

Bieter*innen Fragen zur nationalen Ausschreibung
OOH (Out-of-Home) und DOOH (Digital-Out-Of-Home) Kampagne

VergabeNr.: NV_220609_002

Frage 1)

Verständnisfrage zu folgendem Passus (Seite 2 der Bekanntmachung der Ausschreibung):

„Die Auftraggeberin behält sich daher vor, die Ausschreibung aufzuheben, sofern Bietende mit dem wirtschaftlich günstigsten Angebot die Gesamtleistung zu einem Pauschalpreis von mehr als 117.000,00 € netto anbieten.“

Besagt dieser Passus, dass die Anbietenden aus dem Bewerbungsprozess ausgeschlossen oder die Vergabekriterien fallen gelassen werden?

Antwort zu Frage 1)

Übersteigt das wirtschaftlich günstigste Angebot das Budget von 117.000 € netto, folgt daraus eine Auflösung des Ausschreibungsverfahrens, sprich die Leistung wird nicht vergeben, oder aber ein Neuaufsetzen der Ausschreibung nach Anpassung der Ausschreibungskriterien. Dies würde eine Anpassung des Budgets oder die Anpassung der Leistungsbeschreibung bedeuten.

Frage 2)

Nach Abzug der maximalen Summe für die Awareness-Kampagne (max. 20.000 € netto) und der Summe für Flächen für die Ausspielung von digitalem Bewegtbild (max. 60.000 € netto) ist ein Restbetrag von 37.000 € netto für andere Medien der Hauptkampagne (KW 35-38) zu verwenden?

Antwort zu Frage 2)

Das maximal Budget von 20.000 € netto für eine Awarenesskampagne bezieht sich auf einen bestimmten Belegungszeitraum (KW 32/33), wobei sich das maximale Budget von 60.000 € netto für digitales Bewegtbild auf ein bestimmtes Werbeformat bezieht. Innerhalb dieser Vorgaben (Belegungszeitraum und Werbeformat) ist eine Schnittmenge möglich, weshalb das Kalkulieren eines Restbetrages irreführend ist. Das Konzept dürfte vorsehen, dass Flächen zur Ausspielung von Bewegtbild Teil der Awarenesskampagne sind.