

Leistungsbeschreibung

1 Ausgangssituation

1.1 Situation des Konzessionsgebers

Die Informationsarbeit im Geschäftsbereich des Bundesministeriums der Verteidigung (BMVg) wird u.a. über Veranstaltungen, öffentlichkeitswirksame Auftritte, im Internet und über Soziale Medien in den Säulen Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Social Media und Arbeitgeberkommunikation vollzogen.

Der Arbeitgebermarke der Bundeswehr kommt bei der Personalgewinnung der Bundeswehr eine zentrale Rolle zu. Sie ist unter anderem für die zentralen Kampagnen der Nachwuchsgewinnung der Bundeswehr verantwortlich.

Aufgabe der Arbeitgebermarke ist es, die Vielzahl von militärischen und zivilen Karrieremöglichkeiten durch werbliche Maßnahmen zu transportieren.

Im Fokus steht dabei immer der verfassungsgemäße Kernauftrag der Bundeswehr: der Schutz und die Verteidigung Deutschlands. Es gilt, diese besondere Verantwortung sowie die hoch motivierte und engagierte Auftragserfüllung der Bundeswehrangehörigen darzustellen.

Teil dieser werblichen Maßnahme soll künftig u.a. auch ein Online-Shop mit vielfältigen und innovativen Werbeartikel sein. Dieser Shop soll – neben den dort angebotenen Produkten – im eigentlichen Sinne eines Merchandiseshops auf die Marke Bundeswehr einzahlen (siehe Punkt 4.2 und 4.7 dieser Leistungsbeschreibung).

1.2 Leistungsgegenstand

Mit diesem Vergabeverfahren wird die Lizenz¹ zur Herstellung und zum Vertrieb von exklusiven Produkten mit bundeswehrspezifischem Charakter (nachfolgend „Bw-Produkte“) vergeben. Durch die Ausschreibung soll ein kompetenter Konzessionsnehmer ermittelt werden, welcher eine Vertriebsstruktur für spezielle lizenzierte Bw-Produkte aufbaut und betreibt.

Folgende Leistungen sind vom Konzessionsnehmer im Rahmen der Umsetzung insbesondere zu erbringen:

- Konzeption und Entwicklung einer Vertriebsstruktur,
- Umsetzung eines Online-Shops im öffentlich zugänglichen Internet (die Domain/Webadresse wird durch den Konzessionsgeber zur Verfügung gestellt),
- Betrieb (inkl. Hosting) des Online-Shops inkl. Bereitstellung der dazugehörigen Infrastruktur,
- Konzeption und Produktion von Bw-Produkten in Abstimmung mit dem Konzessionsgeber (siehe Punkt 3),
- Vertrieb der Bw-Produkte über die jeweils festgelegten Vertriebswege (siehe Punkt 4),
- Zahlungsabwicklung für den Vertrieb der Produkte,
- Retouren- und Reklamationsmanagement im Zusammenhang mit dem Vertrieb,
- Bereitstellung von Verkaufspersonal für Sonderverkäufe,
- Pflege, Weiterentwicklung und Anpassung des Online-Shops während der Vertragslaufzeit und der Inbetriebnahme,
- Projektmanagement und Qualitätssicherungsmaßnahmen für den Vertrieb der Bw-Produkte.

¹ Die vollumfänglichen Rechte für die Wort-Bild-Marken der Arbeitgeber Kommunikation der Bundeswehr liegen bei der Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch das Bundesministerium der Verteidigung, dieses vertreten durch das Bundesamt für Ausrüstung, Informationstechnik und Nutzung der Bundeswehr, 56073 Koblenz, DE und sind beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Marken-Nummer 302019025709 gesichert.

Der Konzessionsnehmer muss die Produkte im Internet über einen Online-Shop mit der Haupt-Domain bundeswehronlineshop.de sowie den verknüpften Domains bundeswehronlineshop.com (+.org/.eu) und bundeswehr-onlineshop.com (+.org/.eu) in der deutschen und englischen Sprache anbieten. Der Zugriff auf den Online-Shop erfolgt über das öffentliche Internet mit einem marktüblichen Web-Browser.

Eine Erreichbarkeit und Nutzung des Online-Shops mit Mobilgeräten (insbesondere Smartphones und Tablets) ohne Installation einer App oder anderer Zusätze ist durch den Konzessionsnehmer zu gewährleisten, d.h. für Nutzer mobiler Endgeräte ist eine responsive Variante des Online-Shops anzubieten. Ein responsives Design des neuen Internetauftritts ist unabdingbar.

Der Konzessionsnehmer stellt die Leistungen frei von Schaden stiftender Software zur Verfügung und stellt durch regelmäßige Updates und Pflege der Website die Funktionsfähigkeit des Online-Shops jederzeit sicher.

Daneben sind die Produkte – verbunden mit dem oben genannten Online-Shop – durch den Konzessionsnehmer über geeignete Social Media Plattformen, in der deutschen und englischen Sprache anzubieten.

Der Konzessionsnehmer soll die Bw-Produkte auf folgenden weiteren Vertriebswegen verkaufen (vgl. Gliederungspunkt 4 dieser Leistungsbeschreibung):

- Warenautomaten (über mögliche Aufstellungsorte informiert der Konzessionsgeber nach Vertragsschluss),
- Verkauf während Sonderveranstaltungen deutschlandweit z.B. Tag der Bundeswehr, Tag der offenen Tür der Bundesregierung, Tag der offenen Tür (Standorte deutschlandweit).

1.3 Ziel und Zielgruppen

1.3.1 Zielsetzung des Projektes

Der Stab Informationsarbeit des BMVg beabsichtigt, erstmalig die Möglichkeit zu schaffen, offizielle Giveaways im CD der Bundeswehr für den breiten Markt käuflich erwerbbar zu machen. Ziel ist es, durch ein breites Angebot, in unterschiedlichen Preiskategorien, unter Einhaltung von festgelegten und überprüften Qualitätsstandards, die Markenwelt des Arbeitgebers Bundeswehr in der breiten Öffentlichkeit weiter zu verankern und damit die Bindung der Streitkräfte an die Gesellschaft zu festigen.

1.3.2 Zielgruppe

Zielgruppe sind alle Multiplikatoren und Interessierten sowie Mitarbeitende der Bundeswehr. Ihnen soll die Möglichkeit gegeben werden, sich mit dem Erwerb entsprechender Produkte sichtbar mit der Bundeswehr und ihrer Arbeit zu identifizieren.

1.4 Lizenzgewährung

Der Konzessionsgeber erteilt dem Konzessionsnehmer die Befugnis, nach Maßgabe der nachfolgenden Regelungen der Leistungsbeschreibung, bewegliche Sachen (Produkte) mit den Bundeswehr-Bild- und Wortmarken (im Folgenden „Vertragsmarken“) herzustellen oder herstellen zu lassen, zu vertreiben und unter Verwendung der Vertragsmarken für diese Bw-Produkte zu werben.

Es handelt sich um eine ausschließliche Lizenz. Der Konzessionsgeber wird weder selbst noch durch andere Konzessionsnehmer zum Verkauf bestimmte Produkte und/oder deren Verpackungen mit den Vertragsmarken versehen oder versehen lassen oder Dritten die Erlaubnis hierzu erteilen. Davon unberührt ist das Recht des Konzessionsgebers, Produkte (auch digitale/virtuelle) mit den Vertragsmarken herzustellen oder herstellen zu lassen, um diese im Rahmen der eigenen Öffentlichkeitsarbeit, als Gastgeschenke oder für andere dienstliche Zwecke (z. B. sog. Streuartikel) unentgeltlich an Dritte abzugeben. Der Konzessionsnehmer ist nicht berechtigt, die Lizenz an Dritte zu übertragen oder Unterlizenzen zu erteilen.

Der etwaige Markenschutz entwickelter Bw-Produkte obliegt dem Konzessionsnehmer.

