

Besondere Bewerbungsbedingungen

Diese Besonderen Bewerbungsbedingungen regeln die Durchführung des Vergabeverfahrens und leiten Sie durch das Verfahren. Auf der letzten Seite sind die mit Ihrem Angebot zu übersendenden Dokumente abschließend aufgelistet.

Bitte beachten Sie auch die Anlage „Allgemeine Bewerbungsbedingungen“. Darin sind die grundlegenden Rahmenbedingungen eines Vergabeverfahrens formuliert. Soweit hier in den „Besonderen Bewerbungsbedingungen“ Abweichendes formuliert ist, geht dies den „Allgemeinen Bewerbungsbedingungen“ vor.

Teil A: Angebotserstellung

A 1 Wertungskriterien

Um eine Prognose aufzustellen, wie die auftragsbezogenen Anforderungen der Leistungsbeschreibung von Ihnen erfüllt werden, bitten wir Sie um die Bearbeitung der folgenden Aufgaben. Ihre Ausführungen werden anhand der erläuterten „Vorgehensweise bei der Bewertung“ (↗ s. u., jeweils in blauer Schrift) fachlich bewertet; diese Bewertung dient der Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebotes.

Bitte beachten Sie bei der Bearbeitung der Aufgaben, dass Ihre Ausführung ausschließlich für das jeweilige Wertungskriterium zur Wertung herangezogen und nicht bei dem anderen Wertungskriterium mitberücksichtigt wird.

Um dem Gleichbehandlungsgrundsatz Rechnung zu tragen, werden Ihre Ausführungen anonymisiert bewertet. Verzichten Sie daher bitte auf die Angabe des Namens Ihres Unternehmens und verwenden Sie bitte ausschließlich Blätter ohne Aufdruck Ihres

Firmenlogos, Ihres Firmennamens o. Ä. Dennoch verwendete Namen werden von der Vergabestelle geschwärzt, bevor die Unterlagen dem Bewertungsgremium vorgelegt werden.

Um die Vergleichbarkeit der Angebote sicherzustellen, ist die Angabe von Links/das Verweisen auf Webseiten generell nicht zulässig, da hierbei eine Aktualisierung der betreffenden Webseiten nach Ablauf der Angebotsfrist nicht auszuschließen ist. Geben Sie in Ihrem Angebot daher keine Links an und verweisen Sie nicht auf Webseiten. Entsprechende Angaben werden vor der Bewertung des Angebotes durch die Vergabestelle geschwärzt.

Für alle Aufgaben gilt aus Gründen des Bieterschutzes:

Ihre einzureichenden Arbeitsergebnisse und Visualisierungen dienen ausschließlich der Bewertung der Angebote. Eine darüberhinausgehende Nutzung durch das BMVg sowie dessen Geschäftsbereich ist ausdrücklich nicht zulässig, da die Vergabestelle hierfür keine Nutzungsrechte von Ihnen einkauft. Es ist daher für Ihr Angebot nicht von Nachteil, wenn in dem von Ihnen zugelieferten Layout grafische Wasserzeichen enthalten sind.

Wertungskriterium 1:

Projektplanung für den Online-Shop

| max. 12.000 Zeichen inkl. Leerzeichen

Aufgabe:

Erstellen Sie eine schriftliche Projektplanung für den ausgeschriebenen Bw-Shop und beschreiben Sie die Projektschritte und die wesentlichen Meilensteine des Projekts bis zur Realisierung sowie Ihre Ziele bei einer Betreuung des Bw-Shops für die nächsten fünf Jahre.

Bitte erläutern Sie in Ihrer Projektplanung auch, welche drei Aspekte der Nachhaltigkeit bei der Umsetzung und dem Betrieb des Online-Shops von zentraler Bedeutung sind, priorisieren Sie diese und stellen Sie dar, wie Sie diese in der Praxis umsetzen würden.

Ihre Ausführungen zu dieser Aufgabe reichen sie bitte in einem frei geschriebenen Text sowie ggf. ergänzenden Grafiken ein. Verwenden Sie dazu die **Schriftart Arial** und die **Schriftgröße 12**.

Aus Gründen der Gleichbehandlung aller Bieter darf der angegebene Umfang (Zeichenzahl inkl. Leerzeichen) nicht überschritten werden. Geschieht dies trotzdem, werden die darüberhinausgehenden Zeichen nicht gelesen und nicht gewertet.

Für dieses Wertungskriterium können maximal 6,00 Punkte erreicht werden. Zur Sicherstellung eines qualitativen Mindestniveaus kommen Bieter, deren Ausführungen hierzu nicht mindestens 2,00 Punkte erreichen, für den Zuschlag nicht in Betracht.

