NEULAND HAMBACH

Leistungsbeschreibung für die kommunikative und öffentlichkeitswirksame Begleitung des Projektes „tu! Hambach – Begegnungs- und Impulsort für das Zukunftsrevier“

Bearbeitungszeitraum: baldmöglichst – 28.02.2029

Ausgaben werden gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Projektkontext: Das Projekt „tu! Hambach – Begegnungs- und Impulsort für das Zukunftsrevier“ verfolgt das Ziel, das Austausch- und Begegnungsformat „tu! Hambach“ im Neuland Hambach langfristig zu verankern. Es soll sich als Format für das gesamte Rheinische Revier weiterentwickeln und dadurch den Dialog zwischen Akteur:innen aus der

Zivilgesellschaft, Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft fördern. Das Vorhaben ist als Netzwerkprojekt angelegt und kooperiert mit verschiedenen lokalen Partner-Institutionen. Mit dem Projekt beabsichtigt die Neuland Hambach, ein Format weiterzuentwickeln und zu etablieren, das eine zugängliche Plattform schafft, auf der neue Netzwerke geknüpft, transformatives Wissen produziert und weitergetragen sowie ein aktives Mitgestalten des Strukturwandels gefördert wird.

Aufgabe:

Aufgabe der Kommunikationsagentur wird sein, die Arbeit im Projekt kommunikativ und öffentlichkeitswirksam zu begleiten (insbesondere Veranstaltungsformate), eine Projektwebsite zu entwickeln und zu erstellen sowie einen Markenentwicklungsprozess strategisch und gestalterisch zu begleiten.

Erfahrungen:

Erfahrungen sollten insbesondere in den Bereichen Strategie- und Markenentwicklung, zielgruppenspezifische Kommunikation, Konzeption und Gestaltung analoger und digitaler Kommunikationsformate, Websites sowie der kommunikativen Begleitung von Beteiligungs-, Dialog- oder Transformationsprozessen vorhanden sein.

NEULAND HAMBACH

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemein....4
1.1 Auftraggeber....4
1.2 Auftragnehmer....5
1.3 Verfahrensart und Vorgehen....5
2. Leistungsgegenstand und Projektbeschreibung....5
3. Hintergrundinformationen zum Projekt tu! Hambach....6
4. Leistungserbringung....8
4.1 Kommunikative und öffentlichkeitswirksame Begleitung....9
4.2 Markenentwicklung:....10
4.3 Website:....10
5. Preisblatt und Finanzierung....11
5.1 Leistungszeitraum und Budget....11
6. Angebot....12
6.1 Eignung und Angebotsunterlagen....12
6.2 Frist für die Einreichung....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
6.3 Bewertung der Angebote....14
6.4 Bindefrist....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
Anlagen:....15

1. Allgemein

1.1 Auftraggeber

Der Leistungsempfänger ist die Neuland Hambach GmbH. Der Strukturwandel im Rheinischen Revier ist ein mehrdimensionales Puzzle aus Klimaschutz und Renaturierung, Infrastruktur, wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Perspektiven, sowie den Interessen der Menschen vor Ort. Die Aufgabe der Neuland Hambach GmbH besteht darin, diese Belange in Planungen, Projekte und Kommunikation zu übersetzen. Unsere Aufgaben umfassen:

- Interessenvertretung der Anrainerkommunen
- Bildung eines regionalen Wir-Gefühls in der Region um den Tagebau Hambach
- Strukturpolitische Entwicklung, Initiierung und Koordination von Zukunftsperspektiven
- Akquise von Fördermitteln und Investitionen
- Öffentlichkeitsarbeit und Regionalmarketing
- Und insbesondere im Projekt „tu! Hambach“: Die Verstetigung eines Begegnungs- und Austauschformates für die Region.

