

## Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes

### 1. Allgemeine Angaben zur Vergabe

Maßnahme/Projekt:	Bürgerbudgets in Sachsen – Bürgerbeteiligung zur nachhaltigen Beteiligung der Bürgergesellschaft
Art der Leistung:	Unterstützung bei der Planung, Vorbereitung, Umsetzung und Auswertung einer digitalen bzw. Online-Kampagne (Marketing) zum Thema „Bürgerbudgets in Sachsen“
Ende der Angebotsfrist:	06.03.2021, 18 Uhr, es zählt der Tag des Posteingangs. Wir bitten Sie, das Angebot innerhalb der Angebotsfrist unterschrieben mit allen geforderten Anlagen im verschlossenen Umschlag an die Vergabestelle (siehe unten) zu senden.
Leistungsfrist/-zeitraum:	15.03.2021 bis 15.12.2021
Leistungsort:	Digital/online
Art der Vergabe:	Freihändige Vergabe nach sächsischem Vergaberecht
Vergabestelle:	Akademie für Lokale Demokratie e. V., z.Hd. Herrn Christian Aurich, Friedrich-Dittes-Straße 14, 04318 Leipzig
Ansprechperson:	Schriftliche Anfragen richten Sie bitte an: <a href="mailto:vergabe@lokale-demokratie.de">vergabe@lokale-demokratie.de</a> . Wir beantworten Ihre Fragen schriftlich und stellen den anonymisierten Email-Verkehr allen potentiellen Bietern zu Verfügung. Im Sinne des Gleichbehandlungsgrundsatzes bitten wir nach Möglichkeit von telefonischen Anfragen abzusehen.

### 2. Über das Projekt

Über das Projekt „Bürgerbudgets ins Sachsen“ soll den sächsischen Städten und Gemeinden das Bürgerbudget als niedrigschwelliges Werkzeug zur nachhaltigen Beteiligung der Bürgerschaft nähergebracht werden. Bei einem Bürgerbudget wird durch den Gemeinde- bzw. Stadtrat eine jährlich festgelegte Summe zur Verfügung gestellt, für deren Verwendung alle Interessierten – einzelne Personen ebenso wie Organisationen – Vorschläge einreichen können. Die Vorschläge sind öffentlich und werden von der Einwohnerschaft diskutiert und bepunktet. Das Bewertungsergebnis ist im Regelfall maßgeblich dafür, welche Vorschläge in die Umsetzung gehen.

Bürgerbudgets folgen klaren, vorab festgesetzten Regeln. Einige davon ergeben sich zwingend und sind nicht verhandelbar. So muss ein Vorhaben beispielsweise in den Wirkungskreis der Gemeinde fallen und dem Gemeinwohl dienen. Das Vorliegen dieser Grundvoraussetzungen wird üblicherweise bereits bei der Vorschlageinreichung durch die Verwaltung geprüft. Daneben gilt es, vorab weitere Regeln für die konkrete Ausgestaltung des Bürgerbudgets zu setzen. Im Sinne eines fairen und allgemein akzeptierten Vorgehens sollte dies in einem dialogischen Aushandlungsprozess zwischen Verwaltung, Stadtrat und Einwohnerschaft erfolgen.

### **3. Leistungsbeschreibung**

Wir suchen einen Dienstleister, der uns bei der Planung, Vorbereitung, Umsetzung und Auswertung einer digitalen bzw. Online-Kampagne (Marketing) zum Thema „Bürgerbudgets in Sachsen“ unterstützt.

Mit der Kampagne verfolgen wir mindestens folgende Ziele:

- Die Entscheidungsträger (Bürgermeister, Verwaltungsmitarbeiter, Gemeinde- und Stadträte) in den sächsischen Kommunen wurden über die Potentiale und Funktionsweise von Bürgerbudgets aufgeklärt und dabei motiviert, diese in ihren Kommunen einzuführen.
- Die Entscheidungsträger (Bürgermeister, Verwaltungsmitarbeiter, Gemeinde- und Stadträte) in den sächsischen Kommunen nutzen die sechs in 2021 geplanten Seminare und den Fachtag zu den Themen Bürgerbudgets, Bürgerbeteiligung und bürgerschaftliches Engagement aktiv zur Weiterbildung und Vernetzung.

Gegenwärtig sind folgende Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele geplant:

- Modul 1: Planung, Vorbereitung, Umsetzung und Auswertung eines Online-Workshop (Abendtermin) zur Konkretisierung der Ziele sowie Planung und Abstimmung der digitalen Marketing-Maßnahmen in 2021. Am Ende des Workshops ist deutlich geworden, wer, welche Kampagnenmaßnahmen bis wann zu welchem Zwecke (Ziele) umsetzt (Kampagnenplan).
- Modul 2: Unterstützung bei der Planung, Vorbereitung, Umsetzung und Auswertung von professionellen SEO- und SEA-Maßnahmen. Ziel ist es, dass der von uns produzierte Content zum Thema Bürgerbudgets sowie die sechs geplanten Seminare und der Fachtag über die am Markt etablierten Suchmaschinen leicht bzw. ohne langes Suchen online gefunden werden können.
- Modul 3: Unterstützung bei der Planung, Vorbereitung, Umsetzung und Auswertung eines geeigneten Email-Marketings. Ziel ist es, dass der von uns produzierte Content zum Thema Bürgerbudgets sowie die sechs geplanten Seminare und der Fachtag den Zielgruppen attraktiv und verständlich präsentiert und von ihnen konsumiert wird.
- Modul 4: Unterstützung bei der Planung, Vorbereitung, Umsetzung und Auswertung eines angemessenen Social Media-Marketings. Ziel ist es, dass der von uns produzierte Content zum Thema Bürgerbudgets sowie das Angebot zu den geplanten Seminaren und dem Fachtag möglichst häufig geteilt und von der Zielgruppe konsumiert wird.
- Modul 5: Beratung zur Erstellung neuen bzw. zur Aufbereitung des bestehenden Contents zu den Themen Bürgerbudgets, Bürgerbeteiligung und bürgerschaftliches Engagement. Ziel ist es, konkrete Anhaltspunkte zur erhalten, welcher und inwiefern den Zielgruppen noch weiterer Content zur Verfügung gestellt werden sollte.

### **4. Hinweise zur Angebotserstellung**

- Bitte berechnen Sie Ihr Angebot in Tagessätzen (in Euro) und getrennt nach den oben beschriebenen fünf Modulen.
- Bitte beachten Sie anbei die Erklärung über das Nichtvorliegen von Ausschlussgründen – Anlage A – und reichen Sie diese mit Ihren Angebotsunterlagen ein.
- Die Kontaktdaten der sächsischen Städte und Gemeinden (Adressen und Emails der Kommunen) liefert der Auftraggeber in Abstimmung mit dem Auftragnehmer.
- Die Marketing-Maßnahmen müssen dem aktuellen Stand der Technik entsprechen und das spezifische digitale Konsumverhalten der einzelnen Zielgruppen berücksichtigen.

- Bitte legen Sie in Ihrem Angebot dar, welche konkreten Marketing-Maßnahmen Sie umsetzen würden und warum sie diese für geeignet erachten.
- Bitte legen Sie in Ihrem Angebot dar, wie Sie die Zielerreichung bzw. die Performance der von Ihnen empfohlenen Marketing-Maßnahmen messen wollen/können.
- Für Ihre Zeitplanung: Die ersten drei Seminare finden Mitte Juni statt.

### **5. Nachweis Ihrer Eignung**

Wir gehen auf der Grundlage unserer Recherchen von Ihrer Eignung zur Ausführung dieses Auftrages aus und bitten zur Bestätigung dieser Annahme um die Einreichung folgender Unterlagen:

- Nachweis für Ihre Befähigung und Erlaubnis zur Berufsausübung, nach § 44 VgV einen Handelsregister- bzw. Vereinsregisterauszug oder eine Gewerbebeanmeldung bzw. -erlaubnis, bei Freiberuflern entfällt dieses Erfordernis;
- Nachweis für Ihre wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit, nach § 45 VgV eine formlose Erklärung darüber, wer bzw. welche Personen den Auftrag ausführen werden und wie z. B. im Falle von Krankheit oder Kündigung eine gleichwertige Vertretung abgesichert wird;
- Nachweis für Ihre technische und berufliche Leistungsfähigkeit, nach § 46 VgV Belege bzw. Referenzen über die Ausführung von Leistungen der zu beteiligenden Mitarbeiter aus den letzten drei Geschäftsjahren, die mit der zu vergebenden Leistung vergleichbar sind;
- Nachweis für das Nichtvorliegen von zwingenden oder fakultativen Ausschlussgründen, nach §§ 123 und 124 GWB die unterschriebene Eigenerklärung im Anhang.

### **6. Nebenangebote**

Nebenangebote sind nicht zugelassen. Der Begriff "Nebenangebot" umfasst jede Abweichung vom geforderten Angebot. Auch Änderungsvorschläge sind als Nebenangebote zu betrachten.

### **7. Vergütung**

Die Vergütung erfolgt nach der Durchführung des Auftrages gegen Rechnungslegung. Abschlagszahlungen für erbrachte Teilleistungen können vereinbart werden.

### **8. Zuschlagskriterien**

Die Angebote werden durch eine Jury, bestehend aus den drei Vorstandsmitgliedern der Akademie für Lokale Demokratie e. V., geprüft und bewertet. Sechs Institutionen wurden zur Abgabe eines Angebotes aufgefordert. Die Jury prüft zunächst, ob die eingegangenen Angebote alle formellen und inhaltlichen Anforderungen erfüllen. Anschließend bewertet die Jury anhand der nachfolgend aufgeführten Gewichtungskriterien die Angebote und ermittelt das wirtschaftlichste Angebot.

Das Angebot wird entsprechend der unten aufgeführten Wertungskriterien und der jeweiligen Gewichtung bewertet. Die Ermittlung der Gesamtpunktzahl erfolgt durch den Vergleich der Konzepte zueinander, sowohl hinsichtlich des Preises als auch der Qualität. Die Bewertung der Qualität orientiert sich am Schema des deutschen Schulnotensystems.