Vorgehensweise bei der Bewertung:

Bewertungsaspekt 1: Qualität der Projektplanung

(0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Die vorgestellte Projektplanung ist professionell umgesetzt und lässt zudem ein sehr hohes Maß an Motivation zur stetigen Weiterentwicklung des Bw-Shops erkennen.

2 Punkte:

Die vorgestellte Projektplanung ist handwerklich gut umgesetzt, eine Motivation zur stetigen Weiterentwicklung des Bw-Shops ist erkennbar.

1 Punkt:

Die vorgestellte Projektplanung ist handwerklich akzeptabel umgesetzt und enthält Ansätze zur Weiterentwicklung des Bw-Shops.

0 Punkte:

Die vorgestellte Projektplanung ist von geringer Qualität; eine Motivation zur Weiterentwicklung des Bw-Shops ist nicht oder kaum erkennbar.

Bewertungsaspekt 2: Kreativität des Ansatzes

(0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Die Projektplanung zum Bw-Online-Shop ist klar strukturiert und überzeugend formuliert. Ziele und Meilensteine sind realistisch und zukunftsorientiert dargestellt. Er ist daher hervorragend geeignet, die Markenwelt des Arbeitgebers Bundeswehr in der breiten Öffentlichkeit weiter zu verankern.

2 Punkte:

Die Projektplanung zum Bw-Online-Shop ist gut nachvollziehbar und übersichtlich gestaltet. Ziele und Meilensteine sind weitgehend realistisch beschrieben. Er ist geeignet, die Markenwelt des Arbeitgebers Bundeswehr in der breiten Öffentlichkeit weiter zu verankern.

1 Punkt:

Die Projektplanung zum Online-Shop ist im Wesentlichen stimmig, aber nur bedingt geeignet, die Markenwelt des Arbeitgebers Bundeswehr in der breiten Öffentlichkeit weiter zu verankern.

0 Punkte:

Der Aufbau des Online-Shops ist nicht nachvollziehbar oder nicht geeignet, die Markenwelt des Arbeitgebers Bundeswehr in der breiten Öffentlichkeit weiter zu verankern.

Wertungskriterium 2:

Visualisierung des Online-Shops

| PDF-Dokument mit max. 8 Seiten DIN A4

Aufgabe:

1. Online-Shop/Website

Bitte erstellen Sie eine Visualisierung des Grafikkonzepts des Online-Shops für die Bundeswehr in Form eines Mockups (statische grafische Präsentation des Online-Shop-Layouts, nicht klickbar). Zeigen Sie innerhalb des Mockups die relevanten Ansichten von der Startseite bis zur Produktdarstellung (inkl. Produktbeschreibung) auf.

Zur Berücksichtigung von responsivem Design ist der Online-Shop im Rahmen der Visualisierung auch auf mobilen Endgeräten (z. B. Tablets und Smartphones) darzustellen.

2. Social Media

Visualisieren Sie darüber hinaus eine Produktpräsentation, wie Sie auf Instagram zur Bewerbung des Online-Shops und der Produkte dargestellt werden könnte. Hierzu sind folgende Ansichten zu visualisieren:

- a. ein Beitrag mit einer Produktpräsentation im Feed,
- b. das Instagram-Profil des Online-Shops.

Die Produktpräsentation auf Instagram muss folgende Anforderungen erfüllen:

- Hochwertige Bilder bzw. Videos verwenden, die das Produkt aus verschiedenen Perspektiven zeigen und eine gute Ästhetik aufweisen,
- Einheitlicher Stil in der Produktpräsentation,
- Interaktion mit den Followern fördern,
- Relevante Hashtags verwenden, um die Produkte einer breiten Zielgruppe zugänglich zu machen,
- Verbindung zum Shop herstellen.

Die Vorgaben des Corporate-Design-Handbuchs der Bundeswehr sind zu berücksichtigen.

Ihre Ausführungen zu dieser Aufgabe reichen Sie bitte als PDF-Datei ein. Aus Gründen der Gleichbehandlung aller Bieter darf der angegebene Umfang nicht überschritten werden. Geschieht dies trotzdem, werden die darüberhinausgehenden DIN A4-Seiten nicht gelesen und nicht gewertet.

Für dieses Wertungskriterium können maximal 6,00 Punkte erreicht werden. Zur Sicherstellung eines qualitativen Mindestniveaus kommen Bieter, deren Ausführungen hierzu nicht mindestens 2,00 Punkte erreichen, für den Zuschlag nicht in Betracht.