Neben diesen Aufgaben sehen wir, die Neuland Hambach GmbH und die Anrainerkommunen, den Strukturwandel als gesellschaftlichen Prozess, der nicht hinter verschlossen Türen stattfinden darf. Daher besteht eine wichtige Aufgabe darin, die anstehenden Veränderungsprozesse partizipativ zu gestalten und möglichst zeitnah für die Bevölkerung sichtbar zu machen.
Aktuelle Berichte sowie Informationen zu laufenden Projekten sind auf der Website der Neuland Hambach GmbH zu finden: Willkommen | NEULAND HAMBACH. Berichte und Informationen zur Veranstaltung tu! Hambach 2026 sind hier nachzulesen: tu! Hambach 2026 | NEULAND HAMBACH

1.2 Auftragnehmer

Die Ausschreibung richtet sich an Bewerbende und Bietende, die Erfahrungen in den Bereichen Strategie- und Markenentwicklung, zielgruppenspezifische Kommunikation, Konzeption und Gestaltung analoger und digitaler Kommunikationsformate, Websites sowie der kommunikativen Begleitung von Beteiligungs-, Dialog- oder Transformationsprozessen besitzen. Referenzwerte in mehreren der Bereiche sind nachzuweisen (s. 6.1 Eignung und Angebotsunterlagen). Wünschenswert sind zudem Erfahrungen und Kenntnisse in Transformationsprozessen des Strukturwandels sowie experimentellen Formaten in der Stadt- und Regionalplanung.

1.3 Verfahrensart

Es findet eine Verhandlungsvergabe mit Teilnahmewettbewerb (§ 50 in Anlehnung an § 12 UVgO) statt.

2. Leistungsgegenstand und Projektbeschreibung

Das Projekt „tu! Hambach – Begegnungs- und Impulsort für das Zukunftsrevier“ ist ein transdisziplinäres und kollaboratives Projekt mit dem Ziel, Orte der Begegnung und des Austauschs im Strukturwandel des Rheinischen Reviers zu schaffen und langfristig zu etablieren. In den letzten vier Jahren (2023-2026) wurde das Format „tu! Hambach“ (ursprünglich, tu = Temporäre Universität) an jeweils mehreren Projekttagen bereits zu einem Event, an dem verschiedene Akteur:innen des Strukturwandels teilnahmen und aktuelle Themen sowie wissenschaftliche Erkenntnisse sichtbar machten und diskutierten. Kernziel des Projektes ist es, das Format „tu! Hambach“ konzeptionell weiterzuentwickeln und als Veranstaltung im Rheinischen Revier zu etablieren, um eine zugängliche Plattform zu schaffen, auf der neue Netzwerke geknüpft, transformatives Wissen produziert und weitergetragen sowie ein aktives Mitgestalten des Strukturwandels gefördert wird.

Die zu erbringende Leistung sieht vor, eine Kommunikationsstrategie und eine Projektidentität (u.a. Narrative, Botschaften, Zielsetzungen, Marke/Name, Logo) zu erarbeiten und den Auftraggeber Neuland Hambach GmbH hierzu strategisch zu beraten sowie fortlaufend in der kommunikativen und öffentlichkeitswirksamen Begleitung des Projektes zu unterstützen (im Detail siehe Kapitel 4.1, 4.2). In dem Zusammenhang soll eine zielgruppenspezifische Ansprache weiterentwickelt werden. Die Herausforderung besteht darin, dass das Projekt eine breite Öffentlichkeit und diverse Netzwerke erreichen möchte, wodurch sich unterschiedliche Zielgruppen ergeben. Darüber hinaus ist es ein Anliegen, die komplexen, oftmals emotional besetzten, Themen des Strukturwandels als Transformationsprozess innovativ, alltagsnah und verständlich zu kommunizieren. Zudem umfasst die Leistung die Entwicklung und Erstellung einer Projektwebsite (im Detail siehe 4.3).

Die Projektverantwortung liegt bei der Neuland Hambach GmbH. Hier besteht das Projektteam aus zwei Mitarbeiterinnen, die das Projekt leiten und steuern. Hauptansprechperson von Auftraggeberseite für die zu beauftragende Kommunikationsagentur wird eine Kommunikationsdesignerin sein. Außerdem unterstützen langfristige lokale Projektpartner:innen (derzeit zehn Partner-Institutionen) das Projekt strategisch, konzeptionell und inhaltlich. Das Projekt ist prozessoffen gestaltet und darauf ausgelegt, dass weitere enge Partner:innen Teil des Netzwerkes werden. Darüber hinaus sind lokale Akteur:innen sowohl in die Entwicklung als auch die Gestaltung der geplanten Veranstaltungen eingebunden. Insgesamt wird eine kollaborative Zusammenarbeit angestrebt, in der die Projektpartner:innen, in die laufenden Strategie- und Kommunikationsprozesse einbezogen werden sollen.

