

**Vergabeermächtigung zur Ausschreibung eines
Rahmenvertrags für Marketingmaßnahmen für
Themenjahre 2 – 4 von München Cool City**

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 12106

**Beschluss des Umweltausschusses
vom 12.03.2019 (SB)**

Öffentliche Sitzung

I. Vortrag der Referentin

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, vgl § 22 Abs. 1 Nr. 3a GeschO.

Aufgrund der Beschlüsse (Sitzungsvorlage Nr. 08-14 / V 10025) 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 dezentralen Ressourcenverantwortung und der Sachbezogenheit im zuständigen Fachausschuss vor Durchführung der Ausschreibung zu behandeln.

In den Vergabeunterlagen wird der geschätzte Auftragswert als Hinweis an die Bieter genannt. Dieser Hinweis ist vergaberechtlich zulässig und 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.

1. Anlass

Mit dem Beschluss zur Finanzierung des Jahres der Energie des Klimaschutzaktionsplans vom 15.05.2018 (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 11143) wurden für das Referat für Gesundheit und Umwelt (RGU) Haushaltsmittel in Höhe von 1.077.000 € zur Aktivierung der Stadtgesellschaft zu Klimaschutzaktionen beschlossen. Hieraus wurden Mittel in Höhe von 522.000 € für eine Agentur genutzt, um Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen für das erste Themenjahr „Jahr der Energie“ zu entwickeln, zu organisieren und zusammen mit dem Referate für Gesundheit und Umwelt durchzuführen.

Mit Beschluss zum Integrierten Handlungsprogramm Klimaschutz in München (IHKM) vom 24.10.2018 (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 11745) wurden für das RGU Haushaltsmittel in Höhe von 2.700.000 € für die Organisation und Durchführung der nachfolgenden Themenjahre 2, 3 und 4 des Klimaschutzaktionsplans für bewusstseinsbildende Maßnahmen im Bereich Klimaschutz für die Stadtgesellschaft beschlossen. Um eine professionelle und längerfristige Betreuung des Klimaschutzaktionsplans durch einen externen Dienstleister zu gewährleisten, soll für die Laufzeit der folgenden Themenjahre ein Rahmenvertrag mit einer Agentur mit einem geschätzten Auftragsvolumen von 1.500.000 € brutto ausgeschrieben werden.

Mit der neu zu vergebenden Konzeption und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen für den Klimaschutzaktionsplan zur Aktivierung der Stadtgesellschaft für klimafreundliches Verhalten soll die Bekanntheit der im September 2018 eingeführten Dachmarke „München Cool City“ weiter gestärkt werden. Darüber hinaus sollen neben dem aktuell laufenden Themenjahr „Jahr der Energie“ mit seinen unterschiedlichen Kommunikationsmaßnahmen, wie z. B. die Münchner Stromsparprämie, Energieverbrauch, Beleuchtung usw., jährlich weitere für den Klimaschutz relevante Themenbereiche breitgefächert in die Stadtbevölkerung kommuniziert werden. Themen wie z. B. „Mobilität“, „Konsum“ oder „Ernährung“ sollen in den folgenden Themenjahren durch unterschiedliche, zielgruppengerechte Maßnahmen und Kampagnen zur nachhaltigen Bewusstseinsbildung der Münchnerinnen und Münchner im Bereich Klimaschutz beitragen. Zur Festlegung der jährlichen Schwerpunkte der folgenden Themenjahre wird der Stadtrat noch eigens befasst.

Eine Ausschreibung ist hierbei notwendig, um die nötige externe Unterstützung für Agenturleistungen zu erhalten, die mit dem Team des Klimaschutzaktionsplans aus Ressourcengründen nicht leistbar sind. Die Aufgaben der Agentur umfassen dabei Beratungsleistungen, externe Marketingexpertise, grafische Dienstleistungen, Konzeption zur Bewerbung der von München Cool City durchgeführten Aktivitäten, Planung und Schaltung von Anzeigen sowie die grafische Ergänzung des Onlineauftritts. Ein Großteil des ausgeschriebenen Budgets ist hierbei für die Buchung und Belegung von Werbeflächen, die Betreuung und Beauftragung von Medienkooperationen sowie die Planung und Umsetzung von Veranstaltungen und Aktionen im öffentlichen Raum vorgesehen.

