



VERGABEUNTERLAGEN

zur

Online-Vermarktung des Angebotes von MÜRITZ rundum 2021

Auftraggeber

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e. V. (TVMSE)

Bert Balke (Geschäftsführer)

Turnplatz 2

17207 Röbel

Tel +49 (0)39931 538-0

Fax +49 (0)39931 538-29

www.mecklenburgische-seenplatte.de

www.1000seen.de

Kontaktstelle beim TVMSE

Anika Weisbrich

Tel +49 (0)39931 53816

E-Mail ausschreibung@1000seen.de

Inhaltsverzeichnis

1	Leistungsbeschreibung.....	4
1.1	Hintergrund und Voraussetzungen	4
1.2	Vergabe von Losen	5
1.3	Vorgaben und Leistungsbeschreibung	5
1.3.1	Teillos 1 – Content Marketing-System.....	5
1.3.2	Teillos 2 – Digitale Kampagne.....	6
2	Rahmen- und Bewerbungsbedingungen	8
2.1	Vergaberechtliche Rahmenbedingungen.....	8
2.2	Anforderungen an Angebote	8
2.2.1	Aufbau, Form und Inhalt des Angebots, Anlagen	8
2.2.2	Angebotsabgabe	9
2.2.3	Angebotsfrist und Bindefrist.....	9
2.3	Nachunternehmer.....	10
2.4	Bieteranfragen.....	10
2.5	Eignungs- und Zuschlagskriterien	11
2.5.1	Eignungskriterien	11
2.5.2	Zuschlagskriterien	11
3	Anlagen.....	13

1 Leistungsbeschreibung

1.1 Hintergrund und Voraussetzungen

Das Thema „Mobilität“ ist eines der Kernthemen der Mecklenburgischen Seenplatte. Im Projekt MÜRITZ rundum stehen die Entwicklung und Vermarktung der touristischen ÖPNV-Mobilität mit dem Ziel der Gästegewinnung im Fokus.

Seit 2018 existiert das Angebot MÜRITZ rundum in Form eines Gästekartenansatzes mit integrierter kostenfreier Nutzung des ÖPNV-Angebotes. Mit MÜRITZ rundum können Übernachtungsgäste in den Orten Waren (Müritz), Klink, Röbel/Müritz und Rechlin von der kostenfreien Nutzung des Bus-ÖPNV profitieren. Das Projekt wurde mit dem FAHRTZIEL NATUR AWARD 2018 und als LEUCHTTURM DER TOURISMUSWIRTSCHAFT 2019 ausgezeichnet. Das Angebot sorgt für jährliche Fahrgastzuwächse, wird als hoher Mehrwert durch Touristen wahrgenommen und führt zu einer erhöhten Akzeptanz der Kurabgabe. Gleichzeitig wurde das öffentliche Verkehrsangebot im Müritz Nationalpark bzw. rund um die Müritz durch MÜRITZ rundum ausgeweitet.

Der Ansatz von MÜRITZ rundum bietet einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil auf dem touristischen Markt. Gäste nehmen es als hohen Mehrwert mit überaus attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis wahr, was zur gestiegenen Akzeptanz der Kurabgabe und Steigerung der Übernachtungszahlen führt. Damit steigt der Umsatz regionaler Beherbergungsbetriebe und die Beschäftigung in der Region wird gesichert. ÖPNV-Verbindungen für Gäste und Einheimische werden erhalten, bedarfsgerecht optimiert und ausgebaut. Der Ausflugsverkehr bringt positive Wertschöpfungseffekte in Einkaufsläden, Restaurants, bei Freizeitangeboten sowie im nachgelagerten Gewerbe der Orte und des Umlandes. Bereits heute ist die Entlastung des Verkehrsaufkommens und des damit verbundenen CO₂-Ausstoßes durch das Angebot MÜRITZ rundum deutlich messbar.

Ziele der nächsten Projektphase sind die Weiterentwicklung und Vermarktung des Erfolgskonzeptes „MÜRITZ rundum“ durch Steigerung der Qualität und Quantität der Angebote in der Gästekarte, deren aktiver Vertrieb, Ausbau der Kooperation und deren finanzielle Sicherung.