3. Hintergrundinformationen zum Projekt tu! Hambach

Rheinisches Revier: Der Tagebau Hambach ist neben Inden und Garzweiler einer von drei aktiven Tagebauen im Rheinischen Revier. Nach über 40 Jahren Abbautätigkeit wird der Kohleabbau 2030 eingestellt und eine ganze Region steht vor der Aufgabe,

sich in kürzester Zeit neu zu entdecken und einen Strukturwandel zu bewältigen, der nicht nur wirtschaftlich und gesellschaftlich, sondern auch räumlich enorme Herausforderungen, aber auch Chancen mit sich bringt.

Tagebau Hambach: Der Tagebau Hambach ist mit 411 Metern der tiefste und größte offene Tagebau Deutschlands und eines der größten künstlichen Löcher der Welt. Nachdem der Abbau hier bereits 2029 beendet sein wird, soll ab 2030 die Befüllung des Restlochs mit Grund- und Rheinwasser beginnen. Die Befüllung des volumenmäßig zweitgrößten Sees Deutschlands wird mindestens 40 Jahre dauern und eine sich stetig wandelnde Landschaft mit sich bringen. Die 8.500 Hektar der Tagebaufolgelandschaft liegen auf den Gebieten der sechs Anrainerkommunen Niederzier, Jülich, Titz, Elsdorf, Kerpen und Merzenich. Südlich der Grube befindet sich das sogenannte Vorfeld, das seit der Leitentscheidung 2021 nicht mehr vollständig abgegraben werden soll. Die beiden darin befindlichen Ortschaften Manheim-Alt und Bürgewald (ehemals Morschenich-Alt) wurden ab 2015 leergezogen. Während Manheim-Alt bis auf einige denkmalgeschützte Gebäude nahezu komplett rückgebaut wurde, soll Bürgewald als „Ort der Zukunft“ wiederbelebt werden. In der Leitentscheidung 2021 heißt es, die Tagebaufolgelandschaften sollen zu „Räumen der Zukunft“ entwickelt werden. Im Dezember 2025 wurde der dynamische Masterplan für den Ort Bürgewald finalisiert, der eine flexible und zukunftsgerichtete Entwicklung des Ortes anstrebt.

Projekt tu! Hambach: Die Idee der tu! Hambach wurde im Rahmen eines Beteiligungsevents (REVIERatelier Hambach) im Sommer 2022 von Bürger:innen und Akteur:innen aus dem Rheinischen Revier skizziert und von Wissenschaftler*innen der RWTH Aachen zu einem Format vor Ort weiterentwickelt. Im Sinne eines Experiments wurde dieses Format im Juni 2023 als „Temporär Universität Hambach“ unter dem Motto „Tu was, mach mit!“ als achttägige Aktionswoche das erste Mal in Bürgewald (2023 noch Morschenich-Alt) umgesetzt. Die Transformationsplattform REVIERa der RWTH Aachen, die Neuland Hambach GmbH und die Gemeinde Merzenich initiierten die tu! Hambach und

führten sie gemeinsam mit lokalen Partner:innen sowie vielen weiteren Beitragenden durch. Die tu! Hambach war ins Leben gerufen und sie ermöglichte lebendige Diskussionen und vielfältigen Austausch rund um eine große Palette von Fragen und Themen des Strukturwandels. Die positive Resonanz und Nachfrage führten dazu, dass auch im Sommer 2024 kurzfristig organisierte tu! Hambach-Aktionstage stattfanden. Aufgrund der Ressourcenverfügbarkeit allerdings in deutlich kleinerem Format. Ebenfalls in einem kleineren Format und kurzfristig organisiert fanden im Juni 2025 erneut zwei tu! Hambach Aktionstage in Bürgewald statt. Im Rahmen des STARK-Förderprogramms hat die Neuland Hambach GmbH gemeinsam mit den Partner-Institutionen die Möglichkeit, das Format strukturell und konzeptionell weiterzuentwickeln, ein beständiges Netzwerk sowie beständige Governancestrukturen aufzubauen und im Rheinischen Revier zu verstetigen. Ein wesentlicher Anspruch und ein grundlegendes Ziel des Projektes tu! Hambach ist es, gesellschaftspolitische Aushandlungsprozesse über den Strukturwandel stärker mit und für die Öffentlichkeit zu gestalten, anstatt sie lediglich ausgewählten Akteursgruppen zugänglich zu machen. Somit besitzt die tu! Hambach einen explizit offenen und partizipativen Charakter, der sich in Beteiligungsformaten weiterentwickeln soll.