2 Arbeitstreffen

2.1 Auftaktgespräch

Innerhalb der ersten zwei Wochen nach Zuschlagserteilung, wird der Konzessionsnehmer im Rahmen eines Auftaktgesprächs im BMVg in Berlin dem Konzessionsgeber ein Konzept für das Projekt „Bw-Shop“ entsprechend der in der Leistungsbeschreibung genannten Ziele und Anforderungen vorstellen und dieses mit dem Konzessionsgeber besprechen. Das eintägige Auftaktgespräch soll nicht länger als 6 Stunden dauern. Der Konzessionsnehmer fasst die Ergebnisse in einem schriftlichen Ergebnisprotokoll zusammen und stellt dieses dem Konzessionsgeber unverzüglich – mindestens innerhalb von zwei Tagen nach dem Termin – zur Gegenzeichnung zur Verfügung. Die Vorbereitung und die Durchführung des Auftaktgesprächs durch den Konzessionsnehmer sowie Reisekosten werden vom Konzessionsgeber nicht gesondert vergütet.

2.2 Regelmäßiger Jour Fixe

In einem regelmäßig stattfindenden Jour Fixe (zunächst zweiwöchentlich, nach einer dreimonatigen Einstimmungsphase in Abstimmung mit dem Konzessionsgeber quartalsweise), der digital zwischen dem Konzessionsnehmer und dem Konzessionsgeber durchgeführt werden kann (der Konzessionsgeber stellt einen Videokonferenz-Raum zur Verfügung), werden insbesondere die nachfolgenden Themen und Prozesse gemeinsam besprochen und abgestimmt:

- Der Konzessionsnehmer stellt dem Konzessionsgeber neue Produktmuster (Vorproduktionsmuster inkl. ausführlicher Produktbeschreibung) vor, die er dem Konzessionsgeber vorab auf eigene Kosten inkl. Verpackung und Kurierkosten bereits per Post zur Verfügung gestellt hat.
- Der Konzessionsnehmer informiert den Konzessionsgeber über aktuelle Entwicklungen im Rahmen des Betriebes des Online-Shops.
- Der Konzessionsnehmer informiert den Konzessionsgeber quartalsweise über die Verkaufszahlen der freigegebenen Produkte auf allen Vertriebswegen. Die

Verkaufszahlen sind dem Konzessionsgeber vom Konzessionsnehmer regelmäßig per E-Mail zu übermitteln.

- Der Konzessionsnehmer stellt dem Konzessionsgeber geplante Werbemaßnahmen vor (u.a. zu veröffentlichende Texte im Online-Shop und auf Social Media, Newsletter, Roll-ups, Poster, etc.) und bespricht die jeweiligen Maßnahmen mit dem Konzessionsgeber. Der Konzessionsgeber hat ein Veto-Recht für alle Werbemaßnahmen des Konzessionsnehmers und kann per E-Mail alle vorgestellten Werbemaßnahmen ablehnen. Gleichzeitig kann er den Konzessionsnehmer auffordern, neue Ideen für Werbemaßnahmen zu entwickeln und dem Konzessionsgeber vorab zu präsentieren. Der Konzessionsgeber erteilt die Freigabe der Werbemaßnahmen per E-Mail.
- Der Konzessionsgeber stellt geplante Veranstaltungen vor, an denen der Konzessionsnehmer teilnehmen und seine Produkte verkaufen soll.

Die Anfertigung von Protokollen über gemeinsame Arbeitstreffen obliegt dem Konzessionsnehmer. Die Protokolle sind spätestens fünf Werktage nach den jeweiligen Arbeitstreffen und sonstigen protokollierten Meetings zu erstellen und in einer finalen Form an den Konzessionsgeber per Mail zu übersenden.

3 Sortiment und Sortimentsgestaltung

Die Produktpalette ist grundsätzlich mit dem Konzessionsgeber abzustimmen. Die Produkte müssen eine dem Ansehen der Bundeswehr Rechnung tragende Qualität haben, Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigen sowie verschiedene Preissegmente abdecken.

Der Konzessionsnehmer hat bei der Produktentwicklung die Gestaltungsrichtlinien des Konzessionsgebers (Corporate Design der Bundeswehr) zu beachten. Der Konzessionsgeber stellt dem Konzessionsnehmer das Corporate-Design-Handbuch zum Einheitlichen Erscheinungsbild (Markenhandbuch) digital zur Verfügung. Das Angebot der Produkte darf lediglich aus den zwischen Konzessionsnehmer und Konzessionsgeber abgestimmten sowie genehmigten Produkten bestehen. Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, eine ausreichende Anzahl an genehmigten Produkten vorzuhalten und diese zu vertreiben. Eine Erweiterung oder Reduzierung der Produktpalette durch den Konzessionsnehmer bedarf der Einwilligung durch den Konzessionsgeber zumindest in Textform, z.B. per E-Mail.

Der Konzessionsnehmer ist verantwortlich für die mangelfreie Herstellung, Produkthaftung, Lagerung sowie den Vertrieb der Produkte auf eigene Rechnung und auf eigenes wirtschaftliches Risiko. Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich daher vor Produktions- und Vertriebsfreigabe durch den Konzessionsgeber, die nachfolgenden Prozesse grundsätzlich einzuhalten:

a) Produktionsfreigabe

Der Konzessionsnehmer stellt dem Konzessionsgeber neue Produktmuster (Vorproduktionsmuster inkl. ausführlicher Produktbeschreibung) vor. Sofern das vom Konzessionsnehmer vorgeschlagene Produktmuster den Anforderungen entspricht, erteilt der Konzessionsgeber innerhalb von zwei Wochen nach Erhalt der physischen Produktmuster die Produktfreigabe. Die finale Produktfreigabe erfolgt durch den Konzessionsgeber.

Sind Produkte vom Konzessionsgeber freigegeben worden, so teilt der Konzessionsnehmer dem Konzessionsgeber innerhalb von 10 Werktagen nach Freigabeerteilung per E-Mail die folgenden Angaben mit:

- Stückzahl der einzukaufenden Produkte,
- Produzent dieser Produkte (mindestens Name, Adresse, Hauptsitz des Unternehmens),
- Einkaufspreis (Preisangabe in netto und brutto) sowie den
- geplanten Verkaufspreis (Preisangabe in netto und brutto).

b) Vertriebsfreigabe

Nur nach vollständiger Übermittlung der geforderten Angaben, erteilt der Konzessionsgeber dem Konzessionsnehmer eine Vertriebsfreigabe für das zuvor freigegebene Produkt. Nach der Vertriebsfreigabe trägt der Konzessionsnehmer dafür Sorge, dass die freigegebenen Produkte unverzüglich nach Lieferung des Produzenten im Online-Shop, sowie eine Auswahl in Warenautomaten zum Verkauf angeboten werden. Spätestens zwei Werktage nach der Produkteinstellung im Online-Shop hat der Konzessionsnehmer den Konzessionsgeber per E-Mail über die Einstellung zu informieren.

c) Ablehnung von Produktmustern

Der Konzessionsgeber kann die Vertriebsfreigabe nur einseitig verweigern, wenn das vorgeschlagene Produkt bzw. Produktmuster nicht den Vorgaben der Leistungsbeschreibung (inkl. der Anlage „Produktblatt“) entspricht oder der Vertrieb des Produktes berechtigten Interessen des Konzessionsgebers zuwiderlaufen würden. In diesem Fall darf der Konzessionsnehmer das Produkt nicht auf dem Markt vertreiben. Lehnt der Konzessionsgeber ein Produktmuster aus reinem Nichtgefallen ab, so fordert er den Konzessionsnehmer unverzüglich per E-Mail dazu auf, zeitnah – mindestens aber innerhalb von vier Wochen nach Ablehnung – ein neues Produktmuster (z.B. mit verbesserter Qualität, Farbigkeit, etc.) dem Konzessionsgeber zur Verfügung zu stellen. Konzessionsgeber und Konzessionsnehmer verpflichten sich in diesem Fall, eine einvernehmliche, den Interessen beider Seiten entsprechende Entscheidung zu dem vorgeschlagenen Produkt zu treffen. Sollte dies nicht gelingen, entscheidet der Konzessionsnehmer nach billigem Ermessen gemäß § 315 BGB.