1.2 Vergabe von Losen

Der Gesamtauftrag wird in folgenden Losen vergeben:

Teillos 1 – Content-Marketing in der Mecklenburgischen Seenplatte

Maßnahme	Bestandteile	Anteil am Gesamtbudget
Content Marketing-System	Konzeption und Programmierung eines Online-Systems für Content Marketing	Maximalpreis 35%

Teillos 2 – Bewerbung der Quellmärkte „Berlin“ und „Dresden“

Maßnahme	Bestandteile	Anteil am Gesamtbudget
Digitale Kampagne	Ausstrahlung von Werbebannern auf digitalen Kanälen (z.B. Google, InApp-Werbung, Social Media...)	Festpreis 65%

Bieter können sich für einzelne oder beide Lose bewerben.

Für die Bearbeitung und Umsetzung der Kampagne „Online-Vermarktung des Angebotes von MÜRITZ rundum 2021“ bestehend aus den Teillosen 1 und 2 ist ein maximales Gesamtbudget in Höhe von **42.000,00 €** - netto (zzgl. MwSt.) vorgesehen.

1.3 Vorgaben und Leistungsbeschreibung

1.3.1 Teillos 1 – Content Marketing-System

Eingeführt werden soll ein Online-System für das Content-Marketing in der Region. Ziel ist die Steigerung der Bekanntheit von MÜRITZ rundum und eine reichweitenstarke Verteilung aktueller Beiträge rund um das Angebot. Über das System werden die Beiträge autorisierten (relevanten) externen Websites mittels integrierbarem Code bereitgestellt. Neben den ortsspezifischen Beiträgen von MÜRITZ rundum (z.B. der Stadtverkehr) sollen kontinuierlich Ausflugsempfehlungen geteilt werden.

Auftragsgegenstand

Der Auftraggeber beabsichtigt, die Konzeption und Programmierung eines Online-Systems zur Umsetzung des Content-Marketings für MÜRITZ rundum zu beauftragen. Die bestehende Website www.mueritz-rundum.de soll durch eine moderne, dem Stand der Technik entsprechende Lösung ergänzt werden. Ziel ist der Aufbau eines blogähnlichen Online-Magazins. Ausgewählte Beiträge (teilweise als Teaser mit Verlinkung zur Detailansicht auf mueritz-rundum.de) sollen mit einem integrierbarem Code auf externen Websites von MÜRITZ rundum Orten (Ortswebsites) und Gastgebern (Gastgeberwebsites) zur Verfügung gestellt werden. Die Beiträge müssen mindestens nach Unterkunftsart des Gastes differenzierbar sein.

Leistungen

Die aktuelle Website soll durch die Ergänzung um das Online-System für Content-Marketing zusätzliche Reichweite aufbauen.

Die Anforderungen im Überblick:

- Redaktionssystem Drupal oder Wordpress
- Responsives Design
- Anwendung des Corporate Designs von MÜRITZ rundum und des Auftraggebers
- Einstellung von mindestens 5 Musterbeiträgen (für Linienfahrplan, Tourenvorschlag, Ausflugsziel, Veranstaltung, Nachrichtenartikel)
- Integrationsmöglichkeit für ausgewählte Beiträge auf externen Websites (differenzierbar nach Orte und optional nach Themen)
- Erweiterbarkeit für zusätzliche Orte und neue Themenfelder
- Einweisung des Auftraggebers in das Redaktionssystem
- Regelmäßige Projektbesprechungen mit den Auftragnehmern
- Datenschutzerklärung für das Online-System
- Optional: Zugriffstoken für Autorisierung der Integrationscodes / Anmeldefunktion
- Optional: Monitoring der Integrationen
- Optional: Sharing Buttons (für Social Media)

Text- und Bildmaterial wird von den Auftraggebern geliefert.

Die Umsetzung muss bis zum 31.12.2021 abgeschlossen werden. Das Hosting muss (spätestens ab der Freischaltung) beim Auftraggeber erfolgen und eventuelle Aufwendungen sind im Angebot zu berücksichtigen. Der Auftragnehmer räumt dem Auftraggeber das ausschließliche, dauerhafte, unbeschränkte, unwiderrufliche und übertragbare Nutzungsrecht an den Dienstleistungsergebnissen ein.

Bitte geben Sie optional auch die Kosten für die weitere technische Betreuung nach Fertigstellung des Auftrags an (Pauschale und/ oder Stundensätze).