<b>5 Punkte</b>	... entsprechen der Note „sehr gut“. Die Leistung entspricht den Anforderungen in besonderem Maße.
<b>4 Punkte</b>	... entsprechen der Note „gut“. Die Leistung entspricht voll den Anforderungen.
<b>3 Punkte</b>	... entsprechen der Note „befriedigend“ Die Leistung entspricht im Allgemeinen den Anforderungen
<b>2 Punkte</b>	... entsprechen der Note „ausreichend“. Die Leistung weist zwar Mängel aus, entspricht aber im Ganzen noch den Anforderungen.
<b>1 Punkt</b>	... entspricht der Note „mangelhaft“ Die Leistung entspricht nicht den Anforderungen, lässt jedoch erkennen, dass die Mängel behoben werden können.
<b>0 Punkte</b>	... entsprechen der Note „ungenügend“ Die Leistung entspricht nicht den Anforderungen und lässt erkennen, dass die Mängel nicht behoben werden können.

Die Bewertung der Qualität erfolgt durch die dreiköpfige Jury nach Folgendem Schema: Der arithmetische Durchschnittswert (DW) der beiden Qualitätskriterien errechnet sich wie folgt:  $DW = \text{Summe der vergebenen Schulnotenpunkte je Qualitätskriterium} / \text{Anzahl der Jurymitglieder}$ , gerundet auf zwei Stellen nach dem Komma. Ein  $DW < \text{drei Punkte}$  bei einem der beiden Qualitätskriterien führt zum Ausschluss des gesamten Angebotes. Die Bewertung des Preises erfolgt anhand des Angebotspreises.

<b>Nr.</b>	<b>Kriterien für die Angebotsbewertung</b>	<b>Gewichtung der Kriterien in % (<math>\Sigma=100\%</math>)</b>
1	Qualität der Indikatoren zur Messung der Zielerreichung: Hier bewerten wir, wie der Bieter die Zielerreichung und somit den Erfolg der gesamten Marketingkampagne messen möchte. Wir ziehen hier zur Beurteilung die SMART-Formel heran.	25
2	Qualität der vorgeschlagenen Marketingmaßnahmen: Hier bewerten wir, wie gut die vorgeschlagenen Marketingmaßnahmen der Zielerreichung dienen. Wir beurteilen hier sowohl die Effektivität als auch die Effizienz der vorgeschlagenen Maßnahmen.	25
3	Angebotspreis (Brutto): Je niedriger der Angebotspreis desto höher ist die Punktzahl ( $PU_{\text{Preis}}$ ).	50

Für die Ermittlung der Gesamtpunktzahl (GPZ) für jedes einzelne Angebot wird zunächst der jeweils erreichte DW mit dem maximal erreichten DW, der auf ein Angebot entfallen ist, ins Verhältnis gesetzt. Beim Preis wird der niedrigste Angebotspreis in Verhältnis gesetzt. Das Angebot mit der höchsten GPZ stellt das wirtschaftlichste Angebot dar und erhält den Zuschlag. Die GPZ errechnet sich aus der

gewichteten Addition der jeweils erreichten Gesamtpunkte für den Preis sowie die beiden Qualitätskriterien. Sollten zwei oder mehr Angebote die gleiche GPZ erhalten, entscheidet das Los.

Das Berechnungsverfahren zur Ermittlung der GPZ sieht wie folgt aus:

$$\text{GPZ} = 0,50 * \text{Pu}_{\text{Preis}} + 0,25 * \text{Pu}_{\text{Indikatoren}} + 0,25 * \text{Pu}_{\text{Maßnahmen}}$$

mit:  $\text{Pu}_{\text{Preis}} = (\text{P}_{\text{MIN}} / \text{P}_{\text{IST}}) * 100$

$$\text{Pu}_{\text{Indikatoren}} = (\text{DW}_{\text{IndIst}} / \text{DW}_{\text{IndMax}}) * 100$$

$$\text{Pu}_{\text{Maßnahmen}} = (\text{DW}_{\text{MaßIst}} / \text{DW}_{\text{MaßMax}}) * 100$$

#### Legende

Pu Maßnahmen	=	Punktzahl für die Qualität der vorgeschlagenen Marketingmaßnahmen
Pu Indikatoren	=	Punktzahl für die Qualität der Indikatoren zur Messung der Zielerreichung
DW IndIst	=	Durchschnittswert für die beiden Qualitätskriterien nach Jurybewertung;
DW MaßIst	=	DW IndIst bzw. DW MaßIst = Summe der Schulnotenpunkte / Anzahl der Jurymitglieder
DW IndMax	=	Maximal erreichter Durchschnittswert eines Angebotes für die beiden
DW MaßMax	=	Qualitätskriterien nach Jurybewertung
Pu Preis	=	Punktzahl für den Angebotspreis
P IST	=	Angebotspreis des jeweiligen Bieters
P MIN	=	Niedrigster sich in der Auswertung befindender Angebotspreis
GPZ	=	Gesamtpunktzahl für Preis und Qualität