2. Notwendigkeit

Vor dem Hintergrund der Ziele des Pariser Klimaschutzabkommens 2015 und des Klimaschutzplans 2050 der Bundesregierung hat sich die Landeshauptstadt München (LHM) im September 2017 per Stadtratsbeschluss (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 08521) zum Ziel gesetzt, die weitgehende Klimaneutralität (0,3 Tonnen CO₂-Äquivalente pro Person und Jahr) im Jahr 2050 zu erreichen. In einem Zwischenschritt sollen bis zum Jahr 2030 die energiebedingten Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) auf drei Tonnen CO₂-Äquivalente pro Einwohnerin und Einwohner reduziert werden. Diese Ziele sind deutlich ambitionierter als die bisherigen Klimaszutzziele der Stadt München – entsprechend sind ab sofort in allen für den Klimaschutz relevanten Bereichen große Anstrengungen zu unternehmen, um eine entsprechende Reduktion der Emissionen rechtzeitig zu erreichen.

Für den Beitrag Münchens zum Klimaschutz kommt den Münchnerinnen und Münchnern eine Schlüsselrolle zu. Diese haben nicht nur einen großen Anteil an den Münchner THG-Emissionen (Haushalte: 29,9 %, Verkehr, inklusive Personenverkehr: 21,5 %), sondern verfügen auch über erhebliche Einsparpotenziale. Hierfür werden im Rahmen des Klimaschutzaktionsplans neue, authentische und zielgruppengerechte Angebote geschaffen, die die Bürgerinnen und Bürger Münchens zum klimafreundlichen Verhalten motivieren sollen.

3. Inhalte der zu vergebenden Ausschreibung

Die folgende Beschreibung der Dienstleistungen ist Grundlage für die Leistungsbeschreibung, mit der die Leistungen schließlich ausgeschrieben werden sollen.

Die auszuschreibenden Leistungsbausteine sollen dabei inhaltlich an die Leistungsbausteine der erfolgten ersten Vergabe (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 11143) anknüpfen. Diese umfassten die Entwicklung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen für das erste Themenjahr „Jahr der Energie“ von München Cool City zur Aktivierung der Stadtgesellschaft.

Ein Themenjahr gliedert sich immer in folgende inhaltliche Elemente: „Sehen“, „Erleben“ und „Handeln“. Ziel dieses Dreiklangs ist es, das jeweilige Thema eines Themenjahrs breitgefächert und auf unterschiedlichen Ebenen zu kommunizieren, um auf diese Weise eine Vielzahl an Berührungspunkten für die Bürgerinnen und Bürger zu schaffen. Jedes Themenjahr besteht dabei aus einer Vielzahl an kommunikativen Aktivitäten und konkreten Maßnahmen, die den Klimaschutz für die Stadtbevölkerung nicht nur sichtbar und erlebbar machen, sondern durch konkrete Angebote gleichzeitig zum direkten Handeln motivieren.

Die Themenjahre gliedern sich jeweils in drei inhaltliche Schwerpunkte:

Der Bereich „Sehen“

Hauptziel des Bereichs „Sehen“ ist es, durch Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Pressemitteilungen, Pressekonferenzen usw.) und unterschiedliche Werbemaßnahmen (z. B. Plakatkampagnen, Flyer, Broschüren, Medienkooperationen usw.) auf die Aktivitäten, Beratungsangebote und Vor-Ort-Angebote im entsprechenden Themenjahr aufmerksam zu machen und somit das Thema Klimaschutz über eine Vielzahl unterschiedlicher Kommunikationskanäle sichtbar in die Öffentlichkeit zu tragen. Gleichzeitig wird somit der Bekanntheitsgrad der Dachmarke sowie der Themenjahre in der Stadtgesellschaft erhöht.

Der Bereich „Erleben“

Der Bereich „Erleben“ zielt darauf ab, das Thema Klimaschutz über Mitmachaktionen, Vor-Ort-Aktivitäten (z. B. Beratung im Infomobil des Klimaschutzaktionsplans) und unterschiedliche Veranstaltungsformate direkt in den Straßen Münchens und an Veranstaltungsorten erlebbar zu machen und so Begegnungsmöglichkeiten für persönlichen Dialog und die Beratung für die Bürgerinnen und Bürger zu schaffen. Zusätzlich sollen aufmerksamkeitsstarke Aktionen im öffentlichen Raum (z. B. Lichtinstallationen, Ausstellungen) oder kulturelle Veranstaltungen (z. B. Poetry Slam, Konzerte, Festivals) das Thema Klimaschutz mit Unterhaltung sowie Spaß verknüpfen und so Erlebnisse schaffen, über die der Klimaschutzaktionsplan immer wieder zum Stadtgespräch wird.