Vorgehensweise bei der Bewertung:

Bewertungsaspekt 1: Überzeugungskraft des Online-Shops

(0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Das vorgelegte Grafikkonzept für den Online-Shop lässt erkennen, dass eine eingehende Analyse der Zielsetzung, der Zielgruppe, der Botschaften und Rahmenbedingungen zugrunde liegt. Es ist daher in höchstem Maße geeignet, Multiplikatoren und Interessierte sowie Mitarbeitende der Bundeswehr anzusprechen.

2 Punkte:

Dem Grafikkonzept für den Online-Shop liegt eine insgesamt tragfähige Analyse der Zielsetzung, der Zielgruppe, der Botschaften und Rahmenbedingungen zugrunde. Es ist somit gut geeignet, die Zielgruppe anzusprechen.

1 Punkt:

Das Grafikkonzept für den Online-Shop ist insgesamt schlüssig und trägt den Bedürfnissen und Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppe im Allgemeinen Rechnung. Es ist aber nur bedingt dazu geeignet, Interesse zu wecken.

0 Punkte:

Das Grafikkonzept für den Online-Shop ist nicht nachvollziehbar und enthält keine der Zielgruppe gerecht werdenden Produktdarstellungen. Es ist daher nicht geeignet, um Interessenten zu erreichen.

Bewertungsaspekt 2: Überzeugungskraft der Social Media-Präsentation (0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Das vorgelegte Grafikkonzept für das Instagram-Profil sowie die Berücksichtigung der Anforderungen zur Produktpräsentation lassen erkennen, dass eine eingehende Analyse der Zielsetzung, der Zielgruppe, der Botschaften und Rahmenbedingungen zugrunde liegt. Es ist daher in höchstem Maße geeignet, die Zielsetzung zu erfüllen.

2 Punkte:

Dem vorgelegte Grafikkonzept für das Instagram-Profil sowie die Berücksichtigung der Anforderungen zur Produktpräsentation liegt eine insgesamt tragfähige Analyse der Zielsetzung, der Zielgruppe, der Botschaften und Rahmenbedingungen zugrunde. Es ist somit gut geeignet, die Zielsetzung zu erfüllen.

1 Punkt:

Das vorgelegte Grafikkonzept für das Instagram-Profil sowie die Berücksichtigung der Anforderungen zur Produktpräsentation ist insgesamt schlüssig und trägt den Bedürfnissen und Kommunikationsgewohnheiten der Zielgruppe im Allgemeinen Rechnung. Es ist aber nur bedingt dazu geeignet, Interesse zu wecken.

0 Punkte:

Das vorgelegte Grafikkonzept für das Instagram-Profil sowie die Berücksichtigung der Anforderungen zur Produktpräsentation ist nicht nachvollziehbar und enthält keine der Zielgruppe gerecht werdenden Produktdarstellungen. Es ist daher nicht geeignet, um Interessenten zu erreichen.

Wertungskriterium 3:

Rückwirkung des Online-Shops auf die Marke Bundeswehr

| max. 6.000 Zeichen inkl. Leerzeichen

Aufgabe:

Legen Sie dar, ob und gegebenenfalls wie der Online-Shop selbst als auch die Bewerbung neuer Produkte über die Social Media-Kanäle auf die Marke Bundeswehr einzahlt. Welche strategischen Möglichkeiten sehen Sie hierbei durch ein für die Zielgruppe stets neues und „reizvolles“ Produktportfolio?

Ihre Ausführungen zu dieser Aufgabe reichen sie bitte in einem frei geschriebenen Text ein. Verwenden Sie für die Texte die **Schriftart Arial** und die **Schriftgröße 12**. Aus Gründen der Gleichbehandlung aller Bieter darf der angegebene Umfang nicht überschritten werden. Geschieht dies trotzdem, werden die darüberhinausgehenden Zeichen nicht gelesen und nicht gewertet.

Für dieses Wertungskriterium können maximal 6,00 Punkte erreicht werden. Zur Sicherstellung eines qualitativen Mindestniveaus kommen Bieter, deren Ausführungen hierzu nicht mindestens 2,00 Punkte erreichen, für den Zuschlag nicht in Betracht.

Vorgehensweise bei der Bewertung:

Bewertungsaspekt 1: Rückwirkung auf die Marke Bundeswehr

(0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Der Online-Shop wird vom Besucher als ein (kleiner) Teil der Bundeswehr wahrgenommen; er generiert im Zusammenspiel mit den Social Media-Kanälen eine immer wieder neue positive Aufmerksamkeit für diese.

2 Punkte:

Der Online-Shop wird vom Besucher als ein (kleiner) Teil der Bundeswehr wahrgenommen; er generiert eine positive Aufmerksamkeit für diese.