Sowohl der Ablehnungs- als auch der Freigabeprozess zu den jeweiligen Produktmustern ist vom Konzessionsnehmer schriftlich in einem Ergebnisprotokoll festzuhalten. Das Ergebnisprotokoll ist anschließend – mindestens innerhalb von fünf Werktagen nach Ablehnung oder Freigabe des Produktmusters – dem Konzessionsgeber per E-Mail zur Verfügung zu stellen.

d) Regelmäßige Anpassung des Sortiments

Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich, während der Vertragslaufzeit regelmäßig das Sortiment auf Aktualität zu prüfen und neue Produkte in den Jour Fixes vorzustellen. Der Konzessionsgeber wird Produktneuheiten in Zusammenarbeit mit dem Konzessionsnehmer besprechen. Bei Ablehnung der Produktneuheiten ist der Konzessionsnehmer dazu verpflichtet, neue Vorschläge zur Sortimentserweiterung zu machen. Diesbezüglich sind sämtliche Schritte im Zusammenhang mit der Produkt- und Vertriebsfreigabe vom Konzessionsnehmer zu berücksichtigen. In den gemeinsamen Jour Fixes stellt der Konzessionsnehmer dem Konzessionsgeber die Bestseller-Produkte vor und weist gleichzeitig auf Produkte hin, die nicht gekauft werden (Renner-Penner-Analyse). Diese sollen in Abstimmung mit dem Konzessionsgeber dann mit Rabatt-Maßnahmen aus dem Sortiment genommen werden. Neue Produkte sind durch entsprechende Werbemaßnahmen zu bewerben.

Darüber hinaus schlägt der Konzessionsgeber dem Konzessionsnehmer weitere Produkte vor, die durch den Konzessionsnehmer ins Sortiment aufgenommen und über die jeweiligen Vertriebswege vertrieben werden sollen. Sofern der Konzessionsnehmer die Vorschläge des Konzessionsgebers ablehnt (z.B. aufgrund von Wirtschaftlichkeit, Verfügbarkeit, Erfahrungswerte etc.), sind die Gründe für die Ablehnung dem Konzessionsgeber ausführlich und nachvollziehbar zu erläutern. In diesem Zusammenhang besteht für den Konzessionsnehmer die Möglichkeit, Ideen und Vorschläge für weitere Artikel einzubringen, welche die Wirtschaftlichkeit und somit die Attraktivität des Online-Shops optimieren.

Weitere Prozessschritte und Vertriebswege können zwischen dem Konzessionsgeber und dem Konzessionsnehmer abgestimmt und festgelegt werden.

3.1 Produkte (Sortiment)

Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich auf allen Vertriebswegen (z.B. Online-Shop, Social Media und Warenautomaten) folgende einheitlichen Preissegmente mit den freigegebenen Produkten abzudecken, wobei jedoch der Schwerpunkt bei Produkten bis 25 Euro liegen sollte:

- Produkte bis 10 Euro (Streuartikel, wie z.B. Kugelschreiber, Lanyard),
- Produkte bis 25 Euro (Streuartikel, wie z.B. Tassen, Flaschen, T-Shirt),
- Produkte bis 50 Euro,
- Produkte über 50 Euro bis 100 Euro.

Weitere Preissegmente können zwischen dem Konzessionsgeber und dem Konzessionsnehmer abgestimmt und festgelegt werden. Die korrekte Preisauszeichnung auf den jeweiligen Vertriebswegen liegt vollumfänglich in der Verantwortung des Konzessionsnehmers, d.h. falsche Preisauszeichnungen gehen grundsätzlich zu Lasten des Konzessionsnehmers.

Der Konzessionsnehmer hat dafür Sorge zu tragen, dass sich die Kalkulation des beabsichtigten Verkaufspreises an den marktüblichen Gegebenheiten für vergleichbare Produkte orientiert und kein auffälliges Missverhältnis entsteht. Der Konzessionsgeber hat bei Bestehen eines auffälligen Missverhältnisses das Recht, den Konzessionsnehmer schriftlich abzumahnern und einen marktgerechten Verkaufspreis für das jeweilige Produkt einzufordern, um Schaden vom Konzessionsgeber abzuwenden. Nimmt der Konzessionsnehmer eine Preisanpassung nicht innerhalb von 10 Werktagen nach erfolgter Abmahnung vor, folgt eine zweite schriftliche Abmahnung durch den Konzessionsgeber. Sollte der Konzessionsnehmer eine Preisanpassung auch nach der zweiten Abmahnung nicht innerhalb der im Schreiben gesetzten Frist vornehmen, hat der Konzessionsgeber das Recht, den Vertrag mit dem Konzessionsnehmer außerordentlich, ohne die Einhaltung einer Frist zu kündigen und ein sofortiges Verkaufs- und Vertriebsverbot der Bw-Produkte gegenüber dem Konzessionsnehmer auszusprechen. Die Nutzung der Domains bundeswehronlineshop.de (+.com/.org/.eu) und bundeswehr-onlineshop.com (+.org/.eu), sowie der Verkauf über Warenautomaten werden durch den Konzessionsgeber daraufhin untersagt.

Folgende Produkte sind vom Konzessionsnehmer bei Veröffentlichung des Online-Shops verpflichtend in das Sortiment aufzunehmen:

- Sportkameraden-Shirts,
- College-Jacke,
- Duschhandtuch,
- Kaffeebecher,
- Socken

Allgemeine Anforderungen an die Produktkategorie Textilien:

- Konfektion der Textilien:
 - Die Textilien müssen fachgerecht konfektioniert sein, so dass ein optimales Erscheinungsbild gegeben ist.
 - Die Oberflächenstruktur des Materials muss unbeschädigt, fehlerfrei und sauber sein.
 - Das Warenbild des Materials muss beidseitig gleichmäßig, geschlossen (z.B. nicht rissig, ohne Lochbildung, ohne Webfehler, fehlerfrei) und streifenfrei sein. Der Oberstoff muss im Griff weich, schmiegsam und fließend sein. Er darf nicht knitterig, wellig, steif oder kratzig sein.
 - Es darf nicht fleckig und nicht streifig sein. Der Farbton muss bei natürlichem und künstlichem Licht gleich sein.
 - Diese Artikel müssen ohne Garnverdickungen, Schmutzstellen, Stopf- und Repassierstellen sein. Die Nähte dürfen nicht ausgedehnt oder kräuselnd sein.
 - Die Maßänderung der Ware darf nach fünf Wäschen $\pm 2,5$ % bei Geweben und $\pm 3,5$ % bei Maschenwaren betragen.
- Farbe:
 - Die Färbung der Artikel muss gleichmäßig und streifenfrei sein.

- Farbe: in Zusammenarbeit mit dem Konzessionsgeber zu erarbeiten.
- Nähmittel:
 - Alle verwendeten Nähmittel müssen wasch- und reinigungsbeständig sein.
 - Der Farbton muss passend zum Obermaterial gewählt werden.
- Kennzeichnung:
 - Jeder Artikel in der Produktkategorie Textilien ist mit der Bezeichnung, der Materialzusammensetzung und den jeweiligen Pflegesymbolen zu kennzeichnen.
 - Der Konzessionsgeber ist zusätzlich verpflichtet, in allen Bw-Textilien folgenden Hinweis einzunähen bzw. langlebig eingedruckt:

Der Hinweis kann auf dem Pflegeetikett vermerkt werden. Bw-Textilien, die diesen Hinweis nicht enthalten, dürfen nicht über die jeweiligen Vertriebswege verkauft werden.

