgebung und den Program-

men der EU Rechnung getragen wird. Zudem akquiriert die LHM hohe EU-Fördersummen für innovative Projekte in München, an denen mehrere Referate beteiligt sind. Weiterhin ist die LHM durch das Referat für Arbeit und Wirtschaft Trägerin des Europe Direct Informationszentrums (EDIC), das als eine niederschwellige Anlaufstelle für Bürgerinnen und Bürger zu EU-Themen und Fragen dient und Veranstaltungen mit EU-Bezug organisiert. Die Leitung des EDIC ist ebenso im Fachbereich Europa angesiedelt. Die Feier des Europa-Tages stellt den öffentlichkeitswirksamsten Part im Fachbereich Europa dar, an dem auch das EDIC intensiv mitwirkt. In der Munich4Europe-Kampagne sollen Europa-Tag und die EDIC-Veranstaltungen eine prominente Rolle einnehmen und mit neuen Ideen und Aktionen medienwirksam unterfüttert werden. Auch innovative EU-Projekte und große Erfolge aus der Interessenvertretung der LHM in Brüssel sollen in der Kampagne für die Bürgerinnen und Bürger greifbar benannt werden. Die Europaarbeit der LHM soll für die Münchner Bevölkerung erlebbar und nahbar gemacht werden. Zudem soll die Kampagne nach innen wirken: Die Europa-Beauftragten und mit EU-Projekten befassten Kolleginnen und Kollegen sollen die Kampagne als Motivation und Wertschätzung empfinden sowie als Anknüpfungspunkt für ihr Engagement nutzen können.

Münchner Beitrag zum Weißbuch zur Zukunft Europas:

Quo vadis, Europa? Auf diese Frage will auch die LHM mit ihrem Beitrag zum „Weißbuch zur Zukunft Europas“ Stellung beziehen. Im Rahmen der Munich4Europe-Kampagne soll gemeinsam mit den Münchner Bürgerinnen und Bürgern sowie Fachexperten aus den städtischen Referaten der Beitrag der LHM zu den fünf Szenarien zur Zukunft Europas entwickelt werden. Angedacht sind dabei mehrere Workshops und vor allem Bürgerdialoge, um eine Vision für ein vereintes, starkes und friedliches Europa mitsamt seinen Herausforderungen und Chancen – eben auch für Großstädte wie München – zu geben.

(Link zum Weißbuch zur Zukunft Europas:

https://ec.europa.eu/commission/sites/beta.../weissbuch_zur_zukunft_europas_de.pdf)

Münchner Europa-Wochen:

Angelehnt an die Europa-Wochen des Landes, des Bundes sowie in Brüssel sollen im Mai 2018 und 2019, jeweils vor und nach dem Europa-Tag, die Münchner Europa-Wochen stattfinden. Hierbei will die LHM neben eigenen Veranstaltungen vor allem eine Plattform für Externe bieten, auf der Veranstalter (bspw. Stiftungen, Vereine etc.) zu ihren proeuropäischen Veranstaltungen einladen und diese auch bewerben können. Zudem soll ein Programmheft mit allen zusammengefassten EU-relevanten Events in München für 2018/19 von der LHM veröffentlicht werden. Das Programmheft soll als der Wegweiser für die Munich4Europe-Kampagne dienen und an allen relevanten Stellen ausgelegt werden. Die Druckkosten des Programmhefts werden von der Auftragnehmerin übernommen.

Europawahl 2019:

Die Hochphase der Kampagne soll in der zweiten Jahreshälfte 2018 und ersten Hälfte 2019 Hand in Hand mit den Vorbereitungen zur Europawahl 2019 (im Mai oder Juni) gehen. Auch hier wird nochmal in verschiedensten Veranstaltungen und Formaten auf die Wichtigkeit der Europäischen Union und unserer Demokratie verwiesen, mit dem Appell, sich bei der Europawahl zu beteiligen und seine Stimme abzugeben. In enger Zusammenarbeit mit dem Europe Direct Informationszentrum sollen die Bürgerinnen und Bürger zur Wahl des Europäischen Parlaments umfassend informiert werden und im EDIC eine Anlaufstelle für alle Fragen und Hintergründe finden.