1 Punkt:

Der Online-Shop wird vom Besucher als ein (kleiner) Teil der Bundeswehr wahrgenommen; er generiert jedoch keine zusätzliche Aufmerksamkeit für diese.

0 Punkte:

Der Online-Shop wird vom Besucher als ein Online-Shop unter vielen wahrgenommen.

Bewertungsaspekt 2: Strategische Ausrichtung des Produktportfolios (0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Das ständig aktualisierte Produktportfolio ist durch ausgesprochene Attraktivität und Modernität hervorragend geeignet, die gewünschte positive mediale Präsenz der Bundeswehr in der Zielgruppe zu erhöhen.

2 Punkte:

Das ständig aktualisierte Produktportfolio ist durch Attraktivität und Modernität gut geeignet, die gewünschte positive mediale Präsenz der Bundeswehr in der Zielgruppe zu erhöhen.

1 Punkt:

Das ständig aktualisierte Produktportfolio ist kaum geeignet, die gewünschte positive mediale Präsenz der Bundeswehr in der Zielgruppe zu erhöhen.

0 Punkte:

Das Produktportfolio lässt nicht erwarten, dass sich die gewünschte positive mediale Präsenz der Bundeswehr in der Zielgruppe dadurch erhöhen wird.

Wertungskriterium 4:

Produktvorschläge für Preisgruppen

| PDF-Dokument mit max. 2 Seiten DIN A4 pro Gestaltungsbeispiel

Aufgabe:

Erstellen Sie jeweils drei Gestaltungsbeispiele für zukünftige Produkte für den Online-Shop in drei verschiedenen Preisgruppen:

- 1 bis 25 Euro,
- 26 bis 50 Euro und
- 51 bis 100 Euro.

Die jeweiligen Gestaltungsbeispiele der Produkte müssen insbesondere für die Altersgruppe 16 bis 29 Jahre geeignet sein, die die Bundeswehr mit den aktuellen und zukünftigen Karrierekampagnen ansprechen will.

Beschreiben Sie das jeweilige Produkt insbesondere hinsichtlich Gestaltung, Preis, Nachhaltigkeit und welche Verbindung das Produkt zur Bundeswehr hat.

Ihre Ausführungen zu dieser Aufgabe reichen sie bitte als PDF-Datei ein. Verwenden Sie für die Texte die **Schriftart Arial** und die **Schriftgröße 12**. Aus Gründen der Gleichbehandlung aller Bieter darf der angegebene Umfang nicht überschritten werden. Geschieht dies trotzdem, werden die darüberhinausgehenden DIN A4-Seiten nicht gelesen und nicht gewertet.

Für dieses Wertungskriterium können maximal 6,00 Punkte erreicht werden. Zur Sicherstellung eines qualitativen Mindestniveaus kommen Bieter, deren Ausführungen hierzu nicht mindestens 2,00 Punkte erreichen, für den Zuschlag nicht in Betracht.

Vorgehensweise bei der Bewertung:

Bewertungsaspekt 1: Ansprache der Zielgruppe der 16- bis 29jährigen (0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Die eingereichten Gestaltungsbeispiele sind zur Ansprache der vorgegebenen Zielgruppe sehr gut geeignet. Sie bauen auf dem bestehenden Selbstverständnis der Zielgruppe auf und haben hinsichtlich der Kontaktaufnahme mit dem Arbeitgeber Bundeswehr ein hohes Aktivierungspotenzial.

2 Punkte:

Die eingereichten Gestaltungsbeispiele sind zur Ansprache der vorgegebenen Zielgruppe geeignet. Sie bauen auf dem bestehenden Selbstverständnis der Zielgruppe auf. Das Aktivierungspotenzial zur Kontaktaufnahme mit dem Arbeitgeber Bundeswehr ist erkennbar, aber nicht besonders ausgeprägt.

1 Punkt:

Die eingereichten Gestaltungsbeispiele sind nur bedingt zur Ansprache der vorgegebenen Zielgruppe geeignet. Das Selbstverständnis der Zielgruppe wird in Teilen erfasst. Das Aktivierungspotenzial zur Kontaktaufnahme mit dem Arbeitgeber Bundeswehr ist wenig ausgeprägt.

0 Punkte:

Die eingereichten Gestaltungsbeispiele sind nicht geeignet, die vorgegebene Zielgruppe anzusprechen.

Bewertungsaspekt 2: Stimmigkeit der Gestaltung

(0 – 3 Punkte)

3 Punkte:

Die Gestaltung der Produkte ist originell, professionell produziert und die Verbindung des Produktes zur Bundeswehr ist auf den ersten Blick erkennbar und überzeugend.

2 Punkte:

Die Gestaltung der Produkte ist insgesamt gelungen, auch die Verbindung zur Bundeswehr ist offensichtlich.