Der Bereich „Handeln“

Der „Bereich“ Handeln schließt den Dreiklang für die Ausgestaltung eines jeweiligen Themenjahrs ab. Ziel dieses Bausteins ist es, direkte Handlungsoptionen für die Bürgerinnen und Bürger zu bieten, diese zu klimafreundlichem Verhalten zu motivieren und zu aktivieren. Elementar ist dabei, dass durch niederschwellige Angebote ein konkreter Anreiz, materiell (z. B. Geld, Preise) oder immateriell (z. B. Fitness, soziale Wertschätzung, Umweltschutz), geschaffen wird, der das gewünschte klimaschutzfreundliche Handeln begünstigt.

Die Leistungen der Auftragnehmerin bzw. des Auftragnehmers beziehen sich im Wesentlichen darauf, alle Maßnahmen der Bereiche „Sehen“, „Erleben“ und „Handeln“ der Themenjahre 2, 3 und 4, die von München Cool City durchgeführt werden, in der Öffentlichkeit bekannt zu machen und die Akzeptanz und Teilnahme der Bevölkerung daran zu steigern. Diese umfassen dabei folgende Bausteine:

- Erstellung von Kommunikationskonzepten zur Bekanntmachung der unterschiedlichen Themenjahre

- Bekanntmachung der Maßnahmen der jeweiligen Themenjahre
- Fortlaufende Bewerbung und Etablierung der Dachmarke München Cool City (Werbe- und Informationsmaterial) und aller damit verbundenen Kanäle, einschließlich Konzeption, Beratung, Projektmanagement und Umsetzung aller hierfür notwendigen Maßnahmen
- Planung, Verhandlung, Buchung und Belegung von Werbeflächen und Medienkooperationen (Offline, Online)
- Konzeption, Projektmanagement, Gestaltung und Produktion von Werbeartikeln zur Verteilung bei öffentlichen Aktionen und Veranstaltungen, einschließlich Promotion und Verteilung der Werbeartikel
- Konzeption, Gestaltung, Projektmanagement und Produktion von Werbe- und Informationsmaterial zur Bewerbung des Klimaschutzportals
- Konzeption, Koordination, Betreuung, Bereitstellung von Infrastruktur für Events, Festivals, Aktionen im öffentlichen Raum, Gewinnspiele etc.
- Laufende Betreuung des Infomobils und dessen Einsätze
- Betreuung von Kampagnen für das Klimaschutzportal und den Newsletter
- Unterstützung bei der Netzwerkarbeit mit wichtigen städtischen Akteuren (Kommunikation, Informationsmaterial, Veranstaltungen usw.)

4. Kosten und Finanzierung

Der geschätzte Auftragswert für die Ausschreibung des Rahmenvertrags für einen externen Dienstleister beträgt 1.500.000 € brutto für die Durchführung der in Punkt 3 beschriebenen Leistungen. Hierfür stehen dem RGU aus dem Beschluss zum Integrierten Handlungsprogramm Klimaschutz in München (IHKM) vom 24.10.2018 (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 11745) Haushaltsmittel in Höhe von 2.700.000 € zur Verfügung.

5. Vergabeverfahren

Bei der zu vergebenden Leistung handelt es sich um eine Vergabe, die unter die Verfügung des Oberbürgermeisters 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 oberhalb des Schwellenwertes von 221.000 € (ohne MwSt.), der zu einer EU-weiten Ausschreibung verpflichtet. Die Leistung wird daher in einem offenen Verfahren gem. §§ 14, 15 VgV vergeben.

Die Bekanntmachung der Ausschreibung erfolgt im Supplement zum Amtsblatt der EU und auf der Vergabeplattform <https://vergabe.muenchen.de>. Zudem werden die kompletten Vergabeunterlagen auf der Seite eingestellt. Die Bieterinnen und Bieter

erhalten eine Frist von mindestens 30 Tagen, um ein Angebot abgeben zu können.