3.2 Produktkennzeichnung

Die Kennzeichnungen, wie nachfolgend aufgeführt, sind je Artikel durch den Konzessionsnehmer zu berücksichtigen:

a) Kennzeichnung gemäß Produktsicherheitsgesetz

Die Kennzeichnung der Produkte gemäß Produktsicherheitsgesetz in der jeweils geltenden Fassung darf nicht über das unbedingt notwendige Maß hinausgehen - grundsätzlich Angabe des Herstellers und dessen Kontaktanschrift oder, sofern dieser nicht im Europäischen Wirtschaftsraum ansässig ist, den Namen und die Kontaktanschrift des Bevollmächtigten oder des Einführers, vgl. § 6 Abs. 1 Satz 2 des Produktsicherheitsgesetzes, wo möglich mit ablösbarem Aufkleber/Etikett, kennzeichenbarer Umverpackung o.ä. Insbesondere ist sicherzustellen, dass die Kennzeichnung keinen Werbecharakter hat. Die konkreten Anforderungen und die tatsächliche Umsetzung werden nach Zuschlagserteilung mit dem Konzessionsgeber abgestimmt.

b) Textilkennzeichnungsverordnung der Europäischen Union (Nr. 1007/2011)

c) Herstellerkennung am Artikel:

Die Herstellerkennung am Artikel muss so unauffällig wie möglich sein.

d) Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich, im Online-Shop eine Anzeige (Anzahl der Produkte im Lager) über die Verfügbarkeit eines Produkts einzubauen.

4 Vertrieb

Der Konzessionsgeber stellt dem Konzessionsnehmer folgende Domains für die Internetseite für die Vertragsdauer kostenlos zur Verfügung, sie verbleiben aber im Eigentum des Konzessionsgebers:

Domains:

bundeswehronlineshop.de (+.com/.org/.eu) und **bundeswehr-onlineshop** (+.com/.org/.eu)

Der Konzessionsgeber stellt dem Konzessionsnehmer die folgenden E-Mail-Adressen für die Vertragsdauer kostenlos zur Verfügung, verbleiben aber im Eigentum des Konzessionsgebers:

- per E-Mail an kontakt@ bundeswehronlineshop.de
- Kommunikation zu Bestellungen über bestellung@ bundeswehronlineshop.de

Der Konzessionsnehmer hat einen Kundenservice in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung zu stellen, der an Werktagen telefonisch erreichbar ist. Anfragen per E-Mail sind ab Zugang der Kontaktanfrage an Werktagen innerhalb von 48 Stunden zu beantworten.

Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich, auf der Seite des Online-Shops und auf dem Instagram-Profil in der Beschreibung folgenden Hinweis in Deutsch und Englisch zu veröffentlichen:

„Das Design der Arbeitgebermarke Bundeswehr und das Bundeswehr-Logo sind eingetragene Warenzeichen des Bundesministeriums der Verteidigung in Berlin. Die Bundeswehr ist nicht für den Betrieb, einschließlich der Produktion und des Vertriebs von Produkten,

verantwortlich und lehnt jegliche Haftung ab. Die Bundeswehr erhält vom Bw-Shop keine finanzielle Gegenleistung.“

"The design of the employer brand and the Bundeswehr logo is a registered trademark of the Federal Ministry of Defence, based in Berlin. The Bundeswehr assumes no responsibility for the business operations, including product creation and distribution, and disclaims all liability. The Bundeswehr receives no financial benefit from the Bw-shop."

Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, die freigegebenen Produkte insbesondere auf den folgenden Vertriebswegen zu vertreiben.

4.1 Vertrieb in einem Online Shop

Der Vertrieb der Bw-Produkte erfolgt über einen vom Konzessionsnehmer dafür eingerichteten, nach den CD-Richtlinien der Bundeswehr gestalteten Online-Shop (erstellt z.B. mit der Software „Shopify“ oder einer gleichwertigen Software). Der Online-Shop ist ausschließlich für den Verkauf von Bw-Produkten zu verwenden, die durch den Konzessionsgeber freigegeben worden sind.

Die Domain bundeswehronlineshop.de befindet sich im Besitz des Konzessionsgebers und wird dem Konzessionsnehmer für die Vertragsdauer kostenfrei zur Verfügung gestellt. Die weiteren Domains bundeswehronlineshop.com (+.org/.eu) und bundeswehr-onlineshop.com (+/.org/.eu) befinden sich im Besitz des Konzessionsgebers und leiten automatisch auf die oben genannte Hauptdomain weiter.

Das Shop-Hosting (Infrastruktur für die Veröffentlichung des Online-Shops im Internet auf einem Server in Deutschland (SSL-Zertifikat ist verpflichtend, Datenverarbeitung ist verpflichtend DSGVO-konform zu gestalten) liegt in der Verantwortung und gehört zu den Aufgaben des Konzessionsnehmers.

Zur Berücksichtigung und Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung (kurz: DSGVO) muss durch den Konzessionsnehmer im Online-Shop eine Datenschutzerklärung in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form zur Verfügung gestellt werden. Datenschutz und Datensicherheit sind in Bezug auf die Nutzung und den Zugangsweg zum Online-Shop nach dem aktuellsten Stand der DSGVO zu

gewährleisten. Der Online-Shop ist durch angemessene und geeignete technisch-organisatorische Maßnahmen zu schützen. Diese Maßnahmen sind regelmäßig an den aktuellen Stand der Technik anzupassen.

Alle vom Konzessionsnehmer entwickelten oder angepassten Komponenten, die im Zusammenhang mit dem Online-Shop stehen, müssen insbesondere die nachstehenden gültigen Richtlinien berücksichtigen:

- BSI-Standards für Webanwendungen
- BSI Standards für Web-Entwicklung BSI-Standards für den "elektronischen Zahlungsverkehr"
- Schutz vor Manipulation von digitalen Grundaufzeichnungen

Die Richtlinien des BSI können im Internet eingesehen werden unter:

https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/Unternehmen-und-Organisationen/Informationen-und-Empfehlungen/Empfehlungen-nach-Angriffszielen/Webanwendungen/webanwendungen_node.html

https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/Unternehmen-und-Organisationen/Standards-und-Zertifizierung/Elektronischer-Zahlungsverkehr/elektronischer-zahlungsverkehr_node.html

https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/Unternehmen-und-Organisationen/Standards-und-Zertifizierung/Schutz-vor-Manipulation-an-digitalen-Grundaufzeichnungen/schutz-vor-manipulation-an-digitalen-grundaufzeichnungen_node.html

Die Einhaltung der Richtlinien kann durch den Konzessionsgeber überprüft werden. Der Konzessionsgeber informiert den Konzessionsnehmer mit ausreichendem zeitlichem Vorlauf über die beabsichtigte Überprüfung.

Der Online-Shop wird durch den Konzessionsnehmer in enger Zusammenarbeit mit dem Konzessionsgeber konzipiert und programmiert. Zugleich stellt der Konzessionsnehmer dem Konzessionsgeber das finale Design der Internetseite vor und der Konzessionsgeber gibt dies

per E-Mail frei. Vor Veröffentlichung des Online-Shops stellt der Konzessionsnehmer dem Konzessionsgeber den Fortschritt des Aufbaus und der Bestellungen der Werbemittel in den regelmäßigen Jour Fixe vor.

In Bezug auf die Präsentation der Produkte ist durch den Konzessionsnehmer eine qualitativ hochwertige sowie professionelle Inszenierung der jeweiligen Produkte (Werbefotografie) mit Hilfe von Fotos und Videos (vornehmlich mit professionellen Models, keine Amateurfotos und -videos (z.B. mit mobilen Endgeräten)) zu gewährleisten, die vorrangig werblich eingesetzt werden sollen und vom Konzessionsgeber freigegeben werden müssen.