1 Punkt:

Die Gestaltung der Produkte ist ansprechend, die Verbindung zur Bundeswehr ist jedoch nicht hinreichend erkennbar.

0 Punkte:

Die Verbindung zur Bundeswehr wird durch die Produkte nicht transportiert.

A 2 Nachweise und Erklärungen zur Eignung (Eignungskriterien)

Gemäß § 122 Abs. 1 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) werden öffentliche Aufträge nur an fachkundige und leistungsfähige (geeignete) Unternehmen vergeben, die nicht nach den §§ 123 oder 124 GWB ausgeschlossen worden sind.

Zur Feststellung der Eignung sind die im Folgenden geforderten Nachweise und Erklärungen vorzulegen. Sollten Unterlagen fehlen, so entscheidet die Vergabestelle nach pflichtgemäßem Ermessen gemäß § 41 Abs. 2 und 3 Unterschwellenvergabeverordnung (UVgO) über eine Nachforderung.

Für den Fall, dass Sie die Entscheidung treffen,

- eine Bietergemeinschaft zu bilden und/oder
- Kapazitäten von Eignungsverleihern in Anspruch zu nehmen,

werden die Erklärungen und Nachweise zur Eignung auch von diesen Unternehmen benötigt,

- soweit ein Mitglied der Bietergemeinschaft für den von ihm übernommenen Leistungsumfang den Nachweis der Eignung erbringen muss und/oder
- soweit der Bieter für den Nachweis der Eignung Kapazitäten eines Eignungsverleihers in Anspruch nimmt.

Verweise auf Literatur oder auf Broschüren dürfen nur als ergänzende Information erfolgen. Solche Verweise können nicht die geforderten Angaben ersetzen, da sie von der Vergabestelle des BMVg nicht geprüft und daher auch nicht berücksichtigt werden können.

A 2.1 Eigenerklärung zu Referenzen



Die künftige Auftragnehmerin (AN) muss über nachgewiesene Erfahrung im Betreiben eines Online-Shops verfügen. Bitte benennen Sie mindestens drei entsprechende Referenzen von Kunden, für die Ihr Unternehmen in den letzten drei Jahren eine mit der hier zu vergebenden vergleichbaren Leistung mit Erfolg erbracht hat bzw. gegenwärtig erbringt. Stellen Sie Ihre Leistungsfähigkeit für den Auftragsgegenstand und Ihre hierfür relevanten Erfahrungen anhand der Referenzen dar.

Zu den Referenzen sind folgende Angaben zu machen:

- Beschreibung der ausgeführten Leistungen,
- Wert des Auftrags,
- Zeitraum der Leistungserbringung / ggf. Beginn der Vertragslaufzeit
- Angabe der Kontaktstelle beim Auftraggeber der Referenz mit Kontaktdaten.

Es genügt eine selbst niedergeschriebene Erklärung, es sind keine Referenzschreiben von früheren Auftraggebern erforderlich. Eine kurze Darstellung in Stichpunkten reicht aus.

Es gelten die folgenden Anforderungen an die benannten Referenzen:

- Die Referenzen dürfen **nicht älter als drei Jahre sein** (maßgeblich ist das Datum der letzten Leistungserbringung – gerechnet bis zum Ende der Angebotsfrist).
- Die genannten Referenzprojekte müssen abgeschlossen sein oder länger als ein halbes Jahr laufen.

A 3 Sonstige unternehmensbezogene Erklärungen und Nachweise

Folgende unternehmensbezogene Erklärungen sind ebenfalls vorzulegen. Sollten Unterlagen fehlen, so entscheidet die Vergabestelle nach pflichtgemäßem Ermessen gemäß § 56 Abs. 2 VgV über eine Nachforderung.

A 3.1 Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen



Öffentliche Aufträge werden nicht an Unternehmen vergeben, bei denen Ausschlussgründe gemäß §§ 123 oder 124 GWB vorliegen. Die Vergabestelle hat zu prüfen, ob zwingende oder fakultative Ausschlussgründe vorliegen, die zum Ausschluss vom Verfahren führen können bzw. müssen. Hierzu dient das Formular „Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen“.

Die Eigenerklärung steht mit den Vergabeunterlagen zum Download bereit. Sie ist vollständig auszufüllen und mit dem Angebot einzureichen.

Für den Fall, dass Sie die Entscheidung treffen,

- eine Bietergemeinschaft zu bilden und/oder
- Teile der Leistung auf Unterauftragnehmer zu übertragen und/oder
- Kapazitäten von Eignungsverleihern in Anspruch zu nehmen,

wird diese Eigenerklärung auch von diesen Unternehmen benötigt.