1.3.2 Teillos 2 – Digitale Kampagne

Zur finanziellen Sicherung und Erweiterung des Projekts, bedarf es einer Steigerung der Übernachtungszahlen in den Orten, welche am Projekt MÜRITZ rundum beteiligt sind. Daher ist es das zentrale Ziel der Online-Kampagne neue Gäste für einen Urlaub an der Müritz zu gewinnen. Auf verschiedenen Kanälen sollen die potenziellen neuen Gäste auf das Projekt MÜRITZ rundum aufmerksam gemacht werden und durch die Vorteile der Gästekarte MÜRITZ rundum zu einem Urlaub in der Mecklenburgischen Seenplatte animiert werden. Die Online-Kampagne soll in den Haupt-Quellmärkten Dresden + Umkreis von 50km und Berlin durchgeführt werden, da durch verkehrsgünstige Anbindungen mit der Deutschen Bahn vor allem die Stadt Waren (Müritz) auch ohne Auto gut erreichbar ist und man von dort aus in andere Orte der Mecklenburgischen Seenplatte gelangt. Aus diesem Grund möchten wir besonders die Zielgruppen bahnaffinen, naturverbundene Touristen, aber auch Familien bzw. Großeltern mit Kindern oder Enkelkindern ansprechen.

Auftragsgegenstand

Es ist genau darzustellen,

- welche Werbemaßnahmen
- an welchem Ort

- in welchem Umfang
- zu welchem Zeitpunkt
- mit welcher Wirkung Resonanz (Reichweite = Anzahl von Lesern, Kontakten, Leads)

zum Einsatz kommen.

Des Weiteren ist darzustellen, warum die gewählte Herangehensweise gerade die Zielgruppen der „Naturaffinen Bahntouristen“/ Familien mit Kindern/ Großeltern mit Enkelkindern im entsprechenden Quellmarkt für eine Reise in die Mecklenburgische Seenplatte begeistern wird.

Als Grundlage werden die notwendigen Daten (Bild+Text) durch den Auftraggeber bis 20.10.2021 geliefert. Notwendige Mindest-Bildgrößen und Textlängen werden durch Auftragnehmer mitgeteilt.

Mit einer digitalen Kampagne sollen Nutzer in ihren gewohnten Online-Kanälen (bspw. Google, Portale, Soziale Medien, Apps) adressiert werden. Ziel ist der Besuch der MÜRITZ rundum Landingpage. Dafür sollten bis zu 3 Anzeigengruppen formuliert werden.

Die Werbeschaltung soll ab dem 01.11.2021 bis zum 31.12.2021 erfolgen. Die responsiven Bild-Text-Anzeigen / Native Ads sollen auf allen Geräten eine gute Wahrnehmung erzielen.

Eine Anzeigenabrechnung soll nach dem Costs-per-Click-Verfahren (CPC) erfolgen. Für das Reporting der Maßnahme soll Google Analytics oder ein anderes Tool genutzt werden.

Leistungen

Der erfolgreiche Bieter verpflichtet sich die folgende Leistung zu erbringen:

- Schaltung von Werbemedien/Anzeigen zum Einsatz in Onlinekanälen (Google, Portale, Soziale Medien, Apps) im Zeitraum vom 01.11.2021 bis zum 31.12.2021.

Ziel der Werbebotschaften ist die Animation zu einer Reise in die Mecklenburgische Seenplatte und der Besuch der MÜRITZ rundum Landingpage.

Zielgruppendefinition: Familie, Kinderurlaub, Ferien, Großraum Berlin (regelmäßiger Aufenthaltsort), Interesse: Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, Umwelt, Natur, Reisen

Für die Kampagne ist zudem ein Remarketing-Anteil vorzusehen, um interessierte Nutzer mit zielgruppenspezifisch gestalteten Werbebotschaften (Remindern) in dem Reiseinteresse zu bestärken und aus dem Interesse an der Region möglichst einen qualifizierten Kundenkontakt aufzubauen (Minimalziel: Leadgenerierung für Newsletter).

2 Rahmen- und Bewerbungsbedingungen

2.1 Vergaberechtliche Rahmenbedingungen

Vorliegend handelt es sich um eine nationale öffentliche Ausschreibung. Die Vergabe erfolgt in Losen.