Der Online-Shop ist in deutscher sowie englischer Sprache zu erstellen und im Internet zu veröffentlichen. Die Übersetzung sämtlicher Texte obliegt dem Konzessionsnehmer. Die Erstellung von Produktbeschreibungen für das jeweilige Bw-Produkt gehört zum Aufgabengebiet des Konzessionsnehmers. Die jeweiligen Produktbeschreibungen müssen den aktuellen rechtlichen Anforderungen entsprechen. Zudem sind sämtliche Produkte auch in deutscher und englischer Sprache zu beschreiben. Die dazugehörigen Übersetzungsleistungen, d.h. die rechtlich korrekten Übersetzungen, werden durch den Konzessionsnehmer vorgenommen und liegen grundsätzlich in dessen Verantwortung.

Die Verfügbarkeit des Online-Shops ist durchgehend sicherzustellen. Der Konzessionsnehmer hat zu gewährleisten, dass der Online-Shop 24 Stunden an sieben Tagen pro Woche im Internet erreichbar ist (Belastbare Uptime-/Response-Ziel ($\geq 95\%$ /Monat; P1-Reaktion/Behebung)) sodass Online-Bestellungen möglich sind.

Ein schnelles Navigieren innerhalb des Online-Shops ist durch den Konzessionsnehmer sicherzustellen. Die Seitenaufrufdauer muss der im Internet üblichen Dauer entsprechen und ein flüssiges Navigieren mit dem Seiten-Content erlauben. Soweit während des Betriebs des Online-Shops Verzögerungen durch das Laden entstehen, die die Seitenaufrufdauer über die im Internet übliche Dauer überschreiten und ein flüssiges Navigieren mit dem Seiten-Content des Online-Shops nicht erlauben, sind diese durch den Konzessionsnehmer schnellstmöglich zu analysieren, Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen und im Rahmen der Pflege zu implementieren. Temporäre Ausfälle (über 24 Stunden) der Internetseite sind dem Konzessionsgeber durch den Konzessionsnehmer jederzeit per E-Mail anzuzeigen und Lösungsvorschläge vorzustellen.

Vor dem Go-Live/Roll-out des Online-Shops wird der Konzessionsnehmer eine Abstimmungsbesprechung mit dem Konzessionsgeber durchführen und ihm sein Konzept vorstellen. Der Konzessionsnehmer stellt dem Konzessionsgeber eine Passwort-geschützte Testseite für mindestens 10 Werktage zur Verfügung, die vom Konzessionsgeber ausführlich getestet wird. Bei Anmerkungen des Konzessionsgebers ist der Konzessionsnehmer verpflichtet, diese Punkte vollumfänglich umzusetzen. Erst nach einer Freigabe per E-Mail durch den Konzessionsgeber kann der Konzessionsnehmer mit seiner Internetseite online gehen. Der Konzessionsnehmer weist nach, dass alle Funktionalitäten des Online-Shops mängelfrei umgesetzt sind. Des Weiteren muss die stabile Lauffähigkeit des Online-Shops im Internet nachgewiesen werden. Der Konzessionsnehmer wird den Konzessionsgeber bei der Vorbereitung und Durchführung der Funktionsprüfung in angemessenem Umfang unterstützen.

Nach Freigabe des Online-Shops durch den Konzessionsgeber per E-Mail wird der Online-Shop spätestens 6 Monate nach Vertragsschluss durch den Konzessionsnehmer mit dem Vertrieb von mindestens 10 Produkten online gestellt und veröffentlicht.

Um die Funktionalität der Online-Shops zu verbessern oder die Leistungen dem Stand der Technik anzupassen, kann der Konzessionsnehmer die Leistungen nach Vertragsbeginn mit Zustimmung des Konzessionsgebers anpassen. Eine solche Änderung darf aber nicht dazu führen, dass die ursprünglich vereinbarten Funktionalitäten nicht mehr zur Verfügung stehen oder ursprünglich vereinbarte Anforderungen nur noch wesentlich eingeschränkt erfüllt werden. Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, den Konzessionsgeber zur Vermeidung von Inkompatibilitäten, Unterbrechungen und sonstigen Störungen rechtzeitig per E-Mail über die Absicht von technischen Anpassungen im Online-Shop zu unterrichten.

4.2 Vertrieb in den sozialen Medien (Social Media (SoMe))

Zusätzlich soll der Vertrieb der Bw-Produkte, über nach den CD-Richtlinien der Bundeswehr gestaltete Profil-Seiten, in den sozialen Netzwerken erfolgen. Der Online-Shop in den sozialen Netzwerken ist ausschließlich für den Verkauf von Bw-Produkten zu verwenden, die durch den Konzessionsgeber freigegeben worden sind.

Hierfür eingerichtete Konten gehen nach Ablauf der Lizenzvereinbarung kostenfrei in den Besitz des Konzessionsgebers über.

Die SoMe-Seiten werden durch den Konzessionsnehmer in Zusammenarbeit mit dem Konzessionsgeber konzipiert und aufgebaut. Nach Freigabe durch den Konzessionsgeber werden die Seiten in den sozialen Netzwerken online gestellt. Die SoMe-Shops (z.B. Instagram, TikTok) müssen, in Abstimmung mit dem Konzessionsgeber, entsprechend den Corporate-Design-Richtlinien der Bundeswehr gestaltet werden.

Das Social-Media-Management inkl. täglicher Überprüfung der SoMe Profile liegt in der Verantwortung des Konzessionsnehmers. Der Konzessionsnehmer ist zudem verpflichtet, die fortwährende Betreuung der Community und auch insbesondere die Kommunikation mit potenziellen und bestehenden Kundinnen und Kunden über die SoMe-Profile selbstständig zu managen (Community-Management). Der Konzessionsnehmer erarbeitet dafür unter Berücksichtigung von Sprachregelungen und Tonalitäten einen Leitfaden für die Beantwortung der Kundenmails, der vom Konzessionsgeber freigegeben werden muss.

Zugleich verpflichtet sich der Konzessionsnehmer, mit der Social-Media-Redaktion des Konzessionsgebers eng zusammenzuarbeiten, d.h. Marketingaktionen werden dem Konzessionsgeber vor Ausführung per E-Mail vorgestellt und vom Konzessionsgeber per E-Mail freigegeben. Posts und Stories (Content-Management) sind mit ansprechenden professionellen Produktfotos in natürlicher Umgebung (z.B. Tassen auf dem Schreibtisch/Shirts an Personen) zu veröffentlichen. Dieser Content ist in deutscher und englischer Sprache zu verfassen und muss ein sprachlich bzw. grammatikalisch einwandfreies Niveau aufweisen. Neue Posts und Stories werden mit der Social-Media-Redaktion des Konzessionsgebers abgestimmt und vom Konzessionsgeber per E-Mail freigegeben, dabei sind ggf. redaktionelle Änderungswünsche des Konzessionsgebers vom Konzessionsnehmer zu berücksichtigen.

In Bezug auf die Präsentation der Produkte auf den SoMe Profilen ist durch den Konzessionsnehmer eine qualitativ hochwertige sowie professionelle Inszenierung der jeweiligen Produkte (Werbefotografie) mit Hilfe von Fotos und Videos (vornehmlich mit professionellen Models, keine Amateurfotos und -videos (z.B. mit mobilen Endgeräten)) zu gewährleisten, die vorrangig werblich eingesetzt werden sollen und vom Konzessionsgeber freigegeben werden müssen.

Die Übersetzung sämtlicher Texte obliegt dem Konzessionsnehmer. Die Erstellung von Produktbeschreibungen für das jeweilige Bw-Produkt gehört zum Aufgabengebiet des Konzessionsnehmers. Die jeweiligen Produktbeschreibungen müssen den aktuellen rechtlichen Anforderungen entsprechen. Zudem sind sämtliche Produkte auch in deutscher und englischer Sprache zu beschreiben. Die dazugehörigen Übersetzungsleistungen, d.h. die rechtlich korrekten Übersetzungen, werden durch den Konzessionsnehmer vorgenommen und liegen grundsätzlich in dessen Verantwortung.