In diesen Fällen lassen Sie den Vordruck bitte von diesen Unternehmen vollständig ausfüllen, mit den Unterschriften versehen und reichen ihn dann gescannt als PDF-Datei mit Ihrem Angebot ein.

A 3.2 Eigenerklärung zu Russland-Sanktionen



Diese Eigenerklärung steht mit den Vergabeunterlagen zum Download bereit. Bitte füllen Sie alle gelb hinterlegten Felder aus und fügen Sie die Erklärung Ihrem Angebot bei.

Sollten Sie eine Bietergemeinschaft bilden, wird die Eigenerklärung zu Russland-Sanktionen von jedem Mitglied Ihrer Bietergemeinschaft benötigt.

Warum benötigt die Vergabestelle diese Erklärung von Ihnen?

Mit der Verordnung EU Nr. 833/2014, zuletzt geändert durch die Verordnung EU 2022/576 des europäischen Rates vom 08.04.2022, wurden umfangreiche Sanktionen gegen die Russische Föderation in Kraft gesetzt. Danach dürfen öffentliche Aufträge nicht an Unternehmen vergeben werden, bei denen ein Ausschlussgrund nach Artikel 5k der Verordnung (EU) 833/2014 vorliegt. Das Verbot umfasst Personen oder Unternehmen, die einen Bezug zu Russland im Sinne der Vorschrift aufweisen, unmittelbar als Bewerber oder Bieter auftreten oder mittelbar, mit mehr als 10 % gemessen am Auftragswert, als Unterauftragnehmer, Lieferanten oder im Zusammenhang mit der Erbringung des Eignungsnachweises an dem in Rede stehenden Auftrag beteiligt sind. Die Vergabestelle hat zu prüfen, ob zwingende Ausschlussgründe vorliegen, die zum Ausschluss vom Verfahren führen müssen. Hierzu dient das Formular, in welchem Sie auch den vollständigen Wortlaut von Art. 5 k finden.

A 3.3 Eigenerklärung zu Unternehmensdaten



Diese Eigenerklärung steht mit den Vergabeunterlagen zum Download bereit. Bitte tragen Sie die für Sie zutreffenden Daten in die gelb hinterlegten Felder ein und fügen Sie die Erklärung Ihrem Angebot bei.

Sollten Sie eine Bietergemeinschaft bilden, wird die Eigenerklärung zu den Unternehmensdaten von jedem Mitglied Ihrer Bietergemeinschaft benötigt.

Warum benötigt die Vergabestelle diese Erklärung von Ihnen?

*Die **Angaben zu Unternehmensgröße und -umsatz** auf Seite 1 dienen ausschließlich statistischen Zwecken; **Sonstige Angaben zum Unternehmen** auf Seite 2 werden zur Abfrage von Unternehmensdaten aus dem Wettbewerbsregister verwendet: Vor der Auftragsvergabe wird von der Vergabestelle eine Auskunft aus dem Wettbewerbsregister eingeholt. Für den Zuschlag kommt nur ein Bieter / eine Bietergemeinschaft in Frage, der/deren Mitglieder keine auftragsverhindernden Eintragungen besitzt / besitzen.*

A 4 Erklärungen und Nachweise zu anderen Unternehmen

Die Bildung von Bietergemeinschaften, die Übertragung von Teilen der Leistung auf Unterauftragnehmer sowie die Inanspruchnahme der Kapazitäten von Eignungsverleiher sind zugelassen.

Für den Fall der Bildung einer Bietergemeinschaft oder die Inanspruchnahme von Kapazitäten anderer Unternehmen finden Sie weitere Informationen auch unter Ziffer 3 der Allgemeinen Bewerbungsbedingungen.

A 4.1 Bietergemeinschaft

*Die **Bietergemeinschaft** ist ein Zusammenschluss mehrerer selbstständiger Unternehmen, die gemeinsam das Ziel verfolgen, den Auftrag zu erhalten und nach erfolgreichem Vertragsabschluss als Arbeitsgemeinschaft durchzuführen. Alle Mitglieder der Bietergemeinschaft werden Vertragspartner und haben gegenüber dem Auftraggeber gesamtschuldnerisch für die Vertragserfüllung einzustehen.*



Bei Bildung einer Bietergemeinschaft sind mit dem Angebot einzureichen:

- Bietergemeinschaftserklärung
Der Vordruck steht mit den Vergabeunterlagen zum Download bereit. Er ist vollständig auszufüllen, mit den Unterschriften zu versehen und gescannt als PDF-Datei dem Angebot beizufügen.
- Eigenerklärung zu Referenzen (↗ A 2.1) - soweit ein Mitglied der Bietergemeinschaft für den von ihm übernommenen Leistungsumfang diesen Nachweis erbringen muss.
Bitte folgende Eigenerklärungen von jedem Mitglied der Bietergemeinschaft ausfüllen, handschriftlich unterzeichnen lassen und gescannt einreichen:
- Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen (↗ A 3.1)
- Eigenerklärung zu Russland-Sanktionen (↗ A 3.2)
- Eigenerklärung zu Unternehmensdaten (↗ A 3.3).