2.2 Anforderungen an Angebote

2.2.1 Aufbau, Form und Inhalt des Angebots, Anlagen

- Das Angebot ist schriftlich und digital, in deutscher Sprache im Vergabeprotal unter <https://www.bi-medien.de/> abzugeben.
- Preisangaben:
 - a) Das Angebot muss alle Preise in Euro (netto) sowie die Umsatzsteuer separat ausweisen.
 - b) Es ist ein Gesamtangebot mit Einzelpreisen für die einzelnen Teillose entsprechend der genannten Vorgaben und Liefertermine zu überreichen (ein Pauschalpreis pro Teillos). Für jedes Teillos hat das Angebot den Gesamtpreis für alle unter Punkt 1.3 genannten Leistungen zur Erfüllung des Auftrages auszuweisen.

Durch die angegebenen Preise sind alle in Punkt 1.3 genannten Leistungen abgegolten.
- Das Angebot muss mit Unterschrift versehen sein.
- Das Angebot hat detaillierte Ausführungen:
 - zum Verständnis der Aufgabenbeschreibung,
 - zu den geplanten Arbeitsschritten,
 - zur vorgesehenen Herangehensweise und Methodik
 - Zeitschiene
 - Ausführungen zu Teillos 1 (in Präsentationsform)
 - Selbstdarstellung des Unternehmens
 - Gestaltungsidee für das Online-System und einen Musterbeitrag
 - Erläuterung/Beispiel(e) für Content-Integration in externe Websites
 - Ausführungen zu Teillos 2 (in Präsentationsform)
 - welche Werbemaßnahmen
 - an welchem Ort
 - in welchem Umfang
 - zu welchem Zeitpunkt
 - mit welcher Resonanz (Reichweite = Anzahl von Lesern, Kontakten, Leads) durchgeführt werden.
- Die in den Teillosen und Fachlosen ausgeführten spezifischen Anforderungen bei der Angebotsgestaltung
- Der Auftragnehmer muss nachweisen, dass er über die zur Leistungserbringung erforderlichen fachlichen und methodischen Kenntnisse verfügt. Entsprechend sind dem Angebot einschlägige Referenzen beizufügen über das Folgende:

Referenzen:

Teillos 1:

- Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich der Konzipierung und Programmierung von Websites und Content-Datenbanken sind zwingend erforderlich. Es sind zwei Referenzen anzugeben (bevorzugt Projektbeispiele aus dem touristischen Bereich).

Teillos 2:

- Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich Performance-Advertising sind zwingend erforderlich. Es sind zwei Referenzen anzugeben (bevorzugt Kampagnenbeispiele aus dem touristischen Bereich).

Folgende Anlagen sind dem Angebot hinzuzufügen:

- Anlage 1: Formblatt Eigenerklärung zur Einhaltung der Leistungsbeschreibung (siehe Teil 3 Anlagen)
// für Auftragnehmer und ggf. Nachunternehmer

Anlagen zur Überprüfung der Eignung:

- Referenzen: Nennung von 2 früheren Kunden mit Firmenname und Ansprechpartner unter Angabe des ungefähren Leistungszeitraums und Leistungsumfangs
- Anlage 2: Formblatt Eigenerklärung zur Eignung (siehe Teil 3 Anlagen)
// für Auftragnehmer und ggf. Nachunternehmer

2.2.2 Angebotsabgabe

Das Angebot ist schriftlich und digital abzugeben.

Schriftliche Angebote müssen digital über die Plattform B_I medien unter <https://www.bi-medien.de/> eingereicht werden. Sämtliche geforderte Anlagen müssen ebenfalls bis zum Ablauf der Angebotsfrist online über B_I medien eingereicht werden. Informationen für Bieter finden Sie unter <https://bi-medien.de/evergabe/support>. Alle eingereichten Angebote werden über die Plattform verschlüsselt.

Über diesen Link gelangen Sie zu der Ausschreibung bei B_I medien:

<https://abruf.bi-medien.de/D444556358>

Für die Bearbeitung der Vergabeunterlagen und die Erstellung des Angebotes wird keine Entschädigung gewährt.