4.3 Vertrieb vor Ort

a) Verkauf an Orten gem. Absprache:

Der Konzessionsnehmer erhält in Absprache und unter Maßgabe der Sicherheitsvorschriften der Bundeswehr die Möglichkeit, Warenautomaten in Dienststellen der Bundeswehr aufzustellen, insofern darüber ausschließlich Bw-Produkte dieser Konzessionsvereinbarung vertrieben werden. Die regelmäßige Wartung der Warenautomaten übernimmt der Konzessionsnehmer. Darüber hinaus werden bei Bedarf Reparaturen oder Instandsetzungen vom Konzessionsnehmer durchgeführt. Die Auswahl der Bw-Produkte für die Warenautomaten liegt in Verantwortung des Konzessionsnehmers. Der Konzessionsnehmer befüllt die Warenautomaten eigenverantwortlich. Die Erreichbarkeit des Konzessionsnehmers ist im Falle von Störung oder geringem Füllstand mit dem verantwortlichen Personal vor Ort abzustimmen.

Zahlungen am Warenautomaten sind ausschließlich digital mit allen Giro- / Debit-Karten sowie gewünschte Kreditkarten (z.B. Mastercard und Visa) möglich. Zudem sind Zahlungen mit dem Smartphone via Google Pay, Apple Pay oder ähnlichem möglich (vgl. Anlage 01). Der Konzessionsnehmer verwaltet sämtliche Zahlungen und Transaktionen in eigener Verantwortung; der Konzessionsgeber ist hier in die Zahlungsabwicklung nicht involviert.

Im Zusammenhang mit Werbemaßnahmen stellt der Konzessionsnehmer Materialien nach den Corporate-Design-Richtlinien der Bundeswehr zur Bewerbung der Produkte bereit. Der Konzessionsgeber muss diese Werbemaßnahmen vorab per E-Mail freigeben.

b) Verkauf bei Sonderveranstaltungen

Der Konzessionsnehmer muss an öffentlichen Veranstaltungen der Bundeswehr (Bsp. Tag der Bundeswehr, Tag der offenen Tür Standorte) und beim jährlichen Tag der offenen Tür der Bundesregierung im Bundesministerium der Verteidigung mit eigenem Personal und auf eigene Kosten teilnehmen und die mit dem Konzessionsgeber vorab per E-Mail festgelegten Produkte vor Ort verkaufen. Der Konzessionsgeber teilt dem Konzessionsnehmer spätestens 20 Werktage (4 Wochen) vorher per E-Mail mit, dass eine Veranstaltung mit erbetener Beteiligung geplant ist. Der Konzessionsnehmer wird auf von ihm gestellten Mobiliar (z.B. Tresen) die vom Konzessionsgeber mit ihm vereinbarten Produkte eigenständig mit von dem Konzessionsnehmer gestellten Personal verkaufen. Das Mobiliar muss mit Konzessionsgeber abgestimmt und vorab per Mail freigegeben werden. Eine ansprechende und professionelle Warenpräsentation ist durch den Konzessionsnehmer stets zu gewährleisten.

Das vom Konzessionsnehmer eingesetzte Verkaufspersonal darf keine Staatsangehörigkeit der Staatenliste gem. BMI (im Sinne von § 13 Absatz 1 Nummer 17 Sicherheitsüberprüfungsgesetz) besitzen (s. Anlage zu dieser Leistungsbeschreibung). Der Konzessionsgeber hat in begründeten Fällen das Recht, das Verkaufspersonal abzulehnen. In solchen Fällen schlägt der Konzessionsnehmer weiteres Personal für den Sonderverkauf vor.

Das Verkaufspersonal muss grundsätzlich einen gepflegten Eindruck aufweisen und dem Ort entsprechend professionell gekleidet sein.

Der Konzessionsnehmer ist während der Sonderveranstaltungen vollumfänglich für die Zahlungsabwicklung verantwortlich und berücksichtigt dabei auch die technische Ausstattung zur Durchführung von Zahlungen. Hierfür stellt der Konzessionsnehmer ein Tablet und ein digitales Kartenlesegerät mit Drucker für Zahlungsbelege (z.B. mit der Firma „Sumup“ oder einer gleichwertigen Firma) zur Verfügung. Zahlungen erfolgen ausschließlich digital mit Debitkarte, Kreditkarte (Visa/Mastercard/American Express), Apple Pay, Amazon Pay, Google Pay.

Sofern während dieser Sonderveranstaltungen Werbemaßnahmen geplant sind, stellt der Konzessionsnehmer Materialien in den CD-Richtlinien der Bundeswehr zur Bewerbung der Produkte bereit (analog: z.B. Roll-ups / digital: z.B. Grafiken für Videopräsentationen auf LED-Screens). Der Konzessionsgeber muss diese Werbematerialien vorab freigeben.

4.4 Versand

Der Versand von Online-Bestellungen liegt vollumfänglich in der Verantwortung des Konzessionsnehmers und ist von diesem durchzuführen.

Versandpakete sind auf der Oberseite in der rechten Ecke mit dem Logo des Bw-Shops sowie den Kontaktdaten des Konzessionsnehmers (bundeswehronlineshop.de, Firmenname, Anschrift, Telefonnummer, E-Mailadresse) zu versehen. Bei sensiblen Transportgütern ist stets prominent ein Warnetikett „*Vorsicht zerbrechlich! Handle with care*“ in deutscher und englischer Sprache in der Schriftfarbe Rot anzubringen.

Die Verwendung von nachhaltigem und ggf. Recycling-Kartonpapier ist verpflichtend (keine Verwendung von Kunststofffolien, vornehmlich mit Graspapier oder ähnlichem einwickeln und vor Transportschäden schützen).

Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich mit dem Ziel der weiteren Kundenbindung, im Karton ein personalisiertes, kurzes Anschreiben (maschinell geschrieben mit Namen der Käuferin/des Käufers) einzulegen. Das finale Layout mitsamt Text ist vorab mit dem Konzessionsgeber abzustimmen und nach Freigabe per E-Mail durch den Konzessionsnehmer zu verwenden. Eine Beilegung von anderweitiger Werbung für andere Firmen und Produkte ist nicht gestattet.

Der Versand der Produkte erfolgt nur mit Firmen, die klimafreundliche Versandmöglichkeiten anbieten (mit Elektrofahrzeugen, CO₂-neutral, z.B. mit DHL GoGreen). Folgende Lieferzeiten bei Lagerware ab Bestelleingang sind einzuhalten:

- in Deutschland innerhalb von 5 Werktagen,
- in der EU innerhalb von 10 Werktagen,
- in die USA innerhalb von 15 Werktagen.

Die Lieferungen der Bw-Artikel erfolgen einschließlich Verpackung auf Kosten und Gefahr des Konzessionsnehmers. Für Lieferungen an Adressen außerhalb der Bundesrepublik Deutschland ist der Konzessionsnehmer berechtigt, dem jeweiligen Kunden zusätzlich marktübliche Versandkosten in Rechnung zu stellen. Für die Lieferungen sind stabile Verpackungen (z.B. Kartonagen) zu wählen, so dass die versendeten Artikel während des Versands gegen Beschädigungen geschützt sind. Aus Gründen der Nachhaltigkeit ist darauf zu achten, auch nachwachsende Rohstoffe (wie z.B. Kartons aus Grasfaser) beim Versand zu verwenden. Die bestellten Bw-Artikel sind, je nach Artikel, handelsüblich und transportsicher in dafür geeignete Verpackungen zu verpacken. Die Größe der Verpackungen muss der zu verpackenden Menge entsprechen.

Kunststoffe als Verpackungshilfen sind aus ökologischen Gründen auf ein absolut notwendiges Minimum zu begrenzen oder wenn möglich, durch andere umweltfreundliche (verrottbar, geringer CO₂-Ausstoß in der Fertigung) Alternativen zu ersetzen. Auf unnötige Verpackungen wie zusätzlichen Folien, Kartons, Klebeband etc. ist wo immer möglich zu verzichten. Der Verpackungsaufwand soll insgesamt auf ein zwingend notwendiges Minimum unter Berücksichtigung aller vorstehend genannter Vorgaben reduziert sein.