2. Bedarf

Der Auftrag wird für eine Kommunikationsagentur ausgeschrieben, welche die cross-mediale Europe4Munich-Kampagne in enger Abstimmung mit der Auftraggeberin konzipieren und umsetzen soll. Die Konzeption, Organisation und Durchführung des Europa-Tags 2019 ist ebenfalls Teil der Ausschreibung. Die Expertise der Auftragnehmerin / des Auftragnehmers soll politische Kommunikation ebenso umfassen wie Event-Management. Zu den zentralen Aufgaben des Auftragnehmers / der Auftragnehmerin gehören diese Punkte:

Crossmediale Kampagne „München für Europa“ / „Munich for Europe“:

Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer erarbeitet die Konzeption der Kampagne in enger Abstimmung mit der Auftraggeberin. Ebenso geschieht die Durchführung in enger Abstimmung. Ziele sind wie oben beschrieben die emotionale Ansprache von Bürgerinnen und Bürgern und ihre sichtbare Aktivierung sowie mediale Aufmerksamkeit. Die Kampagne integriert folgende Elemente: Münchens Beitrag zur EUROCITIES-Kampagne „Cities4Europe, Europe for Citizens“, den Münchner Europa-Tag 2019 und die Münchner Europa-Wochen, die Europaarbeit der LHM, den Münchner Beitrag zum Weißbuch zur Zukunft Europas sowie die Information und Aktivierung der Bürgerinnen und Bürger zur Europawahl 2019. Die Kernbotschaften der LHM zu diesen Themen werden in geeignete Inhalte und Aktionen der crossmedialen Kampagne überführt. Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer bestimmt und bespielt in Abstimmung mit der Auftraggeberin nach Festlegung des Gesamtkonzepts die geeigneten Kommunikations-Kanäle, besonders auch in den gängigen sozialen Medien. Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer entwirft, unter der Berücksichtigung aller Corporate Identity-Vorgaben der LHM, Marketing-Unterlagen für die online- und Druck-Umsetzung der Kampagnen-Motive, einschließlich der Key Visuals und einer stimmigen Bilderwelt. Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer unterstützt die Auftraggeberin bei der Pressearbeit und schlägt weitere kreative und zielführende Maßnahmen zur Erreichung der Ziele vor, insbesondere zur Interaktion mit Bürgerinnen und Bürgern.

Münchener Europa-Tag im Mai 2019:

Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer übernimmt die verantwortliche Leitung, Veranstalter ist die Auftraggeberin in Kooperation mit den Vertretungen des Europäischen Parlaments sowie der Europäischen Kommission in München und der Europa-Union München e. V.. Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer erstellt gemeinsam mit der Auftraggeberin ein neues Konzept für die Veranstaltung: Neben der Integration in die Europa-Kampagne ist hier wie oben aufgeführt vor allem das Ziel, die Veranstaltung für ein breites Publikum attraktiver zu machen und sie interaktiver zu gestalten. In den Vorjahren wurde die Organisation des Europa-Tages gesondert ausgeschrieben. 2019 im Rahmen der Kampagne sollen eine höhere Besucherzahl und höhere mediale Aufmerksamkeit erreicht werden. Auch sollen neue Multiplikatoren und Zielgruppen wie Institutionen oder Bürger-Initiativen mit Europa-Bezug angeregt werden sich zu beteiligen. Die Auftragnehmerin / der Auftragnehmer verantwortet die gesamte Abwicklung des Europa-Tages in enger Absprache mit dem Fachbereich Europa der Landeshauptstadt München. Dazu gehören auch die technische Betreuung und Koordination der Projektpartner und Dienstleister. Die Organisation des Europa-Tags 2018 wird ebenfalls gesondert ausgeschrieben. Vom Auftragnehmer / der Auftragnehmerin wird erwartet, sich durch Verfolgen der Vorbereitungen und Durchführung des Europa-Tages 2018 erste Erkenntnisse für die Veranstaltung 2019 zu sichern.

Die Vertragslaufzeit beginnt mit Zuschlagserteilung voraussichtlich Ende 2017 und endet voraussichtlich Mitte 2019.

3. Kosten und Finanzierung

Der geschätzte Auftragswert der auszuschreibenden Leistung wird aus Wettbewerbsgründen in der Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 10005 im nichtöffentlichen Teil dargestellt.

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 Bedarfsstelle und der Vergabestelle 1.

Der geschätzte Auftragswert liegt unterhalb des Schwellenwertes von 209.000 € (ohne MwSt.). Daher ist ein nationales Verfahren durchzuführen. Es wird eine Öffentliche Ausschreibung gemäß § 3 Abs. 2 VOL/A durchgeführt.