2.2.3 Angebotsfrist und Bindefrist

Die Frist für die Abgabe eines Angebots endet 27.09.2021 um 10.00 Uhr. Für die Rechtzeitigkeit des Eingangs ist der Eingangsstempel maßgebend. Angebote, die verspätet eingehen, werden nicht berücksichtigt. Angebote, bei denen die unter Punkt 2.2.1 geforderten Unterlagen fehlen, werden ebenfalls nicht berücksichtigt.

Die Submission findet am **27.09.2020** um **10.00 Uhr** in den Geschäftsräumen des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte e.V., Turnplatz 2 in 17207 Röbel/Müritz statt.

Die Ausschreibung erfolgt unter Vorbehalt einer Fördermittelzusage. Die Vergabe erfolgt nach der Zusage des Fördermittelgebers.

Die Bindefrist endet am 27.10.2021.

2.3 Nachunternehmer

Die Einschaltung von Nachunternehmern ist zulässig.

Sofern ein Bieter oder eine Bietergemeinschaft Nachunternehmer einschaltet, bietet er/sie als Generalunternehmer an. Bei der Einschaltung von Nachunternehmern haftet der Auftragnehmer für die ordnungsgemäße Gesamtabwicklung des Auftrages.

Falls wesentliche Teile der Leistung nicht selbst erbracht werden können bzw. sollen, ist dies zwingend im Angebot kenntlich zu machen. Ohne diese Kenntlichmachung muss die Vergabestelle davon ausgehen, dass alle wesentlichen Leistungen selbst erbracht werden.

Wenn ein Bieter von der Möglichkeit Gebrauch macht, Nachunternehmer vorzusehen, so ist mit dem Angebot der Nachunternehmeranteil inhaltlich zu bezeichnen.

Auf Verlangen des Auftraggebers ist der Nachunternehmer zu benennen und eine Verfügbarkeitserklärung abzugeben.

Die nachträgliche Änderung eines oder mehrerer Nachunternehmer nach dessen Benennung bis zur Zuschlagserteilung ist grundsätzlich nicht zulässig.

2.4 Bieteranfragen

Fragen und Auskunftsverlangen zur Ausschreibung, zu den Vergabeunterlagen und zum Gegenstand des Auftrags sind ausschließlich per Mail zu richten an:

ausschreibung@1000seen.de

Anfragen können nur beantwortet werden, wenn sie bis **24.09.2021** gestellt werden. Bieterfragen werden innerhalb von 24 St. (gerechnet in Werktagen) beantwortet.

Antworten auf Bieterfragen und zugehörige Fragen werden schriftlich, zeitgleich mit der Beantwortung an den fragenden Bieter, sichtbar für alle interessierten Unternehmen, auf der Seite <http://www.mecklenburgische-seenplatte.de/branche/ausschreibungen> hochgeladen.

Der Auftraggeber behält sich vor, Fragen so umzuformulieren, dass die Identität des Fragestellers nicht erkennbar ist. Die Bieter werden jedoch darum gebeten, bei der Formulierung der Fragen von vornherein zu berücksichtigen, dass diese zusammen mit den Antworten allen interessierten Unternehmen zur Verfügung gestellt werden.

Ihr Anliegen ist in deutscher Sprache zu formulieren, mündliche Auskünfte werden nicht gegeben.

Die Antworten werden anonymisiert veröffentlicht.

2.5 Eignungs- und Zuschlagskriterien

2.5.1 Eignungskriterien

Angebote von Bietern, die ihre Eignung nicht nachgewiesen haben, werden von der Wertung ausgeschlossen.

Die Eignung ist folgendermaßen nachzuweisen:

Eigenerklärung zur Eignung

Bieter müssen die unter Anlage 2 aufgeführten Kriterien erfüllen. Die Erfüllung wird durch die Beifügung der Anlage 2: „Formblatt Eigenerklärung zur Eignung“ bestätigt (siehe 3 Anlagen).

Vorlage von Referenzen

Nennung von 2 früheren Kunden aus dem Branchenbereich "Tourismus" mit Firmenname und Ansprechpartner unter Angabe des ungefähren Leistungszeitraums und Leistungsumfangs.

2.5.2 Zuschlagskriterien

Alle form- und fristgerecht eingegangenen Angebote von Bietern, die ihre Eignung nachweisen konnten, werden anhand des folgenden Kriteriums bewertet:

Preis-Leistungsverhältnis zu 100%

Bei einem gleichen Bewertungsergebnis wird ein Losverfahren zur Auswahl des Auftragnehmers durchgeführt.