4.5 Retouren- und Reklamationsmanagement

Der Konzessionsnehmer ist vollumfänglich und eigenständig für das Retouren-Management inkl. Reklamationsbearbeitung/Beschwerdemanagement verantwortlich. Der Konzessionsnehmer nimmt unter Beachtung der gültigen Verbraucherschutzrechtlichen Vorgaben defekte bzw. beschädigte Produkte zurück und ersetzt diese mit Neuware für den jeweiligen Endkunden. Für Online-Bestellungen ist ein 14-tägiges Widerrufsrecht einzuräumen. Zugleich entwickelt der Konzessionsnehmer ein kundenorientiertes Konzept, um den Widerruf eines Kaufvertrages zu erleichtern, indem er Retourscheine oder Widerrufsformulare online anbietet oder diese den jeweiligen Bestellungen (Sendungen) beilegt. Der Konzessionsnehmer legt dem Konzessionsgeber vor Veröffentlichung des Online-Shops ein Konzept zur Zahlungsabwicklung bei Widerruf vor, dass vom Konzessionsgeber per E-Mail freigegeben wird.

4.6 Zahlungsmöglichkeiten

Der Konzessionsnehmer bietet über die Online-Vertriebswege insbesondere folgende Zahlungsmöglichkeiten an:

- Kreditkarte (z. B. Visa, Mastercard, American Express),
- SOFORT Überweisung,
- Klarna,
- Paypal,
- Apple Pay,
- Amazon Pay,
- Google Pay.

Darüber hinaus bietet der Konzessionsnehmer die Möglichkeit an, Wert-Gutscheine in 10-Euro-, 25-Euro-, 50-Euro-, 100-Euro- und ggf. auch in individuellen Schritten zu erwerben (Geschenkgutscheine). Die Gutscheine sind vom Konzessionsnehmer dem Konzessionsgeber vorzulegen und vom Konzessionsgeber per E-Mail freizugeben.

Als weitere Möglichkeit kann der Konzessionsnehmer Rabattcodes (mind. 10 % Rabatt auf Bruttoverkaufspreis) in regelmäßigen Abständen zu besonderen Anlässen (mindestens sechsmal im Jahr: z. B. Weihnachten, Neujahr, Bw-Gründungstag am 12. November, Sommeranfang, etc.) anbieten, auch zum Abverkauf von bestimmten Produkten. Diese Aktionen sind grundsätzlich mit dem Konzessionsgeber abzustimmen und von ihm freizugeben.

4.7 Werbung

Der Konzessionsnehmer ist berechtigt, auf die Exklusivität seines Produktangebots offline und online hinzuweisen. Art und Umfang der Werbung dürfen das Ansehen der Bundeswehr nicht schädigen. Die Werbemaßnahmen sind grundsätzlich mit dem Konzessionsgeber abzustimmen und vom Konzessionsgeber freizugeben.

Der Konzessionsgeber erteilt dem Konzessionsnehmer die Befugnis, die Website unter der Domain bundeswehronlineshop.de, den Newsletter sowie Flyer/Publikationen zur

Bewerbung der Produkte mit den Vertragsmarken zu versehen, solange ein eindeutiger Zusammenhang zu den Produkten besteht.

Im Zusammenhang mit sämtlichen redaktionellen Leistungen des Konzessionsnehmers gilt hinsichtlich des geschlechtergerechten Sprachgebrauchs das Regelwerk zur deutschen Rechtschreibung. Eine geschlechtergerechte Sprache wird insbesondere durch Doppelnennungen und Ersatzformen gewährleistet. Genderstern, Binnen-I, Unterstrich und Doppelpunkt sind als Schreibweisen nicht zulässig.

Innerhalb von Werbemaßnahmen bedarf es einer regelmäßigen Dokumentation und Analyse der Wirkung der umgesetzten Maßnahmen. Dazu analysiert der Konzessionsnehmer durchgeführte Werbemaßnahmen und erstellt einen kurzen monatlichen Bericht für den Konzessionsgeber, in welchem die Werbemaßnahmen im vergangenen Monat vorgestellt werden.

Im Rahmen von Werbemaßnahmen (on- und offline) gehören Leistungen im Bereich Gestaltung/Kreation (inkl. Reinzeichnung, finale Satzkontrolle und -korrektur sowie Überprüfung von Corporate-Design-Vorgaben) auch zu den Aufgaben des Konzessionsnehmers. Beispielweise können die Erstellung und Gestaltung von Marketingmaterialien nach bestehenden Corporate-Design-Vorgaben (z. B. Plakate, Flyer, Roll-ups, Powerpoint-Präsentationen, Online-Banner etc.) inkl. Konzeption, grafische Gestaltung, bildliche Aufbereitung, sowie Erstellung einer druckfähigen PDF-Datei zur Bewerbung der Bw-Produkte erforderlich werden.

Der Konzessionsgeber ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMVg und der Bundeswehr auf die Produkte des Konzessionsnehmers hinzuweisen. Er kann u. a. in seinem nicht-öffentlichen Intranet, über seine Website Bundeswehr.de, über seine Social-Media-Kanäle (v.a. Instagram, Tiktok, YouTube) über die Produkte informieren.

Der Konzessionsnehmer ist nach Beendigung des Vertrages berechtigt, für die Dauer von höchstens drei Monate bei ihm noch vorhandene fertige Produkte, die mit den Vertragsmarken versehen sind, über die jeweiligen Vertriebswege zu vertreiben. Der Konzessionsnehmer ist zum weiteren Vertrieb nach Vertragsbeendigung nicht berechtigt,

wenn sich der Konzessionsgeber spätestens einen Monat vor Ablauf des Vertrages, bei fristloser Kündigung innerhalb einer Woche nach deren Zugang, bereit erklärt, die Bestände des Konzessionsnehmers zu deren Einkaufspreis zu übernehmen.

4.8 Lizenzgebühr

Der Konzessionsgeber stellt dem Konzessionsnehmer die Lizenz für die Vertragslaufzeit unentgeltlich bereit. Der Konzessionsnehmer handelt auf eigenes wirtschaftliches Risiko und ist insbesondere verantwortlich für Impressum, Datenschutz, Widerruf und AGB im Online-Shop und auf allen weiteren Vertriebswegen im Zusammenhang mit den Bw-Produkten.

4.9 Buchhaltung (Reporting)

Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, für den Vertrieb der Bw-Produkte eine digitale Buchhaltung vorzusehen und dem Konzessionsgeber quartalsweise eine Auflistung (Reporting) der verkauften Produkte sowie beispielweise Umsätze, Anzahl der Bestellungen, Konversionsrate, Warenkorbgrößen, Warenkorbabbrüche, Retouren, Besucherzahlen, Klicks, Verweildauer etc. sowie die Verkaufsanalysen für die Warenautomaten und den Verkauf bei den Sonderveranstaltungen per E-Mail zur Verfügung zu stellen. Auf Verlangen des Konzessionsgebers sind Belege (z. B. Lieferscheine und/oder Rechnungen) der eingekauften Produkte vorzulegen, die eine Überprüfung des jeweiligen Einkaufspreises ermöglichen.

5 Rahmenbedingungen

5.1 Anforderungen an den Konzessionsnehmer

Die Leistungserbringung erfolgt in permanenter, enger Abstimmung mit dem Konzessionsgeber. Die Leistungserbringung erfolgt in deutscher und englischer Sprache. Es wird eine kompetente Verwendung der deutschen Sprache und englischen Sprache in Wort und Schrift (jeweils Sprachlevel B2 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen des Europarates) gefordert. Bei dem Personaleinsatz gewährleistet der Konzessionsnehmer eine hohe personelle Kontinuität. Der Konzessionsnehmer hat auch unter hohem Zeitdruck eine flexible und pragmatische Umsetzung der Leistungen jederzeit zu gewährleisten. Das Bestehen bzw. die Schaffung einer entsprechenden personellen und infrastrukturellen Ausstattung werden vorausgesetzt.