A 4.2 Unterauftragnehmer

Unterauftragnehmer erbringen räumlich und sachlich Teile der ausgeschriebenen Leistung für den Hauptauftragnehmer, ohne selbst rechtlich oder wirtschaftlich unselbstständiger Teil des Hauptauftragnehmers zu sein. Der Hauptauftragnehmer ist Vertragspartner und bleibt für die Vertragserfüllung gegenüber der Auftraggeberin vollständig verantwortlich.



Bei geplanter Übertragung aller oder wesentlicher Teile der zu vergebenden Leistung (z. B. Aufgaben der Projektleitung / Durchführung von Schlüsseltätigkeiten / Endkontrollen) auf Unterauftragnehmer ist **mit dem Angebot einzureichen**:

- Erklärung über Art und Umfang der Leistungsteile, die an Unterauftragnehmer übertragen werden sollen (↗ Vordruck „Eigenerklärung zu Unteraufträgen / Eignungsleihe“)

(Falls Sie sowohl eine Übertragung von Teilen der Leistung auf Unterauftragnehmer planen als auch für bestimmte Leistungsteile die Inanspruchnahme der Kapazitäten von Eignungsverleihern vorsehen sollten, füllen Sie diese Eigenerklärung bitte nur einmal für alle diese Leistungsteile aus.)

Die folgenden Dokumente müssen im Fall der Zuschlagserteilung vorliegen; sie **können** bereits mit dem Angebot eingereicht werden (anderenfalls werden sie spätestens vor der Zuschlagserteilung vom für den Zuschlag vorgesehenen Bieter nachgefordert):

- Verpflichtungserklärung die über Bereitstellung der Kapazitäten und Mittel im Fall der Auftragserteilung (↗ Vordruck „Verpflichtungserklärung für Unterauftragnehmer“) Der Vordruck steht mit den Vergabeunterlagen zum Download bereit. Er ist von jedem Unterauftragnehmer vollständig auszufüllen, von diesem handschriftlich zu unterzeichnen und gescannt einzureichen.
- Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen (↗ A 3.1) - bitte von jedem Unterauftragnehmer ausfüllen, handschriftlich unterzeichnen lassen und gescannt einreichen.

A 4.3 Eignungsverleiher

*Der Bieter kann im Hinblick auf die für den zu vergebenden Auftrag erforderliche wirtschaftliche und finanzielle sowie die technische und berufliche Leistungsfähigkeit die Kapazitäten anderer Unternehmen in Anspruch zu nehmen (**Eignungsverleiher**). Er muss in diesem Fall nachweisen, dass ihm die für den Auftrag erforderlichen Mittel tatsächlich zur Verfügung stehen werden.*



Für jedes andere Unternehmen, dessen Kapazitäten Sie zum Nachweis Ihrer Leistungsfähigkeit in Anspruch nehmen möchten (Eignungsverleiher), sind **mit dem Angebot** einzureichen:

- Erklärung über Art und Umfang der Leistungsteile, für deren Erbringung die Kapazitäten eines Eignungsverleihers in Anspruch genommen werden sollen (↗ Vordruck „Eigenerklärung zu Unteraufträgen/Eignungsleihe“)
- Verpflichtungserklärung für Eignungsverleiher
Der Vordruck steht mit den Vergabeunterlagen zum Download bereit. Er ist von jedem Eignungsverleiher vollständig auszufüllen, von diesem handschriftlich zu unterzeichnen und gescannt einzureichen.
- Eigenerklärung zu Referenzen (↗ A 2.1) – soweit der Bieter für den Nachweis der Eignung diese Kapazitäten des Eignungsverleihers in Anspruch nimmt.
- Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen (↗ A 3.1) – bitte von jedem Eignungsverleiher ausfüllen, handschriftlich unterzeichnen lassen und gescannt einreichen.

Sie haben Fragen zu dieser Ausschreibung?

Reichen Sie diese bitte **bis spätestens Freitag, den 27.02.2026** über die Webanwendung der e-Vergabe (AnA-Web) ein. Zur Beantwortung wird ein Fragen-Antworten-Katalog (neutralisiert, d. h. ohne Nennung der Fragesteller) aus Gründen der Gleichbehandlung und der Transparenz allen Teilnehmern an diesem Vergabeverfahren zur Verfügung gestellt.