4. Leistungserbringung

Die Leistungen umfassen im Wesentlichen drei Bausteine: 1. Die kommunikative und öffentlichkeitswirksame Begleitung des Projektes tu! Hambach, 2. Eine Markenentwicklung für das Format tu! Hambach und 3. Die Erstellung einer Projektwebsite. Die drei Bausteine greifen ineinander und informieren sich gegenseitig. Sie sind nicht als vorab definierte Arbeitspakete zu verstehen, die nacheinander bearbeitet werden. Die Leistungen werden im Folgenden detaillierter beschreiben. Für die gesamte Leistungserbringung ist ein erster Zeitplan zu entwerfen und dem Angebot beizufügen. Ein detaillierter Projekt- und Zeitplan wird in Synergie mit dem Gesamtprojekt zusammen mit der Auftraggeberin Neuland

Hambach GmbH erstellt. Dieser soll regelmäßig überprüft und bei Bedarf neu justiert werden. Derzeit ist davon auszugehen, dass die größten Leistungen (u.a. Kommunikationsstrategie, Projektidentität und Markenentwicklung, Grafikkonzept, Website) in 2027 erbracht werden.

4.1 Kommunikative und öffentlichkeitswirksame Begleitung

Zu dieser Leistung zählen insbesondere die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie, die Erstellung eines Grafikkonzeptes, die Konzeption und Gestaltung analoger und digitaler Partizipationsformate sowie insgesamt die kommunikative Begleitung von Dialog- und Transformationsprozessen.

Kommunikationsstrategie und Umsetzung:

- Entwicklung einer Kommunikationsstrategie, inklusive der Markenentwicklung und kommunikativen Projektbegleitung. Das Briefing erfolgt durch den Auftraggeber.
- Insbesondere: Erarbeitung und Weiterentwicklung einer zielgruppenspezifischen Ansprache (z. B. gegenüber Schüler:innen, Jugendlichen, Bürger:innen (ohne fachlichen Hintergrund)).
- Unterstützung bei der Konzeption und Umsetzung von partizipativen Formaten sowie Dialog- und Transformationsprozessen.
- Anfertigen von Pressemeldungen. Das Briefing erfolgt durch den Auftraggeber.
- Vorbereitung von und Unterstützung bei Pressekonferenzen im Rahmen des Projektes.
- Bedarfsorientierte strategische Beratung hinsichtlich der Kommunikation über das Projekt.

Grafikkonzept und Umsetzung:

- Logoentwicklung sowie Schrift, Farbgebung und Bildwelt.
- Erstellung eines Grafikkonzeptes für die Produktion von z. B. Flyern, Aushängen sowie Vorlagen für Social-Media-Kanäle. Inhalte für die Materialien werden von der Auftraggeberin angefertigt.
- Gestaltung eines Programmhefts für das Format tu! Hambach.

4.2 Markenentwicklung:

- Konzeption, Durchführung, Moderation und Nachbereitung von mind. zwei Workshops zur Markenentwicklung mit lokalen Partner-Institutionen im Projekt.
- Entwicklung einer Projektidentität für das Projekt und die Veranstaltung tu! Hambach.
- Markenentwicklung umfasst: Name, Claim, Botschaft(en), Markenversprechen, Ideen für den Auftritt auf Veranstaltungen.
- Bedarfsorientierte strategische Beratung in Bezug auf Narrative, Botschaften und Zielsetzungen im Projekt sowie insbesondere in Bezug auf die jährlich stattfindenden Hauptevents tu! Hambach sowie weitere Veranstaltungen.

4.3 Website:

- Erstellung und Programmierung einer Projektwebsite zur Information über aktuelle Entwicklungen im Projekt.
- Sprachliche und SEO-optimierte Aufbereitung von Textmaterial (z. B. Projektbeschreibungen, Informationen zu Veranstaltungen etc.). Das Material wird vom Auftraggeber erstellt.
- Implementierung eines Veranstaltungskalenders auf der Website, um auf Veranstaltungen im Rahmen des Projektes aufmerksam zu machen.