Der Konzessionsnehmer muss sich hinsichtlich seiner Arbeitskoordination und Ressourcenplanung darauf einstellen, dass insbesondere Freigaben zu einzelnen Teilumsetzungsmaßnahmen einen hierarchischen und damit womöglich auch längeren Abstimmungsprozess erfordern.

5.2 Projektmanagement

Der Konzessionsnehmer benennt eine in Kunden- und Projektmanagement erfahrene Ansprechperson sowie eine ebenso qualifizierte Vertretung für den Konzessionsgeber sowie als Steuerungsinstanz beim Konzessionsnehmer. Die Ansprechperson bzw. deren Vertretung ist an jedem Arbeitstag (Mo – Fr) jeweils von 9:00 Uhr bis 16:00 Uhr telefonisch und per E-Mail erreichbar und reagiert zeitnah – in der Regel innerhalb eines Werktages – auf Anfragen. Die Anliegen des Konzessionsgebers koordiniert sie im internen Prozess mit dem Ziel, die im vereinbarten Qualitäts- und Zeitrahmen bestmöglichen Arbeitsergebnisse zu erzielen.

Für die Ansprechperson hält der Konzessionsnehmer eine gleichermaßen qualifizierte Vertretung vor, die zu allen Vorhaben und Maßnahmen für den Konzessionsgeber auskunftsfähig und über alle Hintergründe und Zusammenhänge aktuell informiert ist.

5.3 BITV-Konformität

Alle von und in der Bundesregierung bereitgestellten Informationen (wie z.B. Webangebote, Videos, Dokumente und Applikationen) sind an die Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung – BITV 2.0) gebunden. Der Konzessionsnehmer hat daher bei der Erstellung und Umsetzung die Regeln der Barrierefreiheit zu berücksichtigen².

Die Arbeitsgrundlage für den Konzessionsnehmer zur Herstellung der Barrierefreiheit ist die überarbeitete Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behinderten Gleichstellungsgesetz – BITV 2.0 vom 25. Mai 2019 eine Ergänzung des Behindertengleichstellungsgesetzes (BGG) vom 27. April 2002 in ihrer jeweils gültigen Form –, die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 21. Mai 2019 (BGBl. I S. 738) geändert worden ist. Die Verordnung kann im Internet eingesehen werden unter: https://www.gesetze-im-internet.de/bitv_2_0/BJNR184300011.html und <https://www.gesetze-im-internet.de/bgg/>

5.4 Corporate-Design-Vorgaben

Die Vorgaben des Corporate Designs des Konzessionsgebers sind zu beachten und verpflichtend einzuhalten. Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, die erforderlichen technischen Voraussetzungen für deren Umsetzung (z. B. Farbpalette, Schriften) zu schaffen. Der Konzessionsgeber stellt dem Konzessionsnehmer zu diesem Zweck entsprechende Dokumente (z.B. Gestaltungshandbücher, Styleguides, Corporate-Design-Handbücher, Sprachleitfäden) bereit, aus denen diese Vorgaben hervorgehen. Ein exemplarischer Auszug aus dem Corporate-Design-Handbuch des Konzessionsgebers ist als Anlage zur Leistungsbeschreibung beigelegt (vgl. Anlage „Giveaways Anhalt“).

Ergänzende oder abweichende Designvorgaben sind im Einzelfall zwischen Konzessionsgeber und Konzessionsnehmer abzustimmen, vom Konzessionsgeber per E-Mail freizugeben und vom Konzessionsnehmer zu berücksichtigen.

² <https://www.barrierefreies-webdesign.de/richtlinien/verwaltung/bitv-2.0.html> (Stand 14.02.2024)

5.5 Brand Safety

Der Konzessionsnehmer hat die jeweiligen Produkte ausschließlich in einem Umfeld zu vertreiben, zu präsentieren oder zu planen, die als „brand safe“ angesehen werden können. Der Konzessionsnehmer stellt sicher, dass sämtliche Produkte nicht im unmittelbaren Umfeld von oder vor Inhalten geschaltet oder verkauft werden, die unvereinbar mit den grundsätzlichen Ansichten und Zielen der Bundesregierung sind. Sie schließt aus, dass die Produkte vor bzw. im unmittelbaren Umfeld von bspw.

- indizierten oder verfassungsfeindlichen Inhalten
- illegalen Drogen und Alkohol
- Adware und Malware
- Hate Speech und propagandistischen Inhalten
- illegalen Downloads und Urheberrechtsverletzungen
- Darstellungen von expliziter Gewalt
- pornografischen Inhalten
- politischen und religiösen Kontroversen
- nicht-moderierten, nutzergenerierten Inhalten
- Newsbeiträgen über Katastrophen, Unfälle oder Ähnliches

platziert werden.

5.6 Qualitätssicherung

Die Qualitätssicherung während der gesamten Vertragslaufzeit obliegt dem Konzessionsnehmer. Der Konzessionsnehmer haftet für die Mängelfreiheit der für den Vertrieb vorgesehenen und freigegebenen Bw-Produkte sowie die Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen für Verbraucherprodukte wie u.a. dem Produktsicherheitsgesetz (ProdSG).

5.7 Verpflichtung nach dem Verpflichtungsgesetz

Die eingesetzten Mitarbeitenden werden gemäß § 1 Abs. 1 des Verpflichtungsgesetzes (BGBL.1974 I S. 469, 547) von dem Konzessionsgeber auf die gewissenhafte Erfüllung ihrer Obliegenheiten vor der Leistungserbringung verpflichtet (vgl. Anlage 2 der Leistungsbeschreibung). Sie sind zum Stillschweigen über die Arbeit mit dem Konzessionsgeber verpflichtet.

6 Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitskriterien sind durch den Konzessionsnehmer jederzeit, insbesondere für die Bw-Produkte der jeweiligen Produktkategorien, und in allen Prozessen der Leistungserbringung zu berücksichtigen und zwingend mitzudenken.

Im Rahmen der Produktion und Lieferung sind – sofern möglich – durch den Konzessionsnehmer Aspekte der Nachhaltigkeit (wie z.B. Blauer Engel, EU-Ecolabel oder vergleichbar) zu berücksichtigen und mit dem Konzessionsgeber abzustimmen.

Schriftliche Ausfertigungen erfolgen auf Recyclingpapier prioritär mit blauem Engel oder EU-Ecolabel, bzw. mind. den Standards der FSC- oder PEFC-Zertifizierung entsprechen. In jedem Fall ist auf Frischfaserpapier zu verzichten.

7 Mitwirkungspflichten des Konzessionsgebers

Der Konzessionsgeber stellt dem Konzessionsnehmer die Vertragsmarken in digitaler Form zur Verfügung. Zudem obliegen dem Konzessionsgeber die in den Vertragsunterlagen aufgeführten Mitwirkungsleistungen. Der Konzessionsgeber wird bei der Erbringung der festgelegten Leistungen wie folgt mitwirken. Er wird insbesondere sicherstellen, dass

- alle für die Leistungserbringung erforderlichen Informationen und Unterlagen rechtzeitig und vollständig zur Verfügung gestellt werden,
- die für die Leistungserbringung erforderlichen Input-Dokumente, sowie falls erforderlich einzelne Bestandteile derer (Texte, Grafiken, Bilder etc.), rechtzeitig und vollständig zur Verfügung gestellt werden,
- die zur Leistungserbringung auf seinem Betriebsgelände (z.B. BMVg) notwendigen Voraussetzungen, wie insbesondere IT- und Kommunikationsinfrastruktur, geschaffen werden.

Der Konzessionsgeber hat Störungen bzw. Mängel unter Angabe der ihm bekannten und für deren Erkennung zweckdienlichen Informationen an den Konzessionsnehmer zu melden.