Teil B: Angebotswertung

B 1 Ausschluss von Angeboten



Es gelten die formalen Ausschlussgründe des § 46 UVgO, d. h. es werden insbesondere Angebote ausgeschlossen:

- die nicht form- oder fristgerecht eingegangen sind, es sei denn, der Bieter hat dies nicht zu vertreten,
- die nicht die geforderten oder nachgeforderten Unterlagen enthalten,
- in denen Änderungen des Bieters an seinen Eintragungen nicht zweifelsfrei sind,
- bei denen Änderungen oder Ergänzungen an den Vergabeunterlagen vorgenommen worden sind

Nebenangebote sind nicht zugelassen und werden ausgeschlossen.

Dieses Vergabeverfahren wird ausschließlich elektronisch durchgeführt. Angebote in Papierform sind nicht zugelassen und werden ausgeschlossen.

B 2 Gewichtung der Wertungskriterien / Ermittlung der Leistungspunktzahl



Die auftragsbezogenen Anforderungen werden für die Bewertung wie folgt **gewichtet**:

Wertungskriterium 1 (Projektplanung für den Online-Shop)	30 %
Wertungskriterium 2 (Visualisierung des Online-Shops)	25 %
Wertungskriterium 3 (Rückwirkung des Online-Shops auf die Marke Bundeswehr)	15 %
Wertungskriterium 4 (Produktvorschläge für Preisgruppen)	30 %

Gesamt:	100 %
----------------	--------------

Vorgehensweise bei der Berechnung der Leistungspunktzahl:

Durch Multiplikation der jeweils erzielten Punktzahl mit der angegebenen Gewichtung (vgl. Prozentangaben) wird für jedes Wertungskriterium der von Ihnen erreichte Teilleistungspunktwert berechnet. Die für alle Kriterien errechneten gewichteten Teilleistungspunktwerte werden anschließend addiert; die Summe der gewichteten Teilleistungspunktwerte ist die **Leistungspunktzahl**; diese kann maximal bei 6,00 Punkten liegen (↗ zur Verfügung stehendes Punktespektrum).

B 3 Zuschlagskriterium



Die Vergabestelle wendet folgendes Zuschlagskriterium an:

- **Voraussichtliche Qualität der Leistung** konkretisiert durch die ermittelte Leistungspunktzahl (↗ B 2)

Der Zuschlag wird auf dasjenige bedingungsgemäße Angebot erteilt, das die höchste Leistungspunktzahl aufweist.

Liste der mit Ihrem Angebot zu übersendenden Dokumente:

Bezeichnung des Dokuments / der Erklärung:	Wie folgt vorzulegen:
Angebotsschreiben	vom Bieter signiert oder unterzeichnet <u>zwingend mit dem Angebot</u> (keine Nachforderung möglich)
Antworten zu den in den Wertungskriterien gestellten Aufgaben	vom Bieter <u>zwingend mit dem Angebot</u> (keine Nachforderung möglich)
Eigenerklärung zu Referenzen	Mit dem Angebot vorzulegen: • vom Bieter – soweit er für den von ihm übernommenen Leistungsumfang den Nachweis der Eignung erbringen muss • vom Mitglied der Bietergemeinschaft – soweit es für den von ihm übernommenen Leistungsumfang den Nachweis der Eignung erbringen muss • vom Eignungsverleiher – soweit der Bieter für den Nachweis der Eignung dessen Kapazitäten in Anspruch nimmt
Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen	• vom Bieter mit dem Angebot • von allen Mitgliedern der Bietergemeinschaft mit dem Angebot • von allen Unterauftragnehmern spätestens vor Zuschlagserteilung • von allen Eignungsverleihern mit dem Angebot

Eigenerklärung zu Russland-Sanktionen	• vom Bieter mit dem Angebot • von allen Mitgliedern der Bietergemeinschaft mit dem Angebot
Eigenerklärung zu Unternehmensdaten	• vom Bieter mit dem Angebot • von allen Mitgliedern der Bietergemeinschaft mit dem Angebot
Bietergemeinschaftserklärung	nur bei Bildung einer Bietergemeinschaft mit dem Angebot vorzulegen
Eigenerklärung zu Unteraufträgen / Eignungsleihe	nur bei Einsatz von Unterauftragnehmern und/oder Eignungsverleihern mit dem Angebot vorzulegen
Verpflichtungserklärung für Unterauftragnehmer	nur von Unterauftragnehmern (spätestens vor Zuschlagserteilung) vorzulegen
Verpflichtungserklärung für Eignungsverleiher	nur von Eignungsverleihern mit dem Angebot vorzulegen