- Implementierung einer Anmeldeplattform auf der Website, um die Anmeldung zu Veranstaltungen sowie den Upload von Dateien zu vereinfachen.
- Implementierung eines E-Mail-Verteilers auf der Website.
- Implementierung eines Umfragetools auf der Website.
- Briefing der Auftraggeberin hinsichtlich Pflege der Website sowie optional kontinuierliches Hosting und teilweise Pflege der Website vom Bietenden.

5. Preisblatt und Finanzierung

Die Bietenden haben sämtliche Preise vollständig und nachvollziehbar auf Grundlage des beigefügten Preisblatts anzugeben. Das Preisblatt ist vollständig auszufüllen und mit dem Angebot einzureichen. Die angebotenen Preise umfassen sämtliche zur Erbringung der ausgeschriebenen Leistungen erforderlichen Aufwendungen. Hierzu zählen insbesondere Personal- und Sachkosten, konzeptionelle, beratende, redaktionelle und gestalterische Leistungen, Projektmanagement und Abstimmungstermine, Reise- und Nebenkosten. Die Preise sind für die Dauer der Vertragslaufzeit verbindlich. Nachforderungen aufgrund unvollständiger Kalkulation oder nicht berücksichtigter Kostenbestandteile sind ausgeschlossen. Optionale Leistungen sind im Preisblatt gesondert auszuweisen und werden ausschließlich nach vorheriger schriftlicher Beauftragung vergütet.
Die Angebotswertung erfolgt auf Grundlage der im Preisblatt angegebenen Preise für die einzelnen Leistungsbausteine. Die Abrechnung erfolgt nach Erbringung der jeweils beauftragten Leistungen auf Grundlage der im Preisblatt ausgewiesenen Leistungspositionen. Mit jeder Rechnung ist nachvollziehbar darzustellen, welche Leistungen im jeweiligen Abrechnungszeitraum erbracht wurden. Ein Anspruch auf vollständige Ausschöpfung einzelner Leistungspositionen besteht nicht.

5.1 Leistungszeitraum und Budget

Der Leistungszeitraum erstreckt sich über die gesamte verbleibende Projektlaufzeit bis zum 28.02.2029 und beginnt unmittelbar nach der Zuschlagserteilung. Diese ist so bald wie möglich, vermutlich für Oktober/November 2026 vorgesehen.

Die Leistungen sind entsprechend dem Projektfortschritt sowie den im Leistungsverzeichnis beschriebenen Leistungsbausteinen bedarfsorientiert über die gesamte Projektlaufzeit zu erbringen. Zeitpunkt, Reihenfolge und Umfang einzelner Leistungen richten sich nach den jeweiligen Anforderungen des Projekts und werden zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer im Rahmen der vereinbarten Leistungsbausteine abgestimmt. Der Auftraggeber weist darauf hin, dass es sich um ein projektbezogenes Vorhaben im Rahmen einer Fördermaßnahme handelt. Änderungen des Projektablaufs können sich insbesondere aus organisatorischen Gründen oder Vorgaben des Fördermittelgebers ergeben. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, seine Leistungen flexibel an den tatsächlichen Projektverlauf anzupassen, soweit sich hierdurch der vereinbarte Leistungsgegenstand nicht wesentlich verändert. Die Beauftragung einzelner Leistungen erfolgt bedarfsorientiert entsprechend dem Projektfortschritt.

6. Angebot

6.1 Eignung und Angebotsunterlagen

6.1.1 Eignung Projektteam - Teilnahmewettbewerb

Die Projektleitung verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium oder eine vergleichbare Qualifikation insbesondere in den Bereichen Kommunikationsdesign, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations, Kommunikations-, Medien-, Politik- oder Sozialwissenschaften oder in einem vergleichbaren, für die ausgeschriebene Leistung einschlägigen Fachgebiet. Die Projektleitung sollte darüber hinaus mehrjährige Erfahrungen in der Steuerung und Beratung komplexer Projekte mit unterschiedlichen Stakeholdern sowie in der Entwicklung und

Umsetzung von Kommunikations- und Markenstrategien und Partizipationsprozessen nachweisen.