Die Bekanntmachung der Ausschreibung erfolgt überregional auf www.bund.de, www.bay-sol.de und www.muenchen.de/vgst1. Zudem werden die kompletten Vergabeunterlagen

auf www.muenchen.de/vgst1 eingestellt. Jedes interessierte Unternehmen kann die Vergabeunterlagen herunterladen und ein Angebot abgeben. Die Bieter erhalten eine Frist von ca. drei Wochen, um ein Angebot abgeben zu können.

Die Bieter müssen ihre Eignung anhand folgender Unterlagen nachweisen:

- Eigenerklärung zur Eignung und Umsätze/Personalzahlen
- Darstellung der Qualifikation und Erfahrung der Mitarbeiter
- Darstellung von Referenzen zu Projekten ähnlicher Ausrichtung

Zur inhaltlichen Wertung der Angebote müssen die Bieter mit dem Angebot einen Konzept-Entwurf mit Zeit- und Budgetplanung einreichen, aus dem ersichtlich ist, welche Zeit für welche Tätigkeiten bzw. Bausteine veranschlagt wird und welche Material-/Sach- und Drittkosten zu erwarten sind.

Zuschlagskriterien

Die Beurteilung der Wirtschaftlichkeit der Angebote erfolgt nach einem Punktesystem. Dabei werden folgende Zuschlagskriterien zugrunde gelegt

- Preis (30%)
- Qualität des Konzeptentwurfs hinsichtlich Zielführung, der Vorgehensweise, der Kreativität und der Zielgruppengerechtigkeit (30%)
- Qualität des Konzeptentwurfs hinsichtlich Plausibilität der zeitlichen Planung und Praktikabilität der Vorgehensweise (25%)
- Nachvollziehbarkeit der Kostenerwartung bzgl. der Folgekosten (15%)

Die preisliche und formelle Wertung der Angebote erfolgt durch die Vergabestelle 1. Die inhaltliche Wertung wird durch das Referat vorgenommen.

Die Auftragsvergabe an das wirtschaftlichste Angebot ist für Ende 2017 geplant. Eine erneute Befassung des Stadtrats ist erforderlich, falls das wirtschaftlichste Angebot den geschätzten Auftragswert um mehr als 20% übersteigen sollte.

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

Anhörungsrechte eines Bezirksausschusses sind nicht gegeben.

Der Korreferent des Referates für Arbeit und Wirtschaft, Herr Stadtrat Richard Quaas, und die Verwaltungsbeirätin für den Fachbereich Europa, Frau Stadträtin Dr. Manuela Olhausen, haben jeweils einen Abdruck der Sitzungsvorlage erhalten.

II. Antrag des Referenten

1. Der Ausschuss für Arbeit und Wirtschaft stimmt zu, dass das Referat für Arbeit und Wirtschaft den Auftrag für die Konzeption einer crossmedialen Europakampagne und die Durchführung des Europatags 2019 in Zusammenarbeit mit dem Direktorium - HA II, Vergabestelle 1 vergibt.
2. Die Vergabestelle 1 führt das Vergabeverfahren zu den in dieser Vorlage und der nichtöffentlichen Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 10005 genannten Bedingungen durch und erteilt den Zuschlag auf das wirtschaftlichste Angebot.
3. Eine erneute Befassung des Stadtrats ist nur erforderlich falls das wirtschaftlichste Angebot den geschätzten Auftragswert um mehr als 20% übersteigen sollte.
4. Die Kosten werden aus dem vorhandenen Budget des Referats für Arbeit und Wirtschaft finanziert.
5. Dieser Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.

III. Beschluss

nach Antrag.

Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der/Die Vorsitzende

Der Referent

Ober-/Bürgermeister/-in
ea. Stadtrat/-rätin

Josef Schmid
2. Bürgermeister

IV. Abdruck von I. mit III.

über Stadtratsprotokolle (D-II/V-SP)

an das Direktorium – Dokumentationsstelle (2x)

an die Stadtkämmerei

an das Revisionsamt

z.K.

V. Wv. RAW - FB 1

zur weiteren Veranlassung.

1. Die Übereinstimmung des vorstehenden Abdrucks mit der beglaubigten Zweitschrift wird bestätigt.

2. An Direktorium HA II, Vergabestelle 1

z.K.

Am