Definition der Leistung bei Teillos 1

(zu beachten ist der Maximalpreis definiert unter 1.2):

Kriterien	Gewichtung in %	Punktezahl (5 bis 0)*	Max. Punktzahl = Gewichtung x Punktzahl
Zeitplanung	10	5 = Umsetzung in einem nachvollziehbaren Zeitplan mit Zwischenzielen und Erledigung des Gesamtauftrages bis 31.12.2021 (wie in 1.3.1 angegeben)	50
Berücksichtigung aller zu erfüllenden Aufgaben in der Angebotsformulierung	60	5 = Alle unter 1.3.1 gelisteten Aufgaben/ Vorgaben sind im Angebot enthalten. Überschriften und Formulierungen zu den Bausteinen sind wie in der Ausschreibung. Das Angebot entspricht vollständig den Anforderungen aus 2.2.1 „Aufbau, Form und Inhalt des Angebots, Anlagen“.	300
Qualität & Quantität des Angebots	30	5 = Das Angebot überzeugt durch übersichtliche, schnell erfassbare Darstellung sowie Plausibilität, d.h. enthält umsetzungsorientierte bestenfalls erprobte Ansätze und Methoden. Das Angebot enthält den höchsten Angebotsumfang (optionaler Leistungen) unter allen bewerteten Angeboten.	150

*Erläuterung Punktzahl:

Die Bewertung der Leistung ergibt sich aus den Zuschlagskriterien und der Gewichtung im Verhältnis zu den veranschlagten Kosten.

- Sehr hoher Zielerfüllungsgrad 5 Punkte
- Hoher Zielerfüllungsgrad 4 Punkte
- Mittlerer Zielerfüllungsgrad 3 Punkte
- Ausreichender Zielerfüllungsgrad 2 Punkte
- Geringer Zielerfüllungsgrad 1 Punkt
- Keine Zielerfüllung 0 Punkte

Gesamtbewertung

Der Zuschlag wird gemäß §7 der VgG M-V auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt.

Die angebotenen Leistungen werden nach gewichteten Zuschlagskriterien bewertet. Die Angebotsbewertung wird dadurch abgeschlossen, dass das Ergebnis dieser Wertung den veranschlagten Kosten ins Verhältnis gesetzt wird.

Die Formel lautet:

Aus der Bepunktung der 3 Zuschlagskriterien wird eine Summe gebildet. Diese Summe wird mit dem Angebotenen preis ins Verhältnis gesetzt

Wirtschaftlichkeit = Leistung / Kosten.

Definition der Leistung bei Teillos 2

(zu beachten ist der Festpreis definiert unter 1.2):

Anzahl der Leads der relevanten Zielgruppe (wie in Teillos 2) zur Kampagnen-Landingpage des Auftraggebers.

Der Zuschlag wird gemäß §7 der VgG M-V auf das wirtschaftlichste Angebot erteilt.

Die Formel lautet:

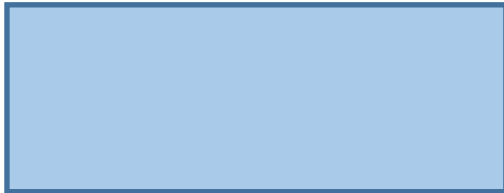
Wirtschaftlichkeit = Leistung / Kosten.

3 Anlagen

Anlage 1: Formblatt Eigenerklärung Einhaltung der Leistungsbeschreibung

Eigenerklärung

Ich/wir erkläre(n), dass im Fall des Zuschlags alle Leistungen nach den Voraussetzungen der Leistungsbeschreibung, wie in Abschnitt A dieser Vergabeunterlagen beschrieben, ausgeführt werden.