Die Mitarbeitenden im Projektteam verfügen über ein abgeschlossenes Hochschulstudium oder eine vergleichbare Qualifikation sowohl in den Bereichen Kommunikationsdesign, Grafikdesign, Transformationsdesign, Marketing als auch in den Bereichen Informatik, Medieninformatik, Web Development, Webdesign oder in einem vergleichbaren, für die ausgeschriebene Leistung einschlägigen Fachgebiet.

6.1.2 Eignung Referenzen - Teilnahmewettbewerb

Zum Nachweis ihrer fachlichen und organisatorischen Eignung reichen die Bietenden eine kurze Darstellung des Unternehmens mit den wesentlichen Tätigkeitsschwerpunkten sowie mindestens zwei Referenzprojekte ein, die hinsichtlich Art, Umfang oder Komplexität mit der ausgeschriebenen Leistung vergleichbar sind und innerhalb der letzten fünf Jahre durchgeführt wurden. Die Referenzen sollen insbesondere Erfahrungen in den Bereichen Strategie- und Markenentwicklung, zielgruppenspezifische Kommunikation, Konzeption und Gestaltung analoger und digitaler Kommunikationsformate, Websites sowie der kommunikativen Begleitung von Beteiligungs-, Dialog- oder Transformationsprozessen erkennen lassen. Zu den Referenzen sind jeweils Angaben zum Auftraggeber (soweit benennbar), zum Leistungszeitraum sowie zu den wesentlichen Leistungen der Agentur zu machen. Darüber hinaus ist das für die Leistung vorgesehene Projektteam zu benennen.

6.1.3 Zuschlagskriterien - Angebotsphase

Für alle Projektmitarbeitenden sind die vorgesehenen Rollen im Projekt darzustellen sowie eine kurze Beschreibung der jeweiligen Aufgabenbereiche und fachlichen Schwerpunkte.

Mit dem Angebot ist zudem ein konzeptioneller Erstansatz im Umfang von max. 10 Seiten einzureichen, aus dem hervorgeht, wie die Bietenden die Kommunikationsbegleitung des Projekts tu! Hambach methodisch und strategisch

umsetzen würde. Der Erstansatz soll insbesondere das Verständnis der Projektziele sowie die geplante Herangehensweise an die Entwicklung der Projektidentität und Marke, die zielgruppenspezifische Kommunikation, die kommunikative Begleitung von Beteiligungs- und Veranstaltungsformaten sowie die Einbindung der Projektwebsite in die Gesamtkommunikation erläutern. Darüber hinaus ist darzustellen, wie die Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber organisatorisch gestaltet werden soll. Bewertet werden die Nachvollziehbarkeit des Vorgehens, das Projektverständnis sowie die Qualität des methodischen und strategischen Ansatzes. Zusätzlich soll ein erster, übersichtlicher Zeitplan für die Projektbearbeitung eingereicht werden. Die Ausarbeitung fertiger Gestaltungsleistungen, wie beispielsweise eines Logos, eines Corporate Designs oder eines Website-Entwurfs, wird ausdrücklich nicht erwartet.

6.3 Bewertung der Angebote

Der Zuschlag wird auf das wirtschaftlichste Angebot im Sinne des besten Preis-Leistungs-Verhältnisses erteilt. Die Bewertung der Angebote erfolgt unter prozentualer Berücksichtigung der folgenden Zuschlagskriterien:

Kriterium	**Gewichtung**
Qualität Konzept	**60%**
Projektverständnis und strategischer Ansatz	25%
Kommunikations- und Umsetzungskonzept	20%
Nachvollziehbarkeit und Qualität des Erstansatzes	15%
Organisation	**10%**
Projektorganisation und Zusammenarbeit	10%
Preis	**30%**

Nähere Informationen sind der beigefügten Bewertungsmatrix zu entnehmen.

Anlagen:

01_Hinweisblatt zum Verfahren

02_Bewerberformular

03_Eignungsmatrix

04_Leistungsbeschreibung

05_Mustervertrag

06_Leistungsverzeichnis

07_Zuschlagsmatrix

08_Eindrücke von der tu! Hambach

09_Rahmenplan Hambach