Zur inhaltlichen Wertung der Angebote müssen die Bieterinnen und Bieter mit dem Angebot folgende Inhalte einreichen:

- Ein Kommunikationskonzept zur Auftaktveranstaltung und Initialbewerbung des zweiten Themenjahres einschließlich Vorschlag zur Mediaplanung mit Darstellung der Methodik unter Berücksichtigung der Anschlussfähigkeit an den bisherigen Auftritt und die bisherigen Maßnahmen von München Cool City
- Je eine Idee für öffentlichkeitswirksame Maßnahmen zu zwei Themenschwerpunkten im weiteren Verlauf des Themenjahres
- Einen Zeitplan zur Umsetzung der vorgeschlagenen, ausgearbeiteten Leistungsbausteinen

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

- Preis: 40 %
- Grad der Zielführung der dargestellten Methodik des Kommunikationskonzepts inklusive Anschlussfähigkeit 30 %
- Grad der Kreativität und Innovationspotenzial der eingereichten Inhalte 20 %
- Grad der Umsetzbarkeit der Konzepte und des Zeitplans 10 %

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. Die Auftragsvergabe an das wirtschaftlichste Angebot ist für Mai 2019 geplant.

Einer erneuten Stadtratsbefassung bedarf es nicht, wenn aus vergaberechtlichen Gründen eine Änderung der Wahl der Vergabe- und Vertragsordnung, der Vergabeverfahrensart, der Eignungskriterien oder Eignungsunterlagen oder der Zuschlagskriterien erforderlich sein sollte, um Rügen abzuwehren, Nachprüfungsverfahren abzuwenden oder zu beenden oder weil das Vergabeverfahren aus vergaberechtlichen Gründen aufgehoben werden musste.

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

Anhörung des Bezirksausschusses

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

Nachtragsbegründung

Eine frühere Auflieferung der Beschlussvorlage konnte aufgrund notwendiger Abstimmungsarbeiten im Vorfeld nicht erfolgen. Die Einbringung in den Umweltausschuss vom 12.03.2018 ist zwingend erforderlich, um den Start des zweiten Themenjahres im Herbst 2019 und die damit verbundenen auszuarbeitenden Kommunikationsmaßnahmen durch einen externen Dienstleister, speziell vor dem Hintergrund der neu beschlossenen Klimaschutzziele der Landeshauptstadt München, sicherstellen zu können.

Die Korreferentin des Referates für Gesundheit und Umwelt, Frau Stadträtin Sabine Krieger, der zuständige Verwaltungsbeirat, Herr Stadtrat Jens Röver sowie die Stadtkämmerei haben einen Abdruck der Vorlage erhalten.

II. Antrag der Referentin

1. Das Referat für Gesundheit und Umwelt wird beauftragt die Vergabe externer Dienstleistungen zur Umsetzung der Themenjahre 2, 3 und 4 des Klimaschutzaktionsplans in Zusammenarbeit mit dem Direktorium - HA II, Vergabestelle 1 an eine externe Auftragnehmerin oder einen externen Auftragnehmer durchzuführen.
2. Die Vergabestelle 1 führt das Vergabeverfahren zu den in dieser Vorlage genannten Bedingungen und in Zusammenarbeit mit dem Referat für Gesundheit und Umwelt durch und erteilt den Zuschlag an das wirtschaftlichste Angebot.
3. Die Kosten werden aus dem Budget des Referats finanziert.
4. Einer erneuten Stadtratsbefassung bedarf es nicht, wenn aus vergaberechtlichen Gründen eine Änderung der Wahl der Vergabe- und Vertragsordnung, der Vergabeverfahrensart, der Eignungskriterien oder Eignungsunterlagen oder der Zuschlagskriterien erforderlich sein sollte, um Rügen abzuwehren, Nachprüfungsverfahren abzuwenden oder zu beenden oder weil das Vergabeverfahren aus vergaberechtlichen Gründen aufgehoben werden musste.
5. Falls von der Klausel nach Nr. 4 Gebrauch gemacht wird, unterliegt dieser Beschluss der Beschlussvollzugskontrolle.

III. Beschluss
nach Antrag.

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).