Firmenstempel

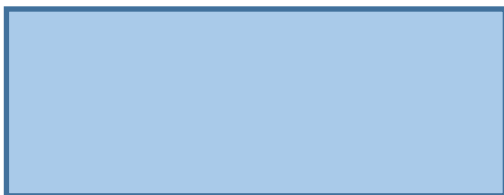
Ort, Datum

Unterschrift

Anlage 2: Formblatt Eigenerklärung zur Eignung

Ich/wir erkläre(n)

<i>bitte ankreuzen</i>	
	die ordnungsgemäße Anmeldung des Gewerbes (beim Gewerbeamt/Handelsregister, steuerliche Anmeldung bei Freiberuflern)
	das Nichtbestehen eines Insolvenzverfahrens
	dass Beiträge an die Berufsgenossenschaft ordnungsgemäß bezahlt werden
	dass Steuern ordnungsgemäß bezahlt werden
	dass Sozialversicherungsbeiträge für die Arbeitnehmer/innen ordnungsgemäß bezahlt werden
	dass keine schweren Verfehlungen begangen wurden, die meine/unsere Zuverlässigkeit als Bieter in Frage stellen



Firmenstempel

Ort, Datum

Unterschrift

Anlage 3 zur Ausschreibungs- und Vergabeverordnung des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte

Bietererklärung

Vom Bieter ist zur Angebotsabgabe eine Erklärung darüber abzugeben, ob sein Unternehmen ein Unternehmen nach Abschnitt II Nummer 1.4 des Vergabeerlasses M-V vom 12. Dezember 2018 (AmtsBl. M-V 2018 S. 666) ist.

Vergabenummer:

Leistung:

Begriffsbestimmung:

Kleine und mittlere Unternehmen sind Unternehmen, die

1. weniger als 250 Personen beschäftigen
- und 2. einen Jahresumsatz von höchstens 50 Millionen Euro oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens 43 Millionen Euro haben
- und 3. keiner Gruppe verbundener Unternehmen angehören oder einer Gruppe verbundener Unternehmen angehören, die die unter 1. und 2. genannten Voraussetzungen erfüllt.

Erklärung:

Mein Unternehmen ist ein Unternehmen im Sinne der oben genannten Vorschrift:

Ja Nein

Angaben zum Unternehmen:

Anzahl der Beschäftigten: _____

Jahresumsatz: _____

Jahresbilanzsumme: _____ (falls zutreffend)

Zugehörigkeit zu einer Unternehmensgruppe:

- Mein Unternehmen gehört keiner Gruppe verbundener Unternehmen an.
- Mein Unternehmen gehört einer Gruppe verbundener Unternehmen an, die weniger als 250 Beschäftigte und höchstens einen Jahresumsatz von 50 Mio. Euro bzw. höchstens eine Jahresbilanzsumme von 43 Mio. Euro hat.

Anlage 4 zur Ausschreibungs-und Vergabeverordnung des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte

Verpflichtungserklärung zu Mindestarbeitsbedingungen

Vom Bieter ist gemäß § 9 Absatz 1, 4 und 5 Vergabegesetz M-V mit dem Angebot eine Erklärung über die Einhaltung von Mindestarbeitsbedingungen abzugeben.

Vergabenummer:

Leistung:

Verpflichtungserklärung des Bieters / der Bietergemeinschaft

Erklärung nach § 9 Absatz 1 VgG M-V (SPNV/ ÖPNV):

Auftrag im Bereich des Schienenpersonennahverkehrs sowie des sonstigen Öffentlichen Personennahverkehrs im Sinne der Verordnung (EG) Nr. 1370/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Oktober 2007 über öffentliche Personenverkehrsdienste auf Schiene und Straße und zur Aufhebung der Verordnungen (EWG) Nr. 1191/69 und (EWG) Nr. 1107/70 des Rates (ABI. L 315 vom 03.12.2007, S. 1)

Mein Unternehmen verpflichtet sich, die bei der vertragsgegenständlichen Ausführung dieser Leistung Beschäftigten mindestens nach den Vorgaben eines im Bundesgebiet oder einem Teil davon für ihre Branche einschlägigen und repräsentativen Tarifvertrages in der jeweils geltenden Fassung zu entlohnen. Die Pflicht zu höherer Entgeltzahlung aufgrund anderweitiger Regelungen bleibt hiervon unberührt.

Soweit mein Unternehmen Leistungen auf Nachunternehmer überträgt, verpflichtet es sich, dem Nachunternehmer die für mich geltenden Pflichten aufzuerlegen und die Beachtung dieser Pflichten durch den Nachunternehmer zu überwachen.

Erklärung nach § 9 Absatz 4 bis 6 VgG M-V¹ (Mindestlohn):

Mein Unternehmen verpflichtet sich, den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern nach § 9 Absatz 4 Satz 1, Absatz 6 Satz 1 VgG M-V bei der Ausführung der Leistung mindestens das nach § 9 Absatz 4 Satz 1 und 2 VgG M-V maßgebliche Stundenentgelt zu bezahlen. Die Pflicht zu höherer Entgeltzahlung aufgrund anderweitiger Regelungen bleibt hiervon unberührt.

Soweit mein Unternehmen Leistungen auf Nachunternehmer überträgt, verpflichtet es sich, dem Nachunternehmer die für mich geltenden Pflichten aufzuerlegen und die Beachtung dieser Pflichten durch den Nachunternehmer zu überwachen.

Ort, Datum
Angebote)

Stempel und Unterschrift (bei schriftlichem

Name der erklärenden Person (bei Textform)

Ort, Datum
Angebote)

Stempel und Unterschrift (bei schriftlichem

Name der erklärenden Person (bei Textform)

¹ Gilt nicht, soweit Unternehmen oder vorgesehene Nachunternehmer mit Sitz im EU-Ausland beabsichtigen, die verfahrensgegenständliche Dienstleistung ganz oder teilweise im EU-Ausland zu erbringen (vgl. § 9 Absatz 9 Halbsatz 2 VgG M-V).

Anlage 5 zur Ausschreibungs-und Vergabeverordnung des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte

Vereinbarung zur Kontrolle der Mindestarbeitsbedingungen

Mit dem Auftragnehmer ist gemäß § 10 Vergabegesetz M-V zur Angebotsabgabe eine Vereinbarung über die Kontrolle der Einhaltung von Mindestarbeitsbedingungen abzuschließen.

Vergabenummer:

Leistung:

Vereinbarungen nach § 10 VgG M-V

Soweit der Auftragnehmer nach Maßgabe von § 9 Absatz 1, 4 und 5 VgG M-V verpflichtet ist, gelten folgende Bestimmungen:

- Der Auftraggeber oder die andere Stelle nach § 10 Absatz 1 Satz 2 VgG M-V ist befugt, Kontrollen nach § 10 Absatz 1 Satz 1 VgG M-V durchzuführen und dabei Einsicht in die Entgeltabrechnungen, die die zur Erfüllung des jeweiligen Auftrages eingesetzten Beschäftigten betreffen, sowie in die zwischen dem Auftragnehmer und seinen Nachunternehmern geschlossenen Verträge zu nehmen. Der Auftragnehmer hat seine Beschäftigten auf die Möglichkeit solcher Kontrollen hinzuweisen. Der Auftragnehmer hat vollständige und prüffähige Unterlagen zur Vornahme der Kontrollen nach § 10 Absatz 1 Satz 1 VgG M-V bereitzuhalten und auf Verlangen dem Auftraggeber oder der anderen Stelle nach § 10 Absatz 1 Satz 2 VgG M-V unverzüglich vorzulegen.
- Der Auftragnehmer ist verpflichtet, für jeden schuldhaften Verstoß gegen die Obliegenheiten nach § 9 Absatz 1, 4, 6 und 9 VgG M-V eine Vertragsstrafe in Höhe von 1 vom Hundert, bei mehreren Verstößen bis zu höchstens 5 vom Hundert des Auftragswertes zu zahlen. Der Auftragnehmer ist zur Zahlung der Vertragsstrafe auch dann verpflichtet, wenn der von ihm beauftragte Nachunternehmer oder ein von diesem eingesetzter Nachunternehmer gegen seine nach § 9 Absatz 5 VgG M-V begründete Obliegenheit verstößt, sofern der Auftragnehmer diesen Verstoß kannte oder kennen musste.
- Der vorsätzliche, grob fahrlässige oder mehrfache Verstoß gegen die Obliegenheiten nach § 9 Absatz 1, 4 bis 6 und 9 VgG M-V durch den Auftragnehmer oder seine Nachunternehmer berechtigt den Auftraggeber zur fristlosen Kündigung des Vertrages. Der Auftragnehmer ist verpflichtet, dem Auftraggeber den durch die Kündigung entstandenen Schaden zu ersetzen.

Diese Vereinbarung ist den Vergabeunterlagen beizufügen und in der Angebotsabforderung als Vertragsbestandteil